

DOCUMENT DE POZIȚIE
PRIVIND STRATEGIA DE REGLEMENTARE A SECTORULUI COMUNICAȚIILOR
ELECTRONICE DIN ROMÂNIA PENTRU PERIOADA 2007-2010

CUPRINS

1. CUVÂNT ÎNAINTE	2
2. INTRODUCERE.....	4
3. CONCLUZIILE ANALIZEI-DIAGNOSTIC A SECTORULUI COMUNICAȚIILOR ELECTRONICE	
DIN ROMÂNIA.....	6
3.1. Situația actuală a sectorului comunicațiilor electronice din România	6
3.2. Provocări și tendințe	7
3.3. Principalii indicatori de analiză identificați	10
3.4. Segmentarea structurală a sectorului și diagnosticarea segmentelor omogene	10
3.4.1. Telefonie mobilă.....	12
3.4.2. Telefonie fixă, accesul la internet și transmisiunile de date	16
3.4.3. Transmisia/retransmisia programelor audiovizuale.....	27
3.4.4. Intercondiționări între segmentele identificate.....	35
3.5. Influențe intersectoriale	39
4. IDENTIFICAREA OPȚIUNILOR STRATEGICE PENTRU ATINGEREA OBIECTIVELOR	
FUNDAMENTALE ALE ACTIVITĂȚII DE REGLEMENTARE.....	41
4.1. Obiectivele fundamentale ale activității de reglementare	41
4.2. Obiectivele strategice ale ANRCTI pentru următorii 3 ani.....	42
4.2.1. Concurența bazată pe infrastructuri / servicii	43
4.2.2. Accesul la internet în bandă largă.....	45
4.2.3. Valoare corectă pentru bani	45
4.2.4. Transparența, simplitatea și disponibilitatea informațiilor	46
4.2.5. Non-interferența cu pachetele de servicii.....	47
4.3. Identificarea opțiunilor privind (re)definirea principiilor, politicilor și instrumentelor de	
reglementare.....	48
4.3.1. Principii de reglementare.....	48
4.3.2. Politici de reglementare.....	50
4.3.2.1. Politica de interconectare	51
4.3.2.2. Politica de acces la rețele	52
4.3.2.3. Politica privind pachetele de servicii	55
4.3.2.4. Politica privind managementul resurselor limitate – spectrul de frecvențe radio și	
resursele de numerotație	56
4.3.2.5. Politica de stimulare a fluidității și transparenței pe piețele cu amănuntul ...	60
4.3.3. Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare	62
5. DIRECȚII DE EVOLUȚIE, INDICATORI DE PERFORMANȚĂ ȘI SISTEM INFORMAȚIONAL	67
5.1. Direcțiile de evoluție spre piața țintă	67
5.2. Indicatori de performanță	74
5.2.1. Cuantificarea evoluției sectorului	74
5.2.2. Evaluarea îndeplinirii obiectivelor strategice.....	76
5.3. Redefinirea sistemului informațional	79
6. SINTEZĂ A CORESPONDENȚELOR SEGMENTE – OBIECTIVE – OPȚIUNI REGLEMENTARE	
81	

ANEXĂ - SCHEMA ANALIZEI STRATEGICE

1. CUVÂNT ÎNAINTE

Anul 2007 a adus importante provocări pentru ANRCTI și, deopotrivă, pentru sectorul românesc de comunicații electronice. Pe plan intern, am parcurs pași importanți în procesul de reevaluare a mediului concurențial din sector, prin analizarea piețelor de interconectare și *broadcasting*, în condițiile obligațiilor ce ne revin ca stat membru al Uniunii Europene, și am preluat atribuțiile legate de managementul spectrului de frecvențe o dată cu fuziunea cu Inspectoratul General pentru Comunicații și Tehnologia Informației. La nivel european, în 2007 am participat alături de celelalte autorități naționale de reglementare la dezbaterile ocazionate de revizuirea cadrului de reglementare european pentru comunicații electronice, care au creat un context adecvat de reflecție asupra obiectivelor și instrumentelor procesului de reglementare și a impactului acestuia asupra investițiilor și a competitivității industriei europene de comunicații.

Importanța și complexitatea acestor provocări ne-au făcut să simțim nevoia unui alt nivel de comunicare cu industria și consumatorii de servicii de comunicații. Suntem conștienți că nu numai deciziile noastre sunt în măsură să influențeze semnificativ piața pe care o reglementăm, ci și felul în care reușim să explicăm rațiunile pe termen lung care stau la baza acestor decizii. Din acest motiv, am hotărât să consacram acest an cunoașterii și înțelegerii aprofundate a structurii, modului de funcționare și a deficiențelor pieței românești, menite să ne conducă la identificarea unui sistem de obiective strategice care să ghideze acțiunea reglementatorului pe această piață și a unui set de principii, politici și instrumente care să permită monitorizarea evoluțiilor pieței și fundamentarea deciziilor de reglementare. Cu alte cuvinte, am dorit să înțelegem corect și în detaliu modul în care evoluează piața românească de comunicații, pentru a fi în stare să o reglementăm exact cum și cât e necesar. Este acum vremea să prezentăm rezultatele acestui exercițiu de investigație, analiză și reflecție, sub forma primului document de poziție privind strategia reglementării sectorului comunicațiilor electronice din România, care acoperă perioada anilor 2007-2010.

ANRCTI a urmărit ca documentul elaborat să fie **relevant** (în raport cu informațiile obținute în cadrul analizei-diagnostic), **aplicabil** (obiectivele strategice pot fi atinse) și **util** (prin prisma impactului așteptat al strategiei în raport cu obiectivele fundamentale ale Autorității). De asemenea, ANRCTI a urmărit să asigure consistența cu strategiile naționale și internaționale din domeniul comunicațiilor electronice și din alte domenii corelate.

Vreau să insist în mod deosebit pe ce **NU** ne dorim legat de această strategie. Nu intenționăm să producem un document cu obiective nerealizabile sau care să rămână la nivel de hârtie, vrem să aplicăm această strategie în acțiunile noastre viitoare. Nu dorim să realizăm un document inutil, ne propunem să obținem un set de principii, politici și instrumente de reglementare utile din punct de vedere al contribuției la îndeplinirea obiectivelor noastre fundamentale. Nu vrem să copiem modele din alte state, dacă realitatea pieței românești reclamă o altă abordare, dorim să obținem o analiză strategică pertinentă și relevantă în raport cu diagnosticul sectorului românesc.

Doresc să reamintesc că, potrivit cerințelor cadrului european de reglementare, ANRCTI are obligația de a efectua analize detaliate la nivelul fiecărui segment de piață pentru a putea adopta măsuri de reglementare *ex ante*. Autoritatea își propune ca, pe durata următorilor trei ani, în procesul de realizare a analizelor de piață și în aplicarea remediilor menite să elimine deficiențele de ordin concurențial constatate, să țină seama în cel mai înalt grad de concluziile analizei-diagnostic și de obiectivele, principiile, politicile și instrumentele de reglementare identificate în cuprinsul prezentului document de strategie.

În încheiere, doresc să mulțumesc reprezentanților industriei, ai asociațiilor de consumatori și ai autorităților publice care au dat curs solicitărilor de colaborare și au participat activ la acest proiect, punându-ne la dispoziție informații tehnice, financiare și comerciale și împărtășindu-ne problemele, viziunile și soluțiile lor. Toate acestea ne-au permis să diagnosticăm starea actuală a sectorului, să prognozăm evoluțiile sale viitoare, să identificăm și să cuantificăm problemele curente și potențiale. Am convingerea că acest efort comun de înțelegere a problemelor, căutare a soluțiilor și evaluare a perspectivelor sectorului românesc de comunicații ne oferă tuturor – autorități, industrie, consumatori – lucrul cel mai important de care avem nevoie pentru a aborda împreună cu succes provocările viitorului: **o viziune**.

Președintele ANRCTI

2. INTRODUCERE

Complexitatea și dinamica sectorului comunicațiilor electronice, natura aspectelor pe care ANRCTI trebuie să le investigheze în scopul îndeplinirii misiunii sale și interdependențele dintre deciziile luate consumă în mod intensiv resurse materiale și de timp, atât din partea Autorității cât și din partea operatorilor, care trebuie să-și adapteze planurile de afaceri și procesele operaționale pentru a se conforma deciziilor de reglementare. În aceste condiții, planurile anuale de acțiuni acoperă un orizont de timp prea scurt pentru a putea furniza o imagine clară, completă și coerentă asupra scopului și obiectivelor pe termen mediu și lung care stau la baza evoluției cadrului de reglementare și a deciziilor ANRCTI.

În aceste condiții, apare drept evidentă necesitatea elaborării unui instrument multianual, care să permită creșterea coerenței și eficienței deciziilor Autorității, în paralel cu o mai mare transparență și predictibilitate a cadrului de reglementare. Pe baza principiilor de bună practică la nivel internațional, ANRCTI propune ca acest instrument să ia forma unui *document de poziție privind strategia de reglementare a sectorului comunicațiilor electronice din România pentru perioada 2007-2010*.

Autoritatea de reglementare a publicat în anul 2006 un document de consultare privind strategia de reglementare a sectorului comunicațiilor electronice din România, demers care a urmărit conturarea unui cadru general în ceea ce privește obiectivele, conținutul și așteptările asociate exercițiului de elaborare a strategiei.

ANRCTI a demarat demersul de analiză strategică în cursul lunii martie 2007, cu ajutorul companiei de consultanță TASC Strategic Consulting Ltd., derularea proiectului implicând o structură complexă de activități, de la studii de piață în rândul utilizatorilor finali, colectare de informații specifice de la eșantioane reprezentative de operatori și întâlniri de lucru cu reprezentanții industriei, până la investigarea sistemului informațional al ANRCTI și verificarea unor ipoteze din perspectiva practicilor adoptate în alte state.

Prezentul document își propune să contureze poziția ANRCTI privind strategia de reglementare a sectorului comunicațiilor electronice din România pentru următorii 3 ani, pe baza concluziilor analizei-diagnostic și a principiilor, politicilor și opțiunilor de redefinire a instrumentelor de reglementare necesare atingerii obiectivelor strategice de reglementare, urmând direcțiile de evoluție către piața țintă.

Documentul de poziție privind strategia de reglementare include următoarele elemente:

- concluziile rezultate în urma analizei-diagnostic, cu prezentarea segmentelor omogene identificate și a principalelor deficiențe constatate la nivelul sectorului comunicațiilor electronice din România (capitolul 3);
- definirea setului de obiective strategice care conduc la atingerea obiectivelor fundamentale de reglementare (capitolul 4, secțiunea 4.2);
- formularea principiilor și politicilor de reglementare, precum și identificarea și operaționalizarea opțiunilor de (re)definire a instrumentelor de reglementare a căror aplicare conduce la facilitarea îndeplinirii obiectivelor strategice de reglementare identificate (capitolul 4, secțiunea 4.3);

- identificarea direcțiilor de evoluție spre piața țintă, a indicatorilor de monitorizare a evoluțiilor segmentelor și a gradului de atingere a obiectivelor strategice de reglementare (capitolul 5);
- formularea necesităților de redefinire a sistemului informațional al ANRCTI, în vederea monitorizării evoluțiilor sectorului precum și pentru selectarea celor mai potrivite instrumente de reglementare (capitolul 5, secțiunea 5.3).

Majoritatea informațiilor din acest raport au drept sursă TASC Strategic Consulting Ltd. și sunt valabile pentru sfârșitul anului 2006. Unele informații au fost actualizate cu ultimele date statistice disponibile, cu menționarea datei de referință, însă nu a fost posibilă actualizarea tuturor informațiilor prezentate. Din interpretarea preliminară a datelor statistice colectate de ANRCTI pentru semestrul I 2007, apreciem că nu rezultă indicii privind modificări ale tendințelor estimate în acest document.

Metodologia utilizată în elaborarea prezentului *Document de poziție privind strategia de reglementare a sectorului comunicațiilor electronice din România până în anul 2010* este diferită de metodologia de definire și analiză a piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice prevăzută în Recomandarea Comisiei Europene 2003/311/CE privind piețele relevante ale produselor și serviciilor din sectorul comunicațiilor electronice susceptibile de a fi reglementate *ex ante* în conformitate cu Directiva 2002/21/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind cadrul comun de reglementare a rețelelor și serviciilor de comunicații electronice, precum și în Instrucțiunile Comisiei Europene pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață sub cadrul de reglementare comunitar pentru rețele și servicii de comunicații electronice (2002/C 165/03). Segmentarea structurală realizată în vederea elaborării acestui document urmărește furnizarea unei evaluări-diagnostic a caracteristicilor pieței din România în vederea formulării direcțiilor strategice generale și nu își propune aplicarea criteriilor specifice analizării piețelor relevante, pe care ANRCTI trebuie să le respecte conform metodologiei impuse de Comisia Europeană. Concluziile analizei-diagnostic nu aduc atingere rezultatelor analizelor de piață realizate de Autoritate în conformitate cu prevederile Capitolului V 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, cu modificările și completările ulterioare.

Prezentul document de poziție nu abordează elemente de politică și strategie referitoare la implementarea serviciului universal în România, ce urmează să facă obiectul unui document de politică și strategie distinct, adoptat de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației conform prevederilor art.4 din Legea nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice, cu modificările și completările ulterioare.

3. CONCLUZIILE ANALIZEI-DIAGNOSTIC A SECTORULUI COMUNICAȚIILOR ELECTRONICE DIN ROMÂNIA

3.1. Situația actuală a sectorului comunicațiilor electronice din România

Analizele comparative indică faptul că penetrarea serviciilor de comunicații electronice din România este mai mică decât în majoritatea celorlalte state membre ale Uniunii Europene, principalele decalaje înregistrate fiind în materie de broadband și de telefonie fixă, în timp ce penetrarea serviciilor de (re)transmisie a programelor audiovizuale depășește media europeană (*Figura 1*).

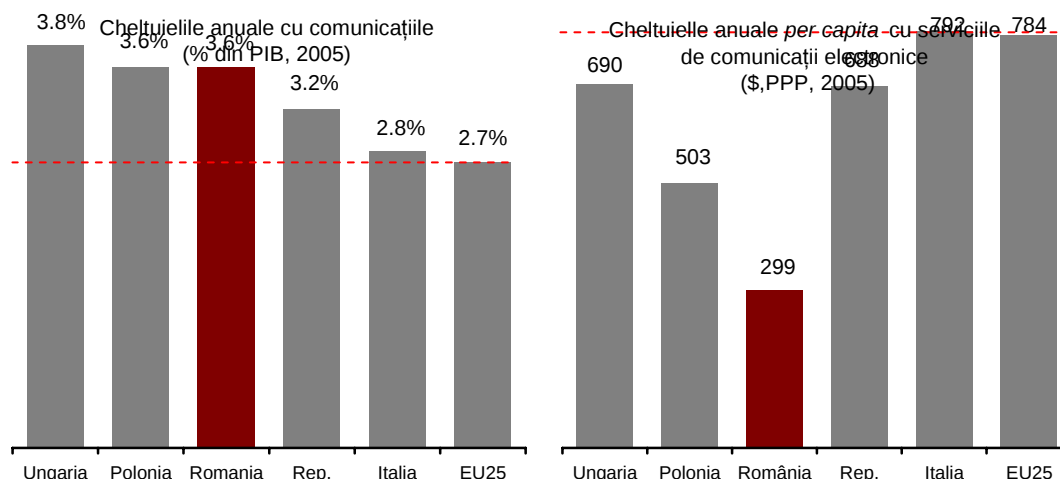
Fig. 1. Ratele de penetrare ale diverselor servicii față de media EU25

Penetrarea telefoniei mobile (populație) - Sept 2006			Penetrarea Broadbandului (populație) Sept 2006		
3	ITALIA	133.0%		MEDIA EU25	15.7%
8	REPUBLICA CEAHĂ	115.4%	13	ITALIA	13.6%
	MEDIA EU25	103.2%	18	REPUBLICA CEAHĂ	9.6%
20	UNGARIA	95.5%	21	UNGARIA	8.6%
21	POLONIA	88.7%	23	ROMÂNIA*	5.5%
27	ROMÂNIA	74.4%	24	POLONIA	4.5%

Penetrarea telefoniei fixe (populație) - Sept 2006			Penetrare abonamente TV (gospodării) – 2005		
	MEDIA EU25	52.6%	11	UNGARIA	64.0%
13	ITALIA	48.4%	12	ROMÂNIA	63.5%
19	REPUBLICA CEAHĂ	36.0%		MEDIA EU25	55.1%
20	UNGARIA	34.9%	15	POLONIA	53.3%
22	POLONIA	31.9%	22	REPUBLICA CEAHĂ	24.6%
27	ROMÂNIA	20.4%	23	ITALIA	20.6%

Pe de altă parte însă, în ciuda nivelului relativ redus al cheltuielilor cu serviciile de comunicații electronice *per capita*, acestea au o pondere relativ ridicată în produsul intern brut al României, dovadă a semnificației sectorului în ansamblul economiei și în rândul cetățenilor (*Figura 2*).

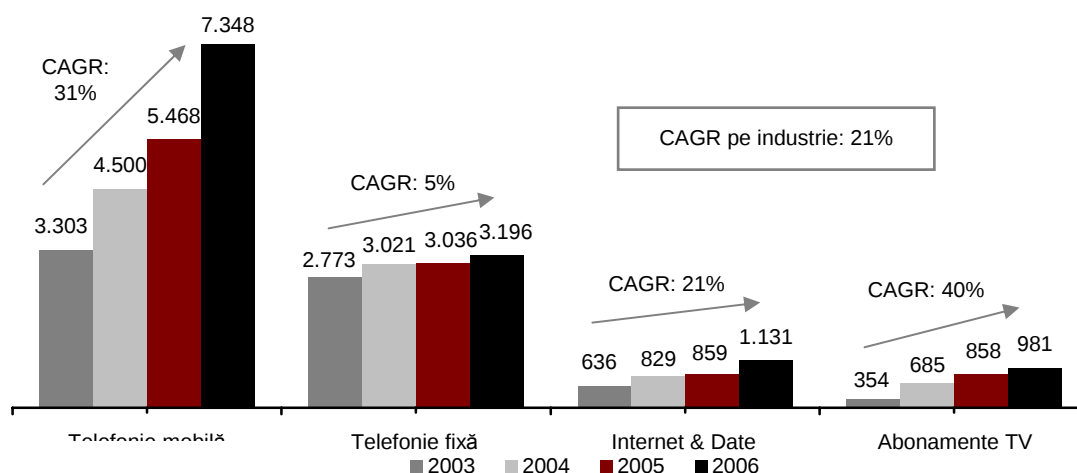
Fig. 2. Cheltuielile relative cu serviciile de comunicații



În condițiile în care rata medie anuală de creștere a veniturilor din comunicații electronice a fost de 21% pentru intervalul 2003 - 2006, creșterea sectorului a depășit de câteva ori rata de creștere a PIB (8.1%). Sectorul comunicațiilor electronice continuă să crească în ritmuri accelerate, care depășesc semnificativ ratele de creștere ale economiei României, iar potențialul de creștere se menține ridicat, în special datorită penetrării relativ reduse comparativ cu alte state membre.

Principalele motoare ale creșterii în această perioadă au fost serviciile de telefonie mobilă și cele de (re)transmisie a programelor audiovizuale. Dacă serviciile de (re)transmisie a programelor audiovizuale au înregistrat cele mai mari rate medii anuale de creștere (40%), telefonie mobilă a devenit cea mai importantă sursă de venituri în cadrul sectorului (56,7% din totalul veniturilor brute), ambele segmente reușind să atingă niveluri de penetrare ridicate. Prin contrast, penetrarea serviciilor broadband este în continuare nesatisfăcătoare, în ciuda creșterii accelerate, în timp ce telefonie fixă pare să continue „creșterea zero” din punct de vedere al veniturilor și penetrării (*Figura 3*).

Fig. 3. Veniturile din serviciile de comunicații electronice, pe sectoare
(Milioane RON, 2003-2006)



3.2. Provocări și tendințe

În cursul anului 2006 și în prima jumătate a anului 2007, sectorul românesc al comunicațiilor electronice a înregistrat evoluții considerabile pe multiple planuri.

Cota de piață a Romtelecom s-a diminuat în principal ca urmare a concurenței agresive a furnizorilor de servicii de (re)transmisie a programelor audiovizuale prin cablu, care au lansat pachete integrate de servicii ce combină programe de televiziune, telefonie și internet. Drept răspuns, pentru a contracara pachetele de două sau de trei servicii ale concurenței, Romtelecom a lansat serviciile de televiziune prin satelit (DTH – *Direct to Home*), al căror succes a fost dovedit de creșterea rapidă a numărului de abonați.

În sectorul comunicațiilor mobile, Cosmote și-a îmbunătățit semnificativ poziția pe piață prin relansarea mărcii, combinată cu o politică agresivă de prețuri și cu creșterea acoperirii, în timp ce RCS & RDS, după ce în luna februarie 2007 a realizat primele teste operaționale pe rețeaua 3G, a lansat deja serviciile de telefonie mobilă la nivelul unei zone din România și are obligația de a continua dezvoltarea rețelei pentru a ajunge la o acoperire națională în următorii 4 ani, ceea ce îi va permite să integreze într-o singură ofertă toate cele patru servicii principale (programe de televiziune, telefonie fixă, telefonie mobilă și internet).

În general, utilizatorii din mediul urban beneficiază de o mai mare diversitate a ofertei de servicii față de utilizatorii din mediul rural, care se confruntă fie cu problema posibilității limitate de alegere, având la dispoziție un singur furnizor sau un număr restrâns de furnizori pentru majoritatea serviciilor, fie cu problema lipsei accesului la mijloacelor de comunicații, în situația în care se află în afara ariei de acoperire a rețelilor de comunicații electronice. Este de așteptat ca măsurile luate de Autoritate, în special cele vizând reducerea tarifelor de interconectare și introducerea portabilității numerelor, să conducă la creșterea concurenței la nivelul sectorului. Cei doi mari operatori de telefonie mobilă au primit tranșe de numerotație fixă, iar unul dintre ei a lansat deja serviciile de telefonie fixă, ceea ce creează premisele oferirii de servicii de tip „triple-play” către segmentul corporatist, dar și pe cele ale dezvoltării prezenței acestor operatori pe segmentul telefoniei fixe pentru utilizatorii rezidențiali, cu potențial de a reduce decalajele de ordin concurențial între mediul urban și cel rural.

Conexiunile de acces la internet tot mai rapide devin din ce în ce mai populare. Operatorii alternativi continuă să investească în upgradarea rețelilor, mergând până la instalarea de fibră optică în rețeaua de acces, și în creșterea bazei de clienți, iar Romtelecom accelerează extinderea ariei de acoperire a serviciilor ADSL. Operatorii de telefonie mobilă au început promovarea serviciilor mobile de internet în bandă largă, odată cu creșterea ariei de acoperire a serviciilor 3G. În plus, introducerea recentă a ofertelor de telefonie fixă ale operatorilor mobili ridică noi provocări, datorită potențialului ridicat de succes pe care îl prezintă, interesant în special pentru zonele rurale. Vodafone este primul operator care a anunțat trecerea la rețea de transport integral IP în prima jumătate a anului 2008.

O analiză prospectivă indică o serie de evoluții ale sectorului comunicațiilor electronice din România în orizontul de timp până în 2010.

Continuarea creșterii serviciilor de telefonie mobilă și acces la internet în bandă largă va fi acompaniată de creșterea nivelurilor de utilizare, de viteze mai mari de acces la rețea și de avântul cererii de servicii cu valoare adăugată. Pe de altă parte, în timp ce tranziția către televiziunea digitală are șanse să capete amploare, este preconizat declinul telefoniei fixe ca serviciu furnizat individual.

Ofertele „la pachet” care includ servicii de programe audiovizuale, acces la internet în bandă largă și telefonie fixă („triple-play”) vor reprezenta motorul principal al creșterii segmentului rezidențial, RCS & RDS fiind în prezent compania cu cea mai bună poziționare în acest sens. Pe de altă parte, pe segmentul corporatist, cererea de servicii integrate de telefonie mobilă, transmisiuni de date și telefonie fixă va căpăta o semnificație tot mai mare, Vodafone și Orange beneficiind de o poziție de invidiat. Aceste tendințe vor accentua fenomenul de convergență a serviciilor de comunicații electronice, prin dezvoltarea de aplicații comune fix-mobil, SIP/IMS, IPTV etc. Pachetele de servicii și convergența vor dicta erodarea frontierelor între servicii și sectoare, fenomene care vor conduce la consolidări, fuziuni și achiziții în cadrul sectorului și la creșterea taliei operatorilor, care vor integra o gamă tot mai variată de servicii de comunicații electronice. Mai mult, pe plan european, evoluțiile tehnologice accelerate, pe fondul capacității ridicate de absorbție a inovațiilor și în contextul consolidării pieței unice interne de comunicații electronice, sunt de așteptat să conducă la afirmarea și mai puternică a operatorilor pan-europeni.

În România nu sunt așteptate schimbări tehnologice majore pe termen scurt. Extinderea ariei de acoperire a serviciilor 3G va continua, iar tehnologia WiMAX va continua să fie utilizată sporadic, fiind puțin probabil să ia amploare înainte de 2010. În mod similar, este de așteptat ca serviciile IPTV să rămână la un nivel marginal, întrucât

se presupune că vor lua amploare numai odată cu dezvoltarea rețelelor de nouă generație.

În condițiile stadiului actual de dezvoltare a sectorului comunicațiilor electronice și ținând cont de evoluțiile previzibile ale acestuia, ANRCTI se confruntă în activitatea de reglementare cu o serie de provocări majore.

În primul rând, este evidentă necesitatea dezvoltării platformelor avansate de comunicații, care pot asigura accesul consumatorilor la un grad sporit de inovație, calitate și la o paletă tot mai largă de servicii. Crearea unui mediu favorabil realizării investițiilor depinde de asigurarea unui orizont de reglementare predictibil și de garantarea unei rate rezonabile de remunerare a capitalurilor investite de către operatori.

O a doua provocare este dictată de tendința clară către un anumit profil concurențial manifestată de piața românească de comunicații electronice. Astfel, dezvoltarea ofertelor bazate pe infrastructura proprie de acces la utilizatori a înregistrat un succes notabil în România, pe fundalul cererii în continuă creștere, alimentată de creșterea puterii de cumpărare și de preferințele de consum tot mai sofisticate ale utilizatorilor români, care nu a putut fi acoperită de oferta insuficientă a unei rețele fixe tradiționale subdezvoltate. În contrast, dezvoltarea serviciilor oferite pe infrastructura de acces a altui operator (serviciile de telefonie bazate pe preselectarea transportatorului, serviciile de acces la internet bazate pe accesul necondiționat la bucla locală) a fost practic inexistentă, în ciuda introducerii unui cadru de reglementare la nivelul celor mai bune practici europene. În acest context, fără a nega necesitatea de a asigura capacitatea competitivă pe termen lung a companiilor care își bazează modelul de afaceri pe utilizarea rețelei de acces a altui operator, se pune din ce în ce mai acut problema priorității care trebuie acordate concurenței bazate pe servicii pe o piață marcată de preferința clară pentru construirea de infrastructuri alternative. Problemele cu care se confruntă furnizorii care solicită accesul la bucla locală a Romtelecom, pe fondul extinderii soluțiilor FttCab/ONU în zonele cele mai profitabile, reprezintă deja un exemplu clasic, iar căutarea soluțiilor eficiente de reglementare la aceste probleme trebuie să țină seama de șansele reale de succes ale acestui model de afaceri în contextul realităților pieței.

Un al treilea set de provocări rezultă din accelerarea fenomenului de convergență a serviciilor fixe și mobile, care dă un impuls tot mai puternic concurenței directe între companiile care oferă cele două tipuri de servicii, operatorii de rețele mobile câștigând din ce în ce mai mult teren pe segmentul serviciilor oferite la puncte fixe. Reglementarea se vede tot mai mult confruntată cu necesitatea asigurării unui mediu concurențial care să asigure condiții echitabile pentru ambele categorii de jucători în contextul în care ei concurează pe aceleași segmente de piață.

În al patrulea rând, în ciuda direcției pozitive pe care se înscrie concurența în sectorul comunicațiilor electronice din România, piața va continua să fie dominată de jucători puternici la nivelul diferitelor segmente. Integrarea de servicii multiple pe o singură platformă, specifică rețelelor de nouă generație, va contribui în mod semnificativ la consolidarea pozițiilor acestor jucători, iar minimizarea efectelor anticoncurențiale ale acestei evoluții reprezintă o provocare majoră a activității de reglementare.

O a cincea provocare fundamentală este reprezentată de posibilitățile relativ limitate de care dispune reglementatorul pentru a crește în mod direct gradul de satisfacție al utilizatorilor, din punct de vedere al prețului sau al valorii de întrebuințare a serviciilor. În acest context, maximizarea posibilităților de alegere între mai mulți furnizori și, totodată, asigurarea unui maxim de beneficii din serviciile disponibile, la un anumit nivel

al prețului, devine instrumentul esențial de promovare a drepturilor și intereselor utilizatorilor.

În al șaselea rând, complexitatea tot mai mare a ofertelor și a schemelor de tarife disponibile pe piață ridică problema capacității utilizatorului final de a face alegeri informate între furnizorii și serviciile aflate la dispoziția sa, precum și de a-și gestiona comportamentul de consum în funcție de nevoile sale reale. Transparența și accesibilitatea informațiilor constituie deja o provocare acută, căreia reglementarea trebuie să îi găsească un răspuns adecvat.

3.3. Principalii indicatori de analiză identificați

Pentru evaluarea și recunoașterea în termeni cantitativi și calitativi a caracteristicilor și deficiențelor prezente, precum și a evoluțiilor viitoare ale sectorului și segmentelor acestuia, a fost identificat și utilizat un set de indicatori de analiză care sunt corelați cu obiectivele fundamentale ale activității de reglementare ale ANRCTI, urmărind în special caracterizarea mediului concurențial și investițional.

Stabilirea indicatorilor de analiză a încercat să surprindă toate caracteristicile sectorului de comunicații electronice și segmentelor acestuia, atât în mod static (la un anumit moment) cât și dinamic (evoluția în timp).

Indicatori cantitativi	Indicatori calitativi
- niveluri de penetrare - cote de piață actuale și tendințe - niveluri de profitabilitate - niveluri ale investițiilor - niveluri ale fluidității pieței (<i>churn</i>) - prețul unitar efectiv	- niveluri ale inovației - bariere de intrare - percepția consumatorilor privind nivelul prețurilor - calitatea serviciilor - cheltuieli de reclamă și publicitate

3.4. Segmentarea structurală a sectorului și diagnosticarea segmentelor omogene

Pentru a ține cont de particularitățile structurale ale sectorului comunicațiilor electronice din România și pentru a stabili în mod eficient obiectivele strategice, principiile, politicile, instrumentele de reglementare și sistemele informaționale necesare, a fost nevoie de delimitarea segmentelor omogene din cadrul sectorului și de înțelegerea în detaliu a caracteristicilor acestora.

Identificarea legăturilor și corelațiilor existente între infrastructurile utilizate, serviciile oferite și modalitatea de integrare pe verticală sau orizontală a activităților practică de jucătorii din sectorul comunicațiilor electronice a permis identificarea soluției optime de segmentare structurală a sectorului, proces desfășurat în etape iterative, după cum urmează:

- analiza tehnică și economică a infrastructurilor existente și a serviciilor furnizate cu amănuntul în ansamblul sectorului, în paralel cu analiza tendințelor manifestate;
- identificarea caracteristicilor, condiționărilor și restricțiilor tehnice ce afectează fiecare serviciu oferit pe piața cu amănuntul;
- identificarea/definirea elementelor de pe piața de gros („*inputuri*”) care fac posibilă furnizarea serviciului pe piața cu amănuntul;
- identificarea/definirea facilităților esențiale din punct de vedere tehnico-economic, necesare pentru furnizarea serviciului respectiv;
- identificarea soluției optime din punct de vedere tehnic pentru furnizarea serviciului respectiv în funcție de circumstanțele relevante;
- delimitarea conceptuală a segmentelor omogene, printr-un proces exhaustiv de segmentări realizate într-o manieră de tip „*bottom-up*”, pornind de la caracteristicile diferite ale fiecărui serviciu furnizat la nivel cu amănuntul sau la nivel de gros, analizate din perspectiva:
 - **funcționalității** – evaluarea gradului de substituibilitate, în funcție de caracteristicile individuale ale serviciilor, accesibilitate, disponibilitate, prețuri și percepțiile consumatorilor. Substituibilitatea serviciilor a fost analizată atât din perspectiva cererii, cât și din cea a ofertei.
 - **infrastructurii** – evaluarea comparativă a funcționalităților, prețurilor și percepției fiecărui serviciu furnizat prin intermediul diferitelor platforme și tehnologii;
 - **naturii consumatorului** (persoană fizică/juridică) – având la bază comportamentele de consum ale celor două categorii, a fost realizată o evaluare comparativă a disponibilității fiecărui serviciu, a nivelurilor de concurență și a prețurilor fiecărui serviciu, în scopul identificării măsurii în care este necesară o segmentare suplimentară în funcție de natura consumatorului;
 - **geografică** – evaluarea omogenității geografice în ceea ce privește disponibilitatea serviciilor, nivelurile concurenței, prețuri și comportamente de consum;
 - **intercondiționărilor** între segmente și **interacțiunilor** cu alte sectoare.

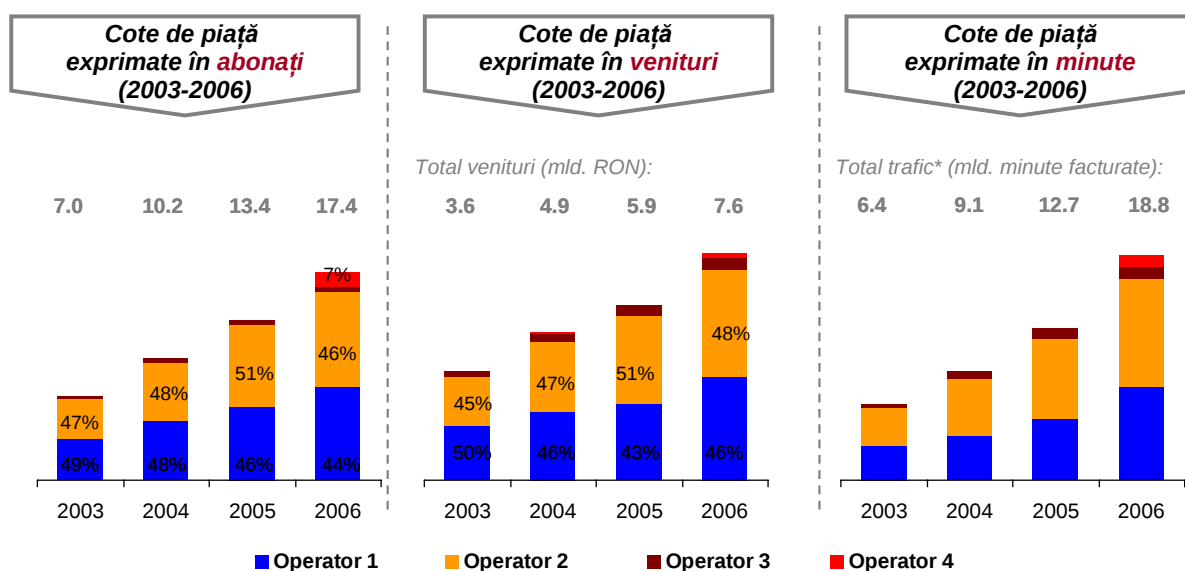
Pentru diagnosticarea segmentelor omogene identificate, evaluarea mediului concurențial și identificarea existenței și a magnitudinii deficiențelor, a fost utilizat setul de indicatori de analiză cantitativă și calitativă a sectorului de comunicații identificat în cadrul secțiunii 3.3, pornind de la analiza tehnică și economică a serviciilor oferite pe piața cu amănuntul, în cadrul fiecărui segment.

3.4.1. Telefonie mobilă

Telefonia mobilă concentrează, prin cei peste 19,5 milioane clienți la jumătatea anului 2007, cea mai mare parte din veniturile realizate din servicii de comunicații electronice din România, înregistrând rate medii anuale de creștere de 35,5% în ultimii 4 ani.

În ciuda acestor creșteri spectaculoase, România înregistrează cea mai scăzută rată de penetrare a telefoniei mobile din EU27, în condițiile în care cotele de piață ale furnizorilor de servicii au cunoscut o stabilitate remarcabilă, doi operatori din cei patru prezenți pe piață reușind să-și împartă din 2003 până în prezent peste 90% din numărul de utilizatori, din venituri și din volumele de trafic (*Figura 4*). Cel de-al cincilea operator, deși a câștigat în anul 2006 o licență 3G, nu a reușit încă lansarea comercială a serviciilor la nivel național.

Fig. 4. Cotele de piață în telefonia mobilă



Tendințe

Sub aspectul tehnologiilor utilizate, ținând cont de omniprezența GPRS (2,5 G)¹ și de existența a patru posesori de licențe 3G, este de așteptat ca presiunile concurențiale să stimuleze operatorii majori să-și diferențieze mai mult ofertele și să-și sporească acoperirea HSPA (*High Speed Protocol Access*). Pe de altă parte, se preconizează că soluțiile convergente fix-mobil de tipul BT Fusion sau Orange Unique nu își vor face apariția pe piață în intervalul de timp supus analizei prospective.

Pe măsura încetirii ritmului de creștere a ratei de penetrare, este de așteptat ca operatorii să-și intensifice eforturile pentru stimularea migrației utilizatorilor de cartele preplătite (în prezent, peste 65% din SIM-urile active) către schemele pe bază de abonament, în vederea fidelizării clienților și pentru compensarea descreșterii ARPU pentru servicii de voce prin vânzarea de noi servicii.

¹ Trei operatori acoperă împreună mai mult de 96% din populație cu servicii de 2,5G.

Sub aspectul comportamentului de consum, este de așteptat ca pachetele de servicii să capete semnificație sporită odată cu lansarea serviciilor la nivel național de către cel de-al cincilea furnizor.

Segmentare

La nivel de vânzare cu amănuntul, a fost identificat un grup („*cluster*”) de servicii de telefonie mobilă – totalitatea serviciilor furnizate prin intermediul rețelilor de telefonie mobilă, independent de criteriul geografic, de generația tehnologică utilizată sau de tipul consumatorului (persoană fizică sau juridică).

La nivel de gros, au fost identificate trei segmente: acces și originare, terminare și roaming internațional, cu întindere și conținut similare piețelor relevante identificate în Recomandarea Comisiei Europene 2003/311/CE privind piețele relevante ale produselor și serviciilor din sectorul comunicațiilor electronice susceptibile de a fi reglementate *ex ante* în conformitate cu Directiva 2002/21/CE a Parlamentului European și a Consiliului privind cadrul comun de reglementare a rețelilor și serviciilor de comunicații electronice.

Sinteza segmentelor omogene identificate la nivelul sectorului telefoniei mobile este prezentată în *Figura 5*.

Fig. 5. Sinteza segmentelor identificate în telefonia mobilă

Aplicații Nivel	Apeluri primite (terminare)	Apeluri inițiate (originare)	SMS	Apeluri internaționale	Roaming Internațional	Servicii video & date 3G
Segment cu amănuntul Fără segmentare suplimentară în funcție de tipul clientului, platforme sau criteriu geografic	Segment cluster servicii de telefonie mobilă cu amănuntul					Servicii emergente
Segment de gros	Terminare la puncte mobile	Acces și originare la puncte mobile			Roaming internațional inbound	

Cluster de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul

Pentru diagnosticarea *clusterului* de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul a fost utilizat un număr de teste destinate evaluării nivelului de concurență pe segmentul analizat. Astfel, s-a constatat un nivel ridicat de concentrare a pieței și o mare stabilitate a cotelor de piață calculate în funcție de numărul de utilizatori, volumele de trafic și venituri. De asemenea, segmentul este caracterizat printr-un nivel ridicat al barierelor de intrare, materializate prin necesarul de investiții, spectrul de frecvențe radio disponibil, restricțiile de protecția mediului la instalarea transmițătoarelor și susținerea

internațională a operatorilor existenți (puterea grupurilor din care fac parte). În plus, a fost observată existența unor similități în comportamentul primilor doi mari operatori de pe acest segment, precum și omogenitatea ofertelor acestora, având ca efect descurajarea migrației utilizatorilor între furnizori. Totodată, se remarcă nivelurile semnificativ mai mari de profitabilitate de care se bucură aceștia în raport cu ceilalți doi jucători, dar și în raport cu operatorii de rețele mobile din alte state europene. Concluziile analizei sugerează oportunitatea investigării unei posibile poziții dominante colective a celor doi mari operatori de pe segmentul *clusterului* de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul.

Nivelul nesatisfăcător al inovației pe acest segment, indicat de gradul limitat de disponibilitate și utilizare a serviciilor avansate, nivelurile ridicate ale prețurilor cu amănuntul și transparența redusă a acestora, precum și fluiditatea efectivă scăzută a pieței, în ciuda numărului mare al utilizatorilor pe bază de cartele preplătite, au fost principalele deficiențe constatate la nivelul segmentului de vânzare cu amănuntul.

Acces și origine la puncte mobile

În condițiile inexistenței operatorilor virtuali de rețele mobile, acest segment este caracterizat prin furnizarea exclusiv internă a serviciilor, între activitățile integrate pe verticală ale operatorilor existenți.

Deficiențele constatate și indiciile în sensul unei posibile dominanțe colective, rezultate din analiza *clusterului* de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul, sugerează în mod similar oportunitatea investigării unei potențiale poziții de dominanță colectivă pe segmentul de acces și origine la puncte mobile.

Terminare în rețelele individuale la puncte mobile

Serviciile de terminare sunt prin definiție furnizate pe piețe de monopol, de vreme ce operatorul în rețeaua căruia se originează apelul sau mesajul de tip SMS nu poate alege furnizorul serviciului de terminare. Pe astfel de piețe, în condițiile regimului „*partea apelantă plătește*”, există un potențial ridicat de abuz din partea furnizorului serviciului de terminare. Astfel, operatorii de telefonie mobilă pot să își utilizeze puterea de monopol pe acest segment pentru negocierea unor tarife de terminare nejustificat de mari și chiar să discrimineze între partenerii contractuali în privința acestor tarife.

Roaming internațional

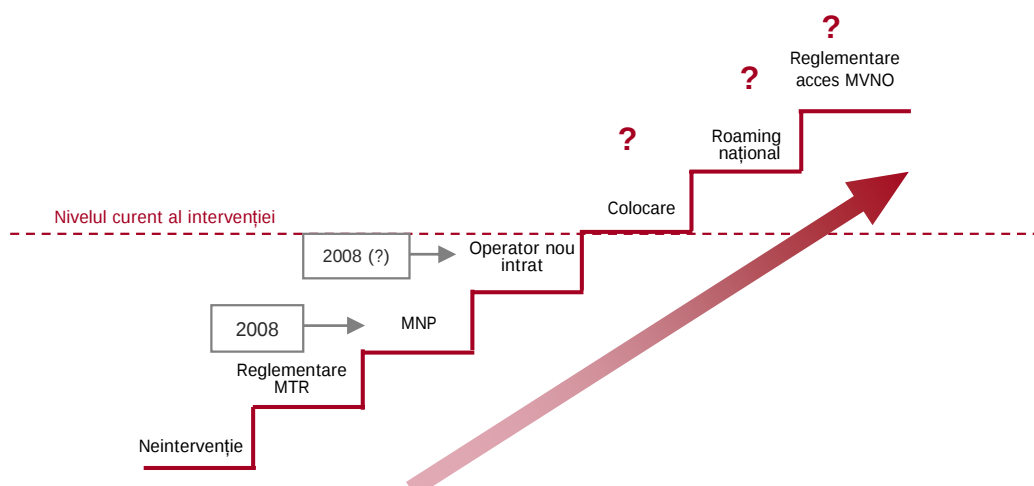
Specificitatea serviciilor de roaming internațional de tip *inbound*, dată în principal de interdependența cu rețelele mobile din alte state, este de natură să ridice bariere semnificative în privința reglementării efective la nivel național a acestui segment. Intervenția Comisiei Europene în sensul reglementării nivelului maxim al tarifelor de roaming pe piețele de gros și cu amănuntul în toate cele 27 de state membre a furnizat o soluție pentru principalele deficiențe constatate în cadrul acestui segment, respectiv tarifele nejustificat de mari ale serviciilor și lipsa de transparență cu privire la nivelul acestora.

Opțiuni pentru intervenția de reglementare

Creșterea concurenței și îmbunătățirea transparenței tarifelor cu amănuntul au fost identificate ca reprezentând principalele direcții de acțiune care trebuie să ghideze intervenția de reglementare la nivelul sectorului de telefonie mobilă.

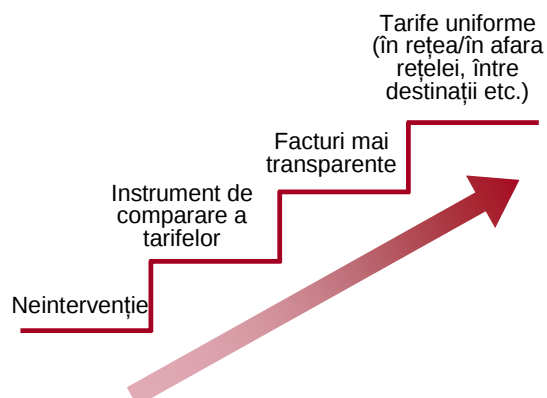
În vederea **creșterii concurenței** în sectorul telefoniei mobile, au fost identificate opțiunile de intervenție prezentate sintetic în *Figura 6*, a căror aplicare trebuie investigată în raport cu problemele concurențiale sesizate și cu efectele măsurilor existente. Aceste opțiuni sunt disponibile prin cadrul legislativ actual, reprezentând fie măsuri deja adoptate de ANRCTI (reglementarea tarifelor de terminare, portabilitatea numerelor, acordarea celei de-a cincea licențe de telefonie mobilă), fie obligații ce pot fi impuse de Autoritate în conformitate cu prevederile prevederile Capitolului II din Ordonanța 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, cu modificările și completările ulterioare.

Fig. 6. Opțiuni de intervenție pentru creșterea concurenței în telefonia mobilă



Pentru îmbunătățirea **transparenței tarifelor** cu amănuntul ale serviciilor de telefonie mobilă, de natură să ajute utilizatorii să înțeleagă prețul efectiv pe care îl plătesc, au fost identificate o serie de posibilități de intervenție, prezentate sintetic în *Figura 7*. Aceste opțiuni sunt disponibile prin cadrul legislativ actual, constituind obligații ce pot fi impuse de ANRCTI în temeiul art.20 din Legea nr.304/2003 și, respectiv, al art.6 din Legea nr.506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice, cu completările ulterioare.

Fig. 7. Opțiuni de intervenție pentru încurajarea transparenței prețurilor în telefonia mobilă



3.4.2. Telefonie fixă, accesul la internet și transmisiunile de date

Telefonie fixă – situația actuală și tendințe

Sectorul de telefonie fixă din România este unul stagnant, marcat de o ușoară scădere a ratei de penetrare: în ultimii 4 ani, abonații persoane fizice au renunțat la mai mult de 250.000 de linii de acces, astfel încât la finalul anului 2006 mai puțin de 50% dintre gospodăriile mai beneficiau de acces la telefonie fixă² (Figura 8). Pe de altă parte, telefonie fixă continuă să reprezinte un serviciu esențial pentru activitatea persoanelor juridice, al căror număr de conexiuni de acces la rețelele de telefonie fixă a înregistrat o ușoară creștere: peste 100.000 de linii adăugate în perioada 2003-2006 (Figura 9).

Fig. 8. Rate de penetrare pentru telefonie fixă (2003-2006)

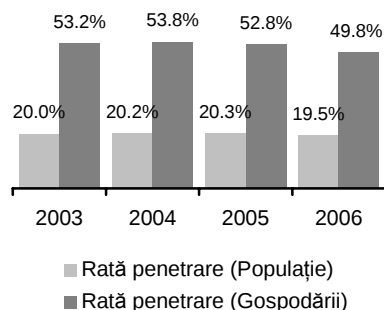
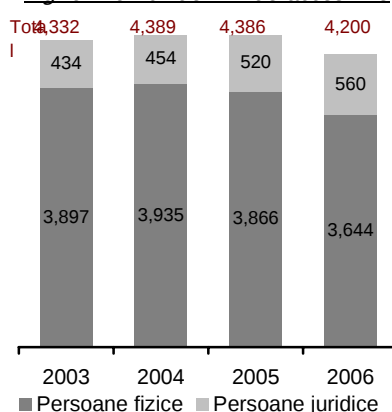


Fig. 9. Număr de linii de acces fixe



Dintr-o perspectivă geografică, se menține decalajul urban-rural: în condițiile în care utilizatorii rurali de telefonie fixă sunt deserviți aproape în exclusivitate de un singur furnizor, majoritatea utilizatorilor din mediul urban pot alege între mai mulți furnizori de servicii de telefonie fixă.

Declinul telefoniei fixe se manifestă și sub alte aspecte: cheltuielile anuale cu serviciile de telefonie fixă ca pondere în PIB au scăzut de la 1,2% în 2002 la 0,7% în 2006, în timp ce volumele de trafic au scăzut cu aproape 700 milioane minute în intervalul 2003-2006.

La o rată de anuală de scădere a numărului de abonați de 15% în cursul anului 2006³, poziția de piață a Romtelecom se erodează treptat, însă cu 74% din numărul de linii de acces ale persoanelor fizice și cu 80% din liniile de acces ale persoanelor juridice la jumătatea anului 2007, dominanța Romtelecom asupra segmentului telefoniei fixe rămâne o realitate. De la liberalizarea pieței, RCS & RDS a devenit al doilea jucător pe piața de telefonie fixă, cu cei aproape 1.000.000 de clienți ai săi la jumătatea anului 2007, în principal persoane fizice, în timp ce al treilea jucător, UPC, a urmărit mai curând o creștere pe seama consumatorilor intensivi de servicii.

² Rata de penetrare calculată în funcție de numărul de linii de acces și un număr de gospodării de 7.320.202 (conform INS).

³ Datele statistice preliminare pentru primele 6 luni ale anului 2007 arată continuarea trendului descendent la un nivel de aproximativ 9%.

Este de așteptat ca telefonie fixă să-și continue declinul din punct de vedere al numărului de conexiuni și al utilizării în orizontul de timp investigat. Pe de altă parte însă, pachetele de servicii, în special de tip „triple-play”, devin tot mai populare și au potențialul de a frâna rata declinului.

Sub aspectul tehnologiilor utilizate, PSTN continuă să reprezinte platforma cea mai răspândită pentru furnizarea serviciilor de telefonie fixă. Cu toate acestea, analiza prospectivă a evoluției sectorului trebuie să țină seama de influențele ce pot fi exercitate de exploatarea potențialului anumitor platforme sau tehnologii:

- Cablul: Operatorii acestor platforme au popularizat serviciile de telefonie fixă pe tehnologie IP, prin adăugarea lor la ofertele de servicii de transmisii de programe audiovizuale prin cablu și/sau acces la internet, atât ca parte a unor pachete de servicii, cât și ca servicii individuale.
- Rețelele de telefonie mobilă: Operatorii de rețele mobile au lansat recent sau sunt pe cale să lanseze servicii de telefonie fixă, la prețuri inferioare celor de telefonie mobilă. Investițiile incrementale relativ reduse necesare furnizării acestor soluții, precum și avantajele atribuite acestor servicii, sugerează un potențial ridicat de succes, interesant în special pentru zonele rurale, ceea ce ar putea contribui la accelerarea substituției fix-mobil.
- Tehnologia WiMAX permite servicii de telefonie fixă fără fir prin intermediul platformelor IP. Economicitatea instalării rețelelor WiMAX, aria mare de acoperire a antenelor (până la 30 km), pe fondul penetrării scăzute a telefoniei fixe în mediul rural, fac din telefonie fixă pe platformă WiMAX una dintre cele mai atractive și viabile soluții pentru creșterea penetrării telefoniei fixe în România. Cu toate acestea, telefonie fixă prin tehnologia WiMAX nu este așteptată să capete amploare până în anul 2010.
- Rețelele de generație viitoare (NGN) vor schimba cu siguranță fizionomia întregului sector al comunicațiilor electronice. Apropierea fibrei optice de consumator (în scenariul FttCab – en. *fibre to the cabinet*) va permite furnizarea unei lărgimi efective de bandă de 20-25 Mb/consumator, capabile să susțină servicii de telefonie, acces la internet de mare viteză și televiziune digitală. Cu toate acestea, dezvoltarea rețelelor NGN nu este așteptată să producă mutații majore înainte de 2010.

Se preconizează că rețelele IP vor deveni principala platformă pentru oferirea telefoniei fixe, ca serviciu suplimentar față de accesul la internet și transmisiunile de date. De asemenea, creșterea concurenței va determina sporirea diversității pachetelor de servicii. Telefonie fixă vândută la preț fix, cu minute nelimitate cel puțin în interiorul rețelei, are potențialul de a deveni o ofertă generalizată în 2010.

Serviciile de acces la internet și transmisiuni de date – situația actuală și tendințe

Soluțiile de acces la internet pot fi caracterizate sub aspectul lărgimii de bandă (bandă îngustă sau bandă largă) și a tipului conexiunii (*dial-up* – conexiune comună pentru voce și acces la internet, față de conexiune dedicată pentru acces la internet) (*Figura 10*).

În condițiile în care în România penetrarea serviciilor de acces la internet în bandă largă se află la unul dintre cele mai scăzute niveluri din rândul statelor membre EU27, ratele de creștere medii anuale depășesc 100%.

Mai mult, spre deosebire de majoritatea statelor membre EU27, accesul la internet prin DSL este minoritar (*Figura 11*), în principal datorită lansării comerciale relativ târzii a produsului de către operatorul fost monopolist Romtelecom. Acesta a anunțat însă public investiții masive în extinderea ADSL în următorii doi ani, iar informațiile preliminare sugerează o creștere rapidă a conexiunilor ADSL.

Segmentul conexiunilor de acces dedicat la internet este caracterizat de un număr mare de ofertanți: 41% dintre utilizatori achiziționează servicii de la un număr de 700 de furnizori mici.

Spre deosebire de creșterea susținută a conexiunilor de acces dedicat la internet, popularitatea conexiunilor *dial-up* scade vertiginos: traficul *dial-up* a scăzut în medie cu 40% pe an, în ultimii 4 ani (*Figura 12*).

Fig. 10. Distribuția utilizatorilor de acces la internet (mii persoane, 2006)

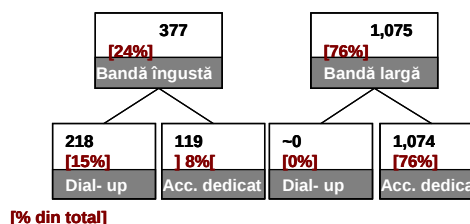


Fig. 11. Distribuția tehnologiilor de acces la internet în bandă largă (% utilizatori, Sep. 2006)

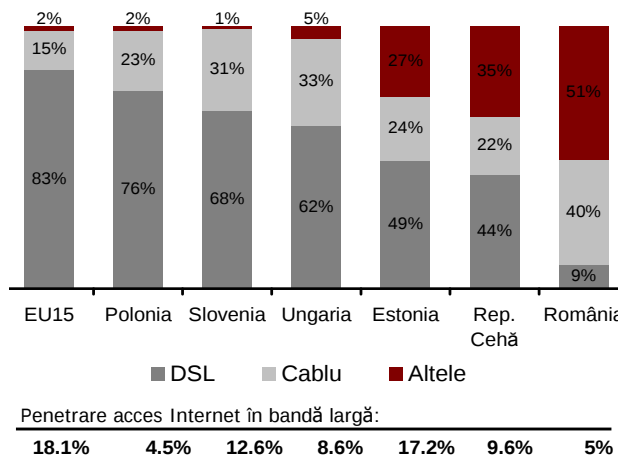
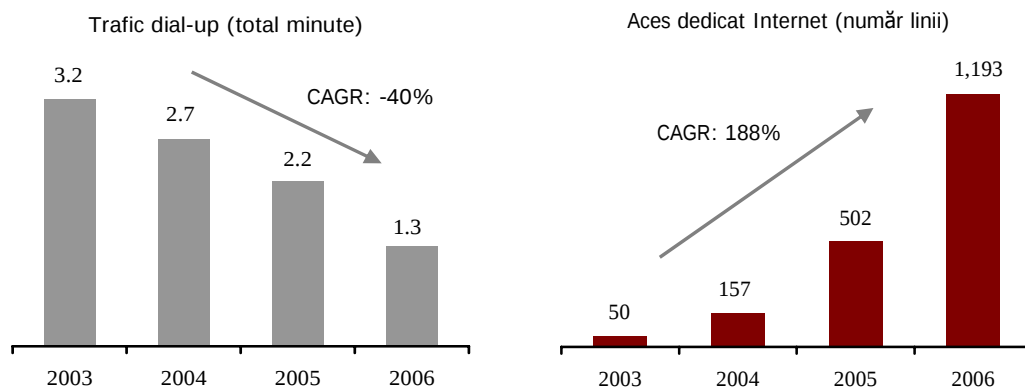


Fig. 12. Utilizarea serviciilor dial-up și acces dedicat la internet (2003-2006)



Cererea de servicii de acces la internet în bandă largă va conduce la creșterea penetrării și va constitui motorul investițiilor în rețelele fixe de comunicații electronice, în timp ce competiția pentru atragerea și menținerea clienților va favoriza scăderea prețurilor, creșterea calității, diversificarea ofertelor și introducerea serviciilor cu valoare adăugată.

În ceea ce privește serviciile de transmisiuni de date, acestea sunt furnizate cu precădere persoanelor juridice. Sub aspectul soluțiilor oferite, serviciile IP-VPN și Ethernet înregistrează cea mai mare răspândire, iar numărul relativ mare de furnizori de astfel de servicii caracterizează concurența pe piață. Sub aspectul cererii, se preconizează că, suplimentar față de soluțiile Intranet, soluțiile de Extranet și de acces la distanță (en. *remote access*) să devină tot mai răspândite.

Segmentare

Pornind de la caracteristicile platformelor de comunicații electronice la puncte fixe, segmentarea a fost realizată pe categorii de servicii, astfel: telefonie fixă la nivelul pieței cu amănuntul, internet și transmisiuni de date la nivelul pieței cu amănuntul și, respectiv, inputuri corespunzătoare la nivel de gros.

Telefonia fixă la nivelul pieței cu amănuntul

Sub aspectul funcționalității serviciilor furnizate pe piața cu amănuntul, au fost identificate următoarele segmente:

- *acces* – include accesul la telefonia fixă, apeluri și SMS-uri primite indiferent de origine, accesul la servicii cu valoare adăugată;
- *apeluri naționale* – apeluri efectuate în interiorul țării, respectiv către destinații locale (intrajudețean), naționale, către rețele mobile, către destinații non-geografice și SMS-uri naționale trimise;
- *apeluri internaționale* – apeluri efectuate către destinații internaționale.

Sub aspectul funcționalității, al nivelurilor de competiție, al prețurilor și al substituibilității cererii, a fost identificat un nivel suplimentar de segmentare pentru segmentele *acces* și *apeluri naționale* - linii individuale⁴ și linii grupate⁵.

Mediul concurențial în cadrul segmentului de *acces - linii grupate* pare să indice că intervenția de reglementare nu ar fi necesară. În condițiile în care cota de piață a Romtelecom este de aproximativ 96% din totalul numărului de linii cu acces multiplu (trunchiuri de centrală și linii ISDN PRA), informațiile statistice ale ANRCTI nu permit identificarea distinctă a numărului de conexiuni directe furnizate de operatorii de telefonie mobilă, despre care există indicii că ar fi larg răspândite. În lipsa unor informații detaliate, abordarea calitativă adoptată a pornit de la ipoteza că, întrucât cererea pentru aceste servicii este dată de cei mai profitabili clienți ai furnizorilor de comunicații electronice, este de așteptat un nivel sporit de concurență în cadrul acestui segment. Similar, datorită faptului că în majoritatea cazurilor ar fi nefiresc să se presupună că furnizorul de *acces - linii grupate* nu ar avea cea mai bună ofertă de apeluri naționale pe liniile grupate, segmentul *apeluri naționale - linii grupate* a fost considerat suficient de concurențial sub aspect prospectiv.

Toate platformele utilizate pentru furnizarea serviciilor la punct fix au fost avute în vedere, inclusiv rețelele mobile de comunicații care oferă soluții cu mobilitate limitată.

⁴ Termenul de linii individuale se referă la PSTN, cablu, ISDN2 și la soluțiile de telefonie fixă oferite de operatorii mobili.

⁵ Termenul de linii grupate se referă la PRI și soluțiile de acces prin conexiuni directe care grupează mai mult de 10 linii, furnizate de operatorii de rețele fixe și mobile.

Concurența în furnizarea de servicii de telefonie fixă pe piața cu amănuntul prezintă caracteristici diferite în mediul rural față de cel urban. Cu toate acestea, sub aspect prospectiv, barierele reduse pe care le înregistrează operatorii de telefonie mobilă la intrarea pe piața de telefonie fixă și atractivitatea serviciilor de telefonie fixă oferite de operatorii mobili, respectiv utilizarea redusă a serviciilor de selectare și preselectare a transportatorului pentru apelurile către destinații naționale, au constituit principalele argumente pentru care s-a considerat că nu se justifică realizarea unei segmentări suplimentare, pe criterii geografice, între urban și rural, a segmentelor de *acces - linii individuale* și, respectiv, *apeluri naționale - linii individuale*.

În ceea ce privește segmentul *apelurilor internaționale*, este de așteptat ca dominanța Romtelecom să se erodeze în ritmuri accelerate, superioare evoluțiilor înregistrate în celelalte segmente, pe fondul accentuării concurenței din partea celorlalți furnizori de apeluri internaționale, astfel încât, sub aspect prospectiv, piața a fost considerată concurențială.

Două segmente omogene au fost identificate ca relevante pentru intervenție: acces - linii individuale și apeluri naționale - linii individuale. Analiza-diagnostic a acestor segmente, în scopul evaluării mediului concurențial și a posibilelor deficiențe, a indicat următoarele:

- Acces - linii individuale

În condițiile în care nu se poate estima diminuarea cotei de piață a Romtelecom, de la 75% în prezent la valori sub pragul de semnificație în 2010, pe fondul puterii de contracarare scăzute a consumatorilor și în condițiile barierelor ridicate la intrarea pe piață, principalele indicii privind existența deficiențelor au provenit din nivelurile de satisfacție scăzute ale consumatorilor și din posibilitățile limitate de a alege furnizorii (90% din clienți sunt deserviți de operatorul fost monopolist sau de un singur alt operator).

- Apeluri naționale - linii individuale

Evoluțiile modeste înregistrate în utilizarea serviciilor de selectare și preselectare a transportatorului pentru apeluri naționale în ultimii 4 ani, precum și similitudinea cotelor de piață exprimate în număr de linii de acces și volume de apeluri naționale, par să indice drept comportament de consum preponderența utilizării aceluiași furnizor pentru acces și apeluri naționale. Existența soluțiilor de acces la bucla locală și a celor de (pre)selectare a transportatorului, chiar dacă au contribuit la diminuarea barierelor de intrare pe piață și la reducerea semnificației economiilor de scară, nu au avut drept efect creșterea atractivității segmentului în rândurile furnizorilor alternativi.

Analiza deficiențelor a reliefat numărul mic de alternative la furnizorul serviciilor de acces, iar în ceea ce privește tarifele furnizorului fost monopolist, s-a constatat nivelul mare al acestora (venituri medii/minut), o structură relativ complicată a planurilor tarifare (8 tarife diferite) și marje mari peste tariful de interconectare pentru apelurile în afara rețelei, de natură să întărească externalitatea rețelei Romtelecom. Dacă este probabil ca recente modificări ale ofertelor cu amănuntul, în special prin politica de tarife „zero” pentru apeluri în afara orelor de vârf, atât în rețea cât și în afara rețelei, să

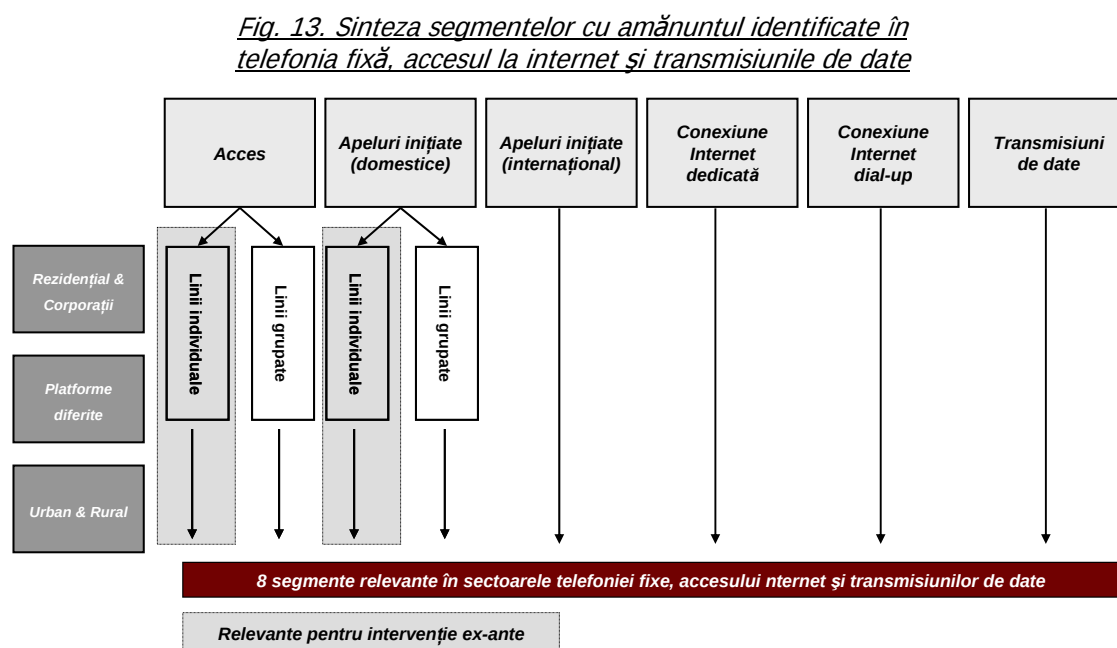
conducă la reducerea veniturilor medii/minut, impactul acestor oferte asupra efectului de rețea al Romtelecom nu poate fi estimat cu claritate.

Acces la internet și transmisiuni de date furnizate pe piața cu amănuntul

Din procesul de segmentare au rezultat 3 segmente, însă analiza-diagnostic pare să indice faptul că nici unul nu necesită intervenția de reglementare *ex ante*.

- *acces dial-up la internet* – segment în declin pronunțat, caracterizat de un număr mare de ofertanți de dimensiuni mici și foarte mici, cu excepția Vodafone și Romtelecom;
- *acces dedicat la internet* – evoluțiile înregistrate în ultimele 12 luni în materie de prețuri și de cotele de piață par să indice accentuarea concurenței pentru furnizarea de servicii de acces dedicat la internet;
- *soluții de transmisiuni de date* – segment caracterizat de furnizarea unei multitudini de produse, de către un număr relativ mare de furnizori, astfel încât nu există informații care să sugereze dominanța la nivelul segmentului.

Sinteza segmentelor omogene la nivel cu amănuntul identificate în cadrul sectorului de telefonie fixă, acces la internet și transmisiuni de date este prezentată schematic în *Figura 13*.



Servicii corespunzătoare la nivel de gros

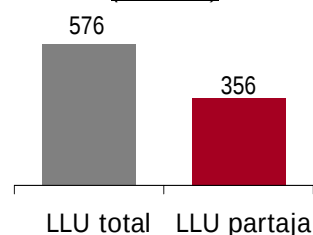
La nivel de gros, procesul de segmentare structurală a condus la identificarea următoarelor segmente omogene de servicii, iar analiza-diagnostic ale cărei concluzii sunt prezentate mai jos a indicat un număr de deficiențe, de natură să necesite, în cazul anumitor segmente, intervenția de reglementare.

- Servicii de acces necondiționat (total sau partajat) la bucla locală pentru furnizarea de serviciilor în bandă largă și voce

Accesul necondiționat, total sau partajat, la bucla locală este un produs reglementat, care asigură accesul la nivel de gros la rețeaua publică de telefonie fixă. Din punct de vedere tehnic, alternativa la acces o reprezintă dezvoltarea unei alte rețele, însă investițiile mari pe care le implică reduc substituibilitatea economică a unei astfel de soluții.

Analiza-diagnostic sugerează că, până în prezent, accesul necondiționat la bucla locală, ca soluție de reglementare, nu a avut practic nici un impact la nivelul sectorului (*Figura 14*). De asemenea, se apreciază că expansiunea soluțiilor de tip FttCab, cu consecințele sale în ceea ce privește schimbarea modelului de afaceri în special având în vedere volumul investițiilor necesare pentru deservirea unui număr relativ mic de consumatori, nu va încuraja dezvoltarea serviciilor oferite de furnizori alternativi pe bucla locală a Romtelecom.

Fig. 14. Număr linii acces necondițional la bucla locală (iulie 2007)



- Servicii de origine apeluri la puncte fixe

O alternativă la serviciul de origine a apelurilor o reprezintă intrarea pe piața accesului, fie prin achiziționarea serviciului de acces la buclă, fie prin construirea unei infrastructuri de acces proprii. Intrarea pe piața accesului este însă costisitoare și nu poate reprezenta o alternativă economică, substituibilă achiziționării serviciilor de origine.

Pe fondul marjei foarte mici de care beneficiază furnizorii de servicii de (pre)selectare a transportatorului, numărul mic de furnizori de apeluri prin procedurile de CS și CPS și ponderea nesemnificativă a acestor servicii au fost principalele deficiențe identificate în cadrul analizei-diagnostic a segmentului.

- Servicii de terminare apeluri la puncte fixe

Furnizarea, pe piața cu amănuntul, a serviciilor de apeluri în afara rețelei de origine, necesită achiziționarea, la nivel de gros, a serviciului de terminare a apelurilor de la operatorul care deține accesul la partea apelată. Specificul acestui segment constă în faptul că nu există alternativă la terminarea apelului către un anumit număr.

Serviciile de terminare sunt prin definiție furnizate pe piețe de monopol, de vreme ce operatorul care originează serviciul pe piața cu amănuntul (apel, mesaj de tip SMS) nu poate alege furnizorul serviciului de terminare. Pe astfel de piețe, în condițiile regimului „*partea apelantă plătește*”, există un potențial ridicat de abuz din partea furnizorului serviciului de terminare. Astfel, operatorii pot să își utilizeze puterea de monopol pe acest segment pentru negocierea unor tarife de terminare nejustificat de mari și chiar să discrimineze între partenerii contractuali în privința acestor tarife.

- Servicii de tranzit

Serviciul de tranzit este definit ca serviciul de transport al semnalului pe segmentul de rețea delimitat de serviciile de origine și terminare a apelurilor.

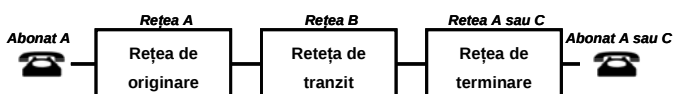
Schema din *Figura 15* ilustrează tranzitul prin intermediul unei terțe rețele, alta decât rețeaua de origine și rețeaua de terminare.

Serviciile de tranzit pot prezenta condiții concurențiale diferite, în funcție de caracterul național sau internațional al transportului apelurilor, astfel încât a fost adăugat un nivel suplimentar de segmentare, care distinge între tranzitul național și tranzitul internațional.

Fig. 15. Exemplu de serviciu de tranzit

Analiza-diagnostic a relevat faptul că, în ciuda indicilor privind rezonabilitatea barierelor de intrare

(numărul mare de furnizori), tranzitul național rămâne un serviciu cu atractivitate scăzută în rândul operatorilor (870 milioane minute în 2006). De asemenea, Romtelecom își menține dominanța la nivelul segmentului, cu o cotă de piață în ușoară creștere de-a lungul ultimilor 4 ani.



Analiza-diagnostic a indicat că segmentul de tranzit internațional nu este relevant pentru intervenție.

- Linii închiriate

Pentru furnizarea pe piață cu amănuntul a serviciilor de linii închiriate și a altor servicii de comunicații electronice, un furnizor trebuie fie să își dezvolte propria infrastructură, fie să achiziționeze servicii de linii închiriate pe piața de gros. Segmentele diferite ale liniilor închiriate pot fi caracterizate de medii concurențiale diferite, motiv pentru care a fost introdus un nivel suplimentar de segmentare:

- *linii închiriate-segmente terminale* – segmentul de linie închiriată-circuit total delimitat de un punct de interconectare pentru linii închiriate și un punct terminal al rețelei (utilizator final);
- *linii închiriate-segmente de trunchi* – segmentul de linie închiriată-circuit total delimitat de două puncte de interconectare pentru linii închiriate.

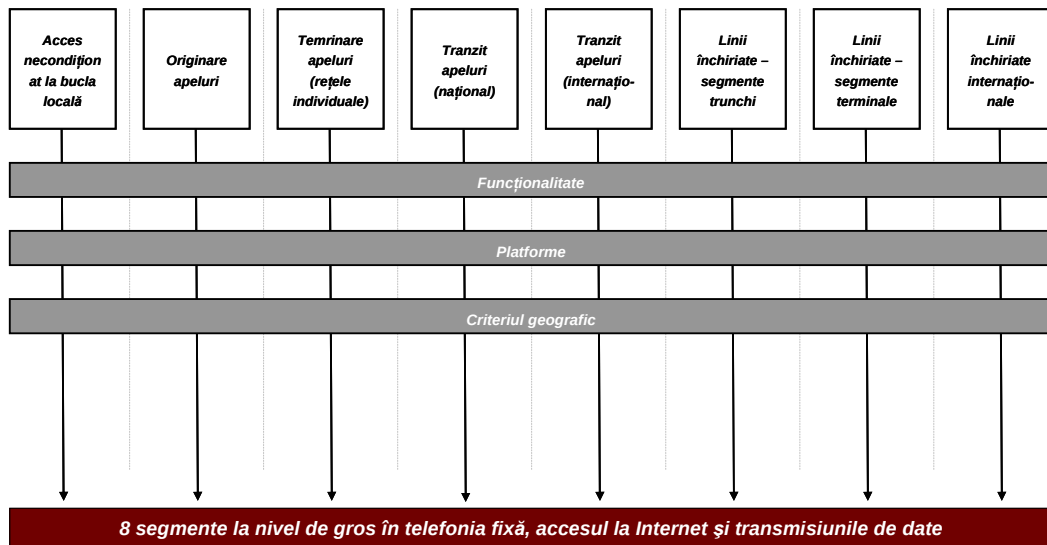
Dacă liniile închiriate-segmente de trunchi sunt caracterizate de concurență, barierele mari de intrare pe piața segmentelor terminale ale liniilor închiriate afectează competiția în furnizarea acestor servicii.

Celelalte deficiențe constatate cu prilejul analizei-diagnostic dominanța Romtelecom și în special ubicuitatea rețelei sale, numărul redus de furnizori pe acest segment și puterea de contracarare scăzută a clienților la nivel de gros recomandă menținerea reglementării segmentului.

Pe de altă parte, analiza-diagnostic a indicat că liniile închiriate care conectează doi clienți aflați în state diferite prezintă condiții concurențiale diferite, astfel încât a fost avut în vedere un segment distinct – *linii închiriate internaționale*.

Sinteza segmentelor omogene la nivel de gros identificate în cadrul sectorului de telefonie fixă, acces la internet și transmisiuni de date este redată schematic în *Figura 16*.

Fig. 16. Sinteza segmentelor la nivel de gros identificate în telefonia fixă, accesul la internet și transmisiunile de date

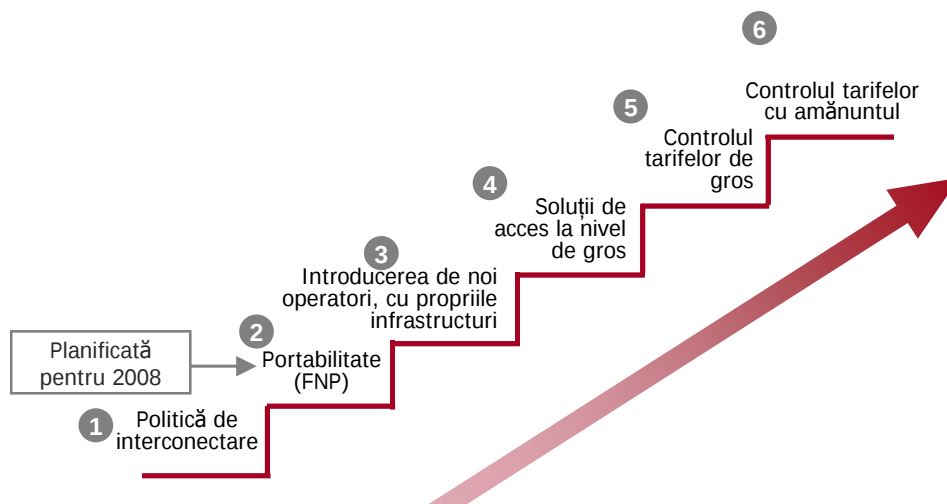


Opțiuni de intervenție de reglementare

Creșterea concurenței și îmbunătățirea transparenței tarifelor au fost identificate ca reprezentând principalele direcții de acțiune care să ghideze acțiunile de intervenție la nivelul segmentelor de telefonie fixă.

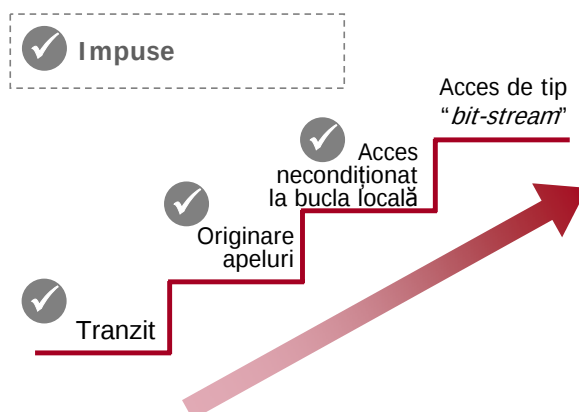
În vederea **stimulării concurenței**, au fost identificate o serie de opțiuni de intervenție de reglementare, atât la nivel de gros, cât și la nivel cu amănuntul, a căror aplicare trebuie investigată în raport cu problemele și deficiențele identificate (*Figura 17*). Aceste opțiuni sunt disponibile prin cadrul legislativ actual, reprezentând fie măsuri deja adoptate de ANRCTI (reglementarea tarifelor de terminare, portabilitatea numerelor, stimularea intrării pe piață de noi operatori, prin barierele reduse la autorizare și la obținerea resurselor de numerotație), fie obligații ce pot fi impuse de Autoritate în conformitate cu prevederile Capitolului II din Ordonanța Guvernului nr.34/2002 sau cu cele ale Capitolului III din Legea nr.304/2003.

Fig. 17. Opțiuni de intervenție pentru creșterea concurenței în telefonia fixă



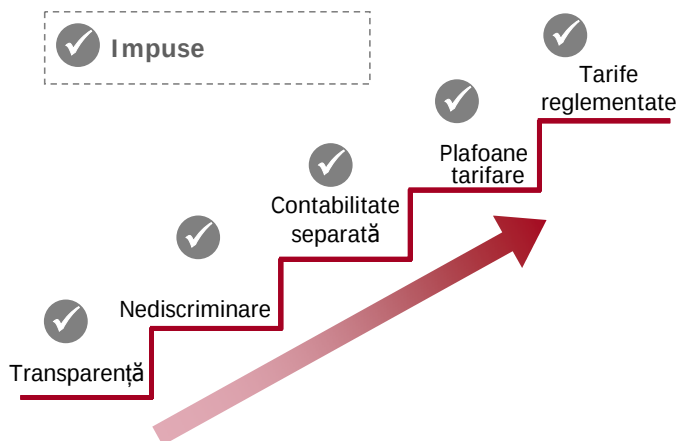
Pentru stimularea concurenței prin reglementarea serviciilor de acces, au fost identificate următoarele opțiuni de intervenție de reglementare (*Figura 18*):

Fig. 18. Opțiuni de intervenție graduală pentru reglementarea serviciilor de acces



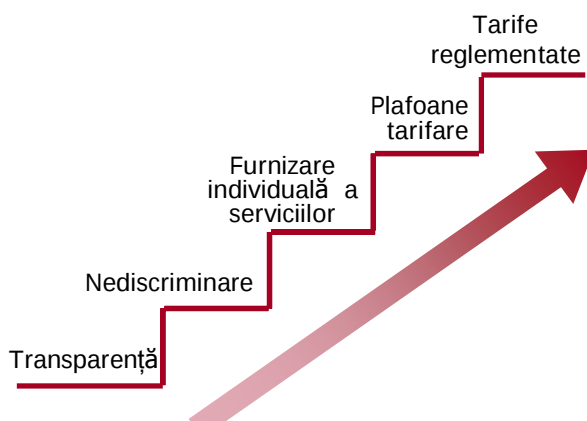
Pentru promovarea concurenței prin reglementarea serviciilor de interconectare (originare, terminare și tranzit) au fost identificate următoarele opțiuni de intervenție de reglementare (*Figura 19*):

Fig. 19. Opțiuni de intervenție graduală pentru reglementarea serviciilor de interconectare



Stimularea concurenței prin reglementarea tarifelor cu amănuntul pentru serviciile de telefonie fixă poate fi realizată gradual, printr-o serie de opțiuni de intervenție de reglementare, după cum urmează (*Figura 20*):

Fig. 20. Opțiuni de intervenție graduală pentru reglementarea tarifelor cu amănuntul



Pentru îmbunătățirea **transparenței tarifelor** serviciilor de telefonie fixă, de natură să stimuleze un comportament de consum rațional, au fost identificate două opțiuni de intervenție, similare celor identificate pentru sectorul telefoniei mobile: introducerea unor instrumente care să permită compararea tarifelor și măsuri în vederea creșterii transparenței facturilor. Aceste opțiuni sunt disponibile prin cadrul legislativ actual, constituind obligații ce pot fi impuse de ANRCTI în temeiul art.20 din Legea nr.304/2003 și, respectiv, al art.6 din Legea nr.506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice.

3.4.3. Transmisia/retransmisia programelor audiovizuale

Situația actuală

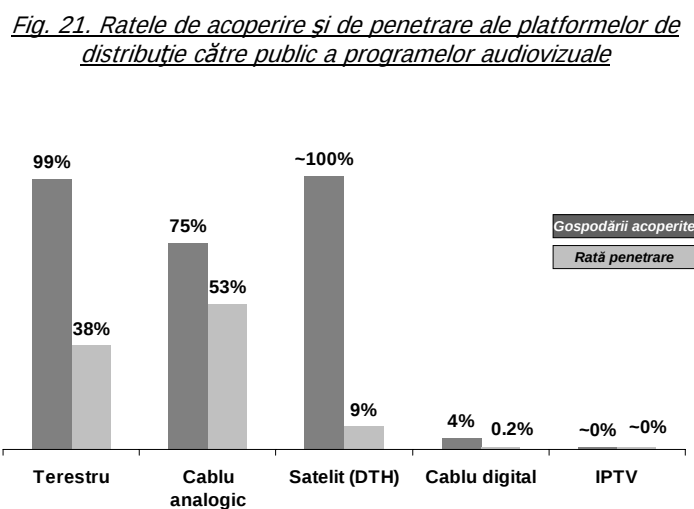
Piața serviciilor de programe audiovizuale din România este foarte diversificată sub aspectul soluțiilor tehnologice utilizate de radiodifuzori pentru asigurarea difuzării programelor către public (atât pentru transportul semnalului, cât și pentru distribuția către public), precum și al dinamicii competitive.

În domeniul televiziunii, există două servicii de programe publice cu acoperire națională a căror difuzare se realizează prin intermediul sistemelor radio terestre – TVR 1 și TVR 2 – și peste 300 de posturi publice și private locale⁶. În ceea ce privește serviciile de programe radio, la jumătatea anului 2007 existau 17 servicii de programe publice naționale și locale și aproximativ 200 de servicii private de programe naționale și locale. Cu o penetrare la nivel de gospodării de 62,4%⁷, serviciile de retransmisie a programelor audiovizuale pe bază de abonament (prin cablu, DTH și tehnologie IP) din România înregistrează una dintre cele mai mari rate de penetrare din Europa.

Sub aspectul conținutului serviciilor de programe furnizate, radiodifuzorii de programe radio difuzează, în general, propriile programe, în timp ce radiodifuzorii de programe TV, pe lângă producțiile proprii, achiziționează programe de la alți radiodifuzori sau de la case de producție specializate, cu care completează propria grilă de programe oferite publicului.

Datorită caracterului limitat al resurselor de spectru radio, transmisia serviciilor de programe audiovizuale pe cale radio terestră se realizează în baza licențelor de emisie, care sunt, de regulă, acordate radiodifuzorilor. Excepția de la regulă este constituită de Societatea Națională de Radiocomunicații (SNR), care, deși nu are statut de radiodifuzor, deține licențele de emisie naționale și locale pentru transmisia serviciilor publice de radio și TV.

Așadar, în România, distribuția serviciilor de programe de televiziune către public la nivelul pieței cu amănuntul este realizată fie în mod direct de către radiodifuzori, fie de către terți, prin intermediul a trei platforme principale: pe **cale radio terestră**, în sistem analogic; prin intermediul suportului de **cablu coaxial** analogic (caz în care serviciile de programe sunt furnizate în ariile de acoperire a rețelelor proprii ale furnizorilor); prin sisteme digitale de comunicații **prin satelit** (inclusiv DTH), serviciile furnizate în acest mod având acoperire la nivel național (*Figura 21*).



Din punct de vedere al modului de transmisie către public, sunt

⁶ La data de 1 iulie 2007.

⁷ La data de 1 iulie 2007.

importante de menționat diferențele existente între transmisiile digitale și cele analogice ale programelor. **Transmisiile analogice** se caracterizează printr-o calitate redusă, prin existența unei capacități limitate și prin faptul că nu permit criptarea, pe când **transmisiile digitale** permit o mai mare capacitate de transmitere a datelor, asigurând astfel o calitate și o varietate mai mare a serviciilor transmise/retransmise, precum și furnizarea unor aplicații avansate, ca de exemplu VOD (*Video on Demand*) sau televiziune interactivă.

Rata de penetrare a serviciilor de transmisie în sistem digital este relativ redusă în România (13,6% din numărul total de abonați la serviciile de retransmisie a programelor audiovizuale la data de 1 iulie 2007), transmisia serviciilor de programe TV în sistem digital realizându-se în proporție de 99% prin satelit. Rețelele de cablu destinate (re)transmisiei serviciilor de programe audiovizuale în vederea asigurării distribuției către public sunt digitalizate într-o mică măsură, iar în cazul sistemelor ce utilizează spectrul de frecvențe radio („televiziunea terestră digitală”), procesul de digitalizare este în fază de testare, implementarea acestuia fiind preconizată a se realiza în următorii 5 ani, în condițiile în care majoritatea statelor membre UE au anunțat ca dată estimativă pentru abandonarea „televiziunii terestre analogice” și trecerea la transmisiile terestre digitale anul 2012.

Așa cum s-a menționat, în România, pe lângă platformele de transmisie/retransmisie „tradiționale”, serviciile de programe audiovizuale sunt recepționate, la scară foarte redusă, și prin intermediul tehnologiei IP (*IPTV*) și, respectiv, a rețelilor mobile de telefonie („*mobile TV*”).

IPTV presupune folosirea protocolului IP pentru transmiterea semnalului, permițând furnizarea de servicii de programe audiovizuale alături de serviciile de acces la internet, transmisiuni de date și telefonie. Diferențele esențiale față de celelalte soluții utilizate pentru recepționarea programelor de televiziune constau în interactivitatea sistemului, comunicația fiind bidirecțională, faptul că lărgimea de bandă necesară pentru asigurarea calității și varietății transmisiei se înscrie în intervalul 15-20 Mb/consumator, precum și necesitatea asigurării unor servicii IP a căror calitate este gestionată (en. *managed*). Astfel, orice utilizator al soluției *IPTV* își poate configura un program propriu astfel încât să poată vedea programele dorite la orele dorite, poate schimba sau crea din mai multe programe TV un program personalizat. În România, serviciul oferit pe baza tehnologiei *IPTV* a fost lansat la sfârșitul anului 2005 de către un operator alternativ folosind rețeaua proprie. Serviciul este nou, în dezvoltare, și încă puțin cunoscut și utilizat, aria sa de acoperire fiind în prezent limitată la București și la o altă localitate apropiată.

Serviciile de tip „mobile TV” se înscriu în planurile de utilizare a lărgimii de bandă suplimentare puse la dispoziția consumatorilor odată cu implementarea rețelilor HSPA ale operatorilor de telefonie mobilă, permițând furnizarea de conținut la cerere sau în timp real. Este de așteptat ca generalizarea consumului de servicii de transmisii TV prin platforme „avansate” să nu se realizeze mai devreme de 2010.

În condițiile în care studiile de piață efectuate în rândul consumatorilor arată că 97% din gospodăriile dispun de cel puțin un echipament de televiziune, 3,8 milioane de gospodării utilizează cablul coaxial pentru recepționarea programelor TV (care se realizează în cea mai mare parte în mod analogic), iar diferența se presupune că recepționează programele de televiziune prin intermediul sistemelor radio terestre (antene), ofertele de servicii de distribuție a programelor audiovizuale prin intermediul

tehnologiei „direct-to-home” (DTH), lansate în România în anul 2005, câștigă din ce în ce mai multă popularitate, totalizând aproximativ 1 milion de clienți la mijlocul anului 2007.

Din punct de vedere al ofertei de servicii de distribuție către public a serviciilor de programe pe bază de abonament, doi furnizori (RCS & RDS și UPC) dețin peste 70% din numărul de abonamente furnizate prin intermediul suportului de cablu și un procent apropiat în materie de abonamente DTH, în timp ce oferta DTH a Romtelecom, deși lansată recent, se remarcă prin ratele mari de creștere, totalizând mai mult de 250.000 de abonați în primele 8 luni de la lansare (la nivelul lunii august 2007). În ceea ce privește furnizorii de servicii de retransmisie a serviciilor de programe audiovizuale exclusiv prin intermediul suportului de cablu, aceștia sunt în număr de 581⁸, operează la scară mică și foarte mică, în general cu acoperire locală și cu un portofoliu mic de clienți (în marea majoritate a cazurilor sub 100). Conform informațiilor furnizate de operatorii rețelelor de cablu, gradul de suprapunere a rețelelor acestora este limitat, fiecare furnizor având practic o cotă de piață de 100% în aria respectivă de furnizare a serviciilor.

Tendințe

Principalele tendințe de evoluție identificate la nivelul sectorului serviciilor de (re)transmisie a programelor audiovizuale sunt următoarele:

- digitalizarea graduală a rețelelor, în principal pe seama creșterii semnificației utilizării sistemelor DTH ca și modalitate de recepționare a programelor audiovizuale de către public, precum și, în proporție redusă, datorită accelerării gradului de digitalizare a rețelelor de cablu;
- ameliorarea concurenței, pe măsura utilizării pe scară din ce în ce mai largă a serviciilor de retransmisie a programelor audiovizuale pe suport DTH, în special a celor oferite de Romtelecom;
- creșterea utilizării serviciilor de (re)transmisie a programelor audiovizuale oferite la pachet cu alte servicii de comunicații electronice.

Segmentare

Pe baza caracteristicilor tehnice și de conținut, a funcționalității și a modalității în care publicul are acces la suporturile de recepționare a programelor audiovizuale, procesul de segmentare a serviciilor de transmisie/retransmisie a programelor audiovizuale în vederea asigurării distribuției acestora către public a avut ca rezultat următoarele segmente la nivel cu amănuntul:

- Servicii de programe radio locale și naționale a căror distribuție către public se realizează prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel național;
- Servicii de programe TV locale și naționale a căror distribuție către public se realizează prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel național;
- Servicii de programe radio și TV locale și naționale pe bază de abonament a căror distribuție către public se realizează prin intermediul rețelelor de cablu sau al sistemelor satelit de tip DTH, la nivel național.

Este important de menționat faptul că, datorită dezvoltării foarte reduse a transmisiilor digitale prin cablu și a previziunilor de expansiune limitată a serviciilor cu valoare

⁸ La data de 1 iulie 2007.

adăugată de tipul VOD (*Video on Demand*), PVR (*Personal Video Recorder*), PPV (*Pay Per View*), nu a fost realizată o segmentare suplimentară a serviciilor de (re)transmisie a serviciilor de programe pe bază de abonament în funcție de modul de transmisie (analogic sau digital), considerându-se că aceasta nu este relevantă pentru orizontul de timp al analizei strategice.

De asemenea, pentru scopul acestui document, nu a fost operată o segmentare suplimentară a serviciilor de programe TV pe bază de abonament în funcție de platforma utilizată (cablu sau DTH), în principal datorită existenței unor indicii referitoare la evoluția în viitorul apropiat a percepției consumatorilor în ceea ce privește substituibilitatea cererii și similitudinea caracteristicilor de funcționalitate și preț. Totuși, o serie de aspecte, precum existența unei relații de complementaritate, și nu de substituibilitate completă între cele două platforme, în special în cazul analizării disponibilității serviciilor în funcție de mediul de reședință (rural/urban), barierele de utilizare a serviciilor de tip DTH și relativa noutate a ofertelor DTH recomandă evaluarea cu rigurozitate a acestui nivel de segmentare cu ocazia aplicării criteriilor de segmentare specifice identificării și analizării piețelor relevante în vederea impunerii unor eventuale măsuri de reglementare *ex ante*.

Analiza-diagnostic a demonstrat faptul că segmentele de piață cu amănuntul reprezentate de serviciile de (re)transmisie a programelor audiovizuale prin intermediul sistemelor radio terestre la nivel național și local (atât radio cât și TV) nu prezintă caracteristici care să justifice intervenția Autorității, în condițiile în care tariful de utilizare este stabilit prin lege și nu există legătură directă între acesta și serviciile furnizate; mai mult, niciunul dintre radiodifuzori nu deține o poziție dominantă în cadrul segmentelor analizate.

În ceea ce privește segmentul cu amănuntul al serviciilor de transmisie a programelor TV pe bază de abonament (prin rețele de cablu și satelit), analiza-diagnostic a relevat o serie de deficiențe. Astfel, în primul rând, la nivel național, cotele de piață ale celor doi furnizori principali (RCS & RDS și UPC) sunt relativ apropiate, însă la un nivel superior de granularitate, în zone geografice determinate din mediul urban (de exemplu, cartiere), majoritatea consumatorilor utilizează serviciile aceluiași furnizor, astfel încât, pe fondul suprapunerii limitate a rețelelor celor doi, există un potențial ridicat de dominanță geografică. Totuși, se preconizează că dezvoltarea serviciilor de (re)transmisie a programelor TV prin sisteme de tip DTH în vederea distribuției către public va constitui principalul factor generator de competiție, de natură să amelioreze în manieră semnificativă mediul concurențial în ansamblul teritoriului național și să erodeze potențialul de dominanță geografică a furnizorilor de servicii de (re)transmisie a programelor TV prin rețelele de cablu. Alte deficiențe constatate în cadrul analizei sunt legate de barierele semnificative la intrarea pe piață, amplificate de eterogenitatea politicilor de acces pe proprietăți ale autorităților administrației publice locale, de existența unor bariere legale (obligații de „*must carry*” în sarcina distribuitorilor de servicii), precum și nivelurile reduse de inovație asociate proporției scăzute de digitalizare a rețelelor. Cu toate acestea, pentru orizontul de timp aferent strategiei, analiza-diagnostic nu indică necesitatea adoptării unor măsuri de reglementare în cazul acestui segment.

La nivel de gros, aplicarea criteriilor de segmentare a avut ca rezultat următoarea structură de servicii de (re)transmisie a programelor audiovizuale prin rețelele de comunicații în vederea asigurării distribuției/difuzării acestora către public:

- Servicii de (re)transmisie a serviciilor de programe publice (locale și naționale) de radiodifuziune prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel național;
- Servicii de (re)transmisie a serviciilor de programe private de radiodifuziune prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel local;
- Servicii de (re)transmisie a serviciilor de programe publice (locale și naționale) de televiziune prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel național;
- Servicii de (re)transmisie a serviciilor de programe private de televiziune prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel local;
- Servicii de (re)transmisie a programelor TV și radio pe bază de abonament, prin rețele de cablu, delimitată de zona de acoperire geografică a fiecărei rețele;
- Servicii de (re)transmisie a programelor TV și radio pe bază de abonament, prin intermediul sistemelor de tip satelit (inclusiv DTH), la nivel transnațional.

Analiza-diagnostic a indicat că, dintre segmentele identificate, segmentele reprezentate de serviciile de (re)transmisie a serviciilor de programe publice (locale și naționale, radio și TV) pe cale radio terestră la nivel național prezintă caracteristici care indică necesitatea aplicării unor măsuri de intervenție *ex ante*, datorită, în principal, interdependenței reglementate prin lege între radiodifuzori (SRR și SRTV) și proprietarul infrastructurii de difuzare (SNR)⁹. Astfel, posturile publice de radio și TV nu sunt titulare ale licențelor de emisie și sunt obligate prin lege să achiziționeze serviciile de transmisie și/sau acces la elemente de infrastructură în vederea asigurării distribuției serviciilor de programe de la un operator al unei rețele dezvoltate la nivel național, SNR fiind singura societate care îndeplinește acest criteriu. Pe de altă parte, SNR este titulara licenței care o obligă să difuzeze și să transmită serviciile de programe ale SRR și SRTV, astfel încât în calitate de unic vânzător de astfel de servicii, poate stabili tarifele și condițiile de furnizare a serviciilor independent de cerere, existând premisele exercitării un comportament abuziv de piață.

În acest context, analiza-diagnostic a indicat că SNR dispune de un potențial ridicat de a practica tarife excesive, pe fondul obligației posturilor publice de a cumpăra servicii numai de la acest furnizor, a numărului mare de salariați al SNR raportat la numărul stațiilor radioelectrice terestre pe care le operează, precum și a ponderii ridicate a cheltuielilor cu transmisiile serviciilor de programe în totalul veniturilor obținute de posturile publice.

La nivelul segmentelor serviciilor de (re)transmisie a serviciilor de programe private de radio și, respectiv, televiziune prin intermediul sistemelor radio terestre analogice, la nivel local, analiza-diagnostic a arătat că, în pofida existenței unui nivel rezonabil de concurență, o serie de radiodifuzori privați care au primit licențe de emisie în vederea utilizării unor frecvențe radio de mare putere cu acoperire regională pentru difuzarea unor programe de televiziune nu dețin elementele de infrastructură necesare pentru

⁹ Particularitățile cadrului legal sugerează oportunitatea investigării unei segmentări suplimentare în funcție de titularul licenței de emisie – radiodifuzorul sau proprietarul infrastructurii de difuzare.

amplasarea echipamentelor de transmisie, fiind obligați, pentru asigurarea gradului de acoperire prevăzut în licențe, în condiții de eficiență, să obțină acces la locațiile stațiilor de emisie deținute de SNR.

Celelalte deficiențe identificate pe segmentele serviciilor de (re)transmisie prin intermediul sistemelor radio terestre constau în numărul relativ redus de servicii de programe naționale de televiziune disponibile, precum și în lipsa de inovație, ca urmare a absenței digitalizării.

Pe segmentul serviciilor de (re)transmisie a programelor audiovizuale prin intermediul rețelelor de cablu, analiza-diagnostic a evidențiat faptul că, în mod teoretic, fiecare operator al unei rețele de cablu poate abuza de poziția pe care o are pe piață, practicând prețuri excesive sau discriminatorii în raport cu radiodifuzorii care au nevoie de aceste servicii pentru a asigura difuzarea serviciilor de programe la un număr cât mai mare de utilizatori finali. Cu toate acestea, mecanismele actuale de funcționare a pieței, interdependența existentă între cerere și ofertă pe această piață, susținută și de fluxurile financiare în sens invers între cele două părți (vânzătorul este cel care plătește cumpărătorul), demonstrează faptul că radiodifuzorii dețin putere de contracarare care descurajează exercitarea unui eventual abuz de poziție dominantă din partea operatorilor de rețele de cablu.

Pe de altă parte, analiza-diagnostic a relevat ca deficiență importantă la nivelul sectorului faptul că dezvoltarea rețelelor de cablu este afectată¹⁰ de lipsa unei politici coerente de acces pe proprietatea publică la nivel național, pe fondul practicilor eterogene și nu în puține cazuri abuzive ale autorităților administrației publice locale, care creează dificultăți majore în planificarea dezvoltării rețelelor și ridică în mod semnificativ barierele de intrare. Astfel, în multe situații, autoritățile administrației publice locale refuză acordarea autorizațiilor de construcție pentru instalarea rețelelor, acordă aceste autorizații în mod discriminatoriu sau chiar condiționat de obținerea acordului fostului operator monopolist sau îngreunează accesul pe proprietatea publică prin taxe locale excesive. Aceste practici survin chiar dacă, în prezent, Capitolul IV din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002 stabilește că accesul pe proprietatea publică pentru instalarea rețelelor de comunicații electronice trebuie să se facă în condiții de nediscriminare, transparentă și proporționalitate, inclusiv în ceea ce privește tarifele. Prevederile legale stabilesc aceste condiții în termeni generali, diferențele între operatori și autoritățile locale soluționându-se în instanță, fără implicarea ANRCTI.

Problemelor legate de accesul pe proprietatea publică li se adaugă dificultățile pe care operatorii de rețele de cablu le întâmpină în ceea ce privește utilizarea partajată a unor elemente de infrastructură (stâlpi, conducte, piloni etc.) care se află în proprietatea Electrica, Romtelecom și a regiilor locale de transport urban. Un număr semnificativ de operatori de rețele de cablu se confruntă cu refuzul acestor proprietari de a le permite accesul la stâlpi sau trebuie să plătească tarife de închiriere excesive ori discriminatorii, în condițiile în care de cele mai multe ori infrastructura de stâlpi reprezintă singura posibilitate viabilă din punct de vedere economic de a ajunge la utilizatori, instalarea

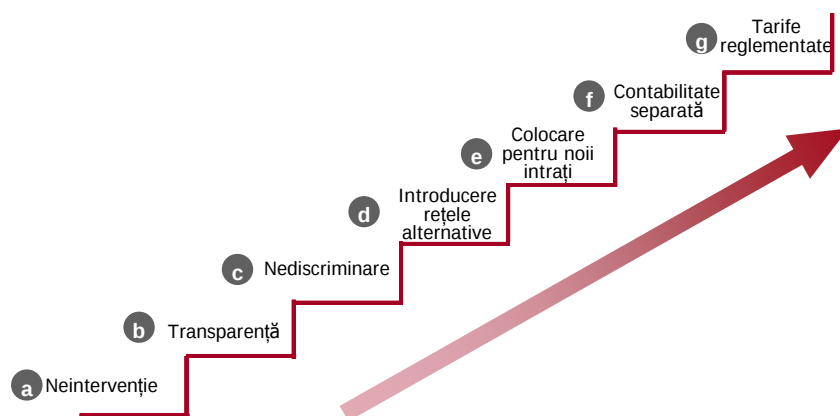
¹⁰ Această deficiență se manifestă și în alte sectoare (telefonie, acces la internet, transmisiuni de date), în măsura în care este afectată dezvoltarea rețelelor prin care sunt furnizate serviciile respective. Analiza-diagnostic a arătat că rețelele de cablu, care pot susține și furnizarea de servicii de telefonie fixă sau acces la internet, sunt afectate în cea mai mare măsură de problema accesului pe proprietăți, precum și de dificultățile legate de utilizarea partajată a elementelor de infrastructură.

subterană a rețelelor fiind o soluție costisitoare, adecvată numai pentru zone urbane foarte profitabile. Trebuie menționat că, în prezent, utilizarea partajată a infrastructurii asociate rețelelor de comunicații electronice poate fi impusă de ANRCTI în temeiul prevederilor art.25 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002 numai în situațiile în care elementele de infrastructură în cauză sunt deținute de un furnizor de rețele de comunicații electronice.

Opțiuni de intervenție de reglementare

În raport cu deficiențele de ordin concurențial constatate la nivelul (re)transmisiei serviciilor de programe radio și TV pe cale radio terestră, au fost identificate o serie de opțiuni de intervenție de reglementare, care au în vedere **prevenirea practicării unor tarife excesive de către SNR**, precum și **facilitarea accesului altor operatori la infrastructura deținută de SNR**. Aceste opțiuni sunt disponibile prin cadrul legislativ actual, reprezentând aproape în totalitate obligații ce pot fi impuse de ANRCTI în conformitate cu prevederile Capitolului II din Ordonanța Guvernului nr.34/2002¹¹ (Figura 22):

Fig. 22. Opțiuni de intervenție pentru ameliorarea problemelor concurențiale în cazul furnizării serviciilor de transmisie a programelor audiovizuale pe cale radio terestră



Totodată, pentru remedierea deficiențelor legate de rata redusă a inovației, a fost identificată ca opțiune de intervenție **accelerarea procedurilor de introducere a serviciilor de televiziune terestră digitală**.

În ceea ce privește deficiențele legate de **accesul pe proprietăți și utilizarea partajată a infrastructurii**, care afectează în principal dezvoltarea rețelelor de cablu, identificarea opțiunilor de intervenție trebuie să țină seama de faptul că, pe de o parte, stabilirea condițiilor de acces pe proprietatea publică se află în sfera de competență a autorităților administrației publice locale, iar pe de altă parte, competența ANRCTI de a interveni în materia utilizării partajate a infrastructurii este stabilită de Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002. Din acest motive, orice eventuale limitări ale prerogativelor autorităților locale de a stabili condițiile de acces, respectiv orice

¹¹ Cu excepția facilitării dezvoltării unor rețele alternative la rețeaua SNR („Introducere rețele alternative” în Figura 22), care presupune mecanisme diferite de punere în practică.

potențială extindere a competenței ANRCTI la cazuri în care deținătorul infrastructurii nu are calitatea de furnizor de rețele de comunicații electronice trebuie să se bucure de consacrare legislativă. Astfel, modificarea legislației primare poate avea în vedere următoarele opțiuni de intervenție:

- Stabilirea unei proceduri clare, transparente și nediscriminatorii de încheiere a contractelor de acces pe proprietatea publică, care poate include următoarele elemente:
 - publicarea condițiilor de acces și a tarifelor practicate, care să fie stabilite cu respectarea principiilor proporționalității, obiectivității și nediscriminării între furnizori și între tehnologiile utilizate de aceștia (eventual sub forma unei „oferte de referință” pentru accesul pe proprietatea publică);
 - interzicerea stabilirii de taxe și impozite locale pentru accesul pe proprietăți (solicitantul datorând numai tarifele din contract);
 - mecanisme pentru coordonarea lucrărilor pe proprietatea publică în vederea instalării rețelelor (în special în subteran), care pot include reguli de împărțire a costurilor între participanți.
- Extinderea competenței ANRCTI pentru a cuprinde și următoarele opțiuni de intervenție graduală:
 - soluționarea diferendelor legate de utilizarea partajată a infrastructurii, în toate cazurile unde nu se ajunge la o înțelegere între un furnizor de rețele de comunicații electronice, pe o parte, și o persoană care deține sau controlează elemente ale infrastructurii asociate (nu neapărat furnizor de rețele, ca în prezent), pe de altă parte;
 - impunerea obligației de publicare a condițiilor de utilizare partajată a infrastructurii deținute de anumite entități (marii proprietari de infrastructuri, precum Electrica, Romtelecom, regiile de transport local), inclusiv a tarifelor practicate, cu respectarea principiilor proporționalității, obiectivității și nediscriminării între furnizori și între tehnologiile utilizate de aceștia (eventual sub forma unei „oferte de referință” pentru accesul la infrastructuri în regim de utilizare partajată);
 - reglementarea condițiilor de utilizare partajată a infrastructurii deținute de entitățile menționate la punctul anterior, inclusiv a tarifelor de utilizare percepute.

3.4.4. Intercondiționări între segmentele identificate

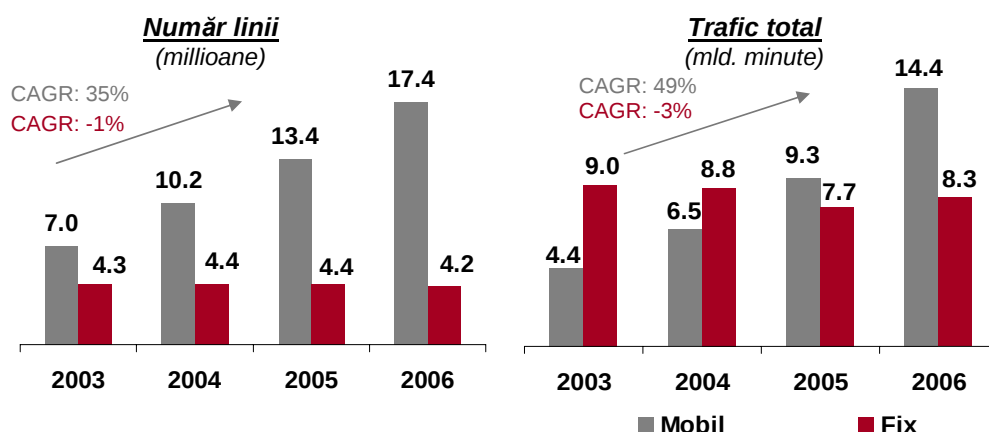
În cadrul analizei-diagnostic au fost identificate și analizate intercondiționările existente între segmentele identificate în cadrul sectorului de comunicații electronice.

Concluziile analizei-diagnostic au relevat faptul că, în condițiile manifestării anumitor intercondiționări între segmentele omogene identificate, magnitudinea acestor intercondiționări nu justifică, pentru orizontul de timp până în 2010, refacerea rezultatelor segmentării, sau, după caz, a diagnosticului la nivelul fiecărui segment identificat.

Substituția fix-mobil

Analizele efectuate relevă un anumit grad de substituție a serviciilor de telefonie fixă cu cele de telefonie mobilă pe piața de comunicații din România, reliefată prin evoluțiile înregistrate atât sub aspectul traficului, cât și la nivelul numărului de utilizatori (*Figura 23*).

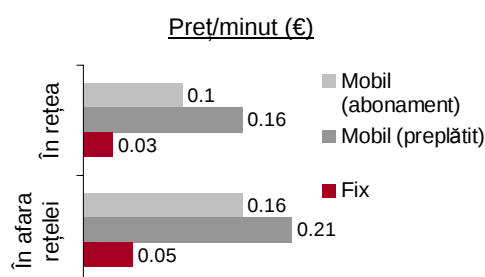
Fig. 23. Evoluție comparativă a numărului de conexiuni și a traficului în rețelele fixe și mobile



Totuși, diferențe semnificative continuă să caracterizeze cele două servicii. Din punctul de vedere al funcționalității, substituția este asimetrică, în principal datorită faptului că simetria substituției între fix și mobil este posibilă numai la nivelul locațiilor fixe.

În al doilea rând, diferențele semnificative între prețurile apelurilor la telefonie fixă și, respectiv, mobilă (*Figura 24*) continuă să fie expresia unei substituibilități asimetrice, chiar și în condițiile în care valoarea comparativă a abonamentelor la cele două tipuri de servicii afectează evaluarea substituției. Analizele de piață realizate în rândul utilizatorilor persoane fizice în intervalul aprilie-mai 2007 confirmă caracterul pronunțat asimetric al substituției: o creștere de 5-10% a prețurilor

Fig. 24. Prețuri comparative în telefonie fixă și telefonie mobilă



abonamentelor ar determina 3% din consumatori să renunțe la telefonie mobilă, în timp ce rata de renunțare la telefonie fixă ar fi de 5 ori mai mare, comportamente similare fiind identificate și în rândul persoanelor juridice.

Mai mult, datorită penetrării relativ reduse a telefoniei fixe, serviciile mobile nu substituie întotdeauna serviciile fixe, primele venind să suplinească lipsa accesului la cele din urmă.

Analiza-diagnostic a indicat că nivelurile de substituibilitate între telefonie fixă și cea mobilă nu justifică includerea serviciilor într-un singur segment omogen.

Convergența fix-mobil

Din punct de vedere tehnologic, este necesară suprapunerea a două niveluri pentru a permite furnizarea serviciilor convergente fix-mobil: nivelul echipamentului terminal (un echipament care poate funcționa atât în rețeaua fixă, cât și în cea mobilă) și nivelul rețelei (utilizarea unei rețele unice IP pentru aplicațiile fixe și mobile, bazate pe tehnologia SIP/IMS). Soluțiile convergente fix-mobil (FMC) necesită conexiuni în bandă largă și utilizarea tehnologiei WiFi.

În general, fenomenul de substituție fix-mobil este catalizat de dezvoltarea soluțiilor tehnologice convergente fix-mobil (FMC). În prezent, în România nu există soluții FMC propriu-zise, deși recent operatorii de rețele de telefonie mobilă au introdus servicii de telefonie fixă având ca suport propriile rețele mobile. Soluțiile oferite pe piața românească diferă în funcție de natura clienților – utilizatori rezidențiali sau companii. Soluțiile fix-mobil pentru utilizatorii rezidențiali folosesc elementele clasice ale rețelelor de telefonie mobilă, dar restricționează prin diverse mijloace mobilitatea, fie la inițierea sau primirea apelurilor, fie pe durata desfășurării apelurilor. În ceea ce privește companiile, soluțiile oferite variază, de la interfețele de tip *premicell*, care urmăresc înlocuirea traficului fix-mobil cu traficul în rețea, până la oferirea de conexiuni directe pe numerotație non-geografică prin intermediul unor linii grupate, cu funcționalitate similară cu a liniilor tradiționale de telefonie fixă.

Penetrarea scăzută a conexiunilor de bandă largă în România reprezintă o piedică importantă în apariția soluțiilor convergente, susținută și de relativa inerție a principalilor furnizori de servicii de comunicații, dintr-o varietate de motive: percepția unui risc de canibalizare a traficului inițiat în interiorul clădirilor, în cazul operatorilor de telefonie mobilă; restricțiile tehnologice și penetrarea scăzută a ADSL, în cazul operatorilor integrați (precum Romtelecom și Cosmote); complexitatea soluțiilor tehnice care ar trebui implementate de operatorii de cablu.

Pachetele de servicii

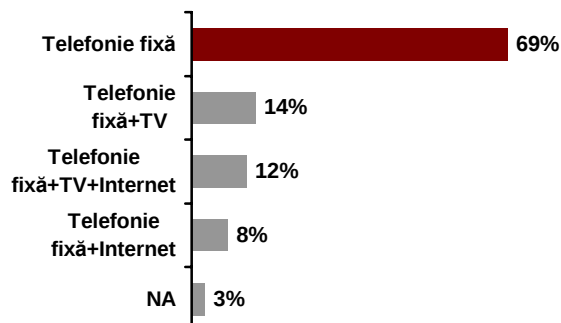
Există mai multe abordări cu privire la conținutul și criteriile care trebuie îndeplinite pentru calificarea unei oferte drept pachet de servicii, de la interpretările cele mai restrictive (un singur furnizor, un singur preț, o singură factură), până la abordările mai cuprinzătoare și mai flexibile, care acordă prioritate conținutului ofertei și nu formei în care aceasta este prezentată.

Caracteristicile pieței românești par a recomanda o interpretare cuprinzătoare a pachetelor de servicii, care să permită surprinderea cu mai multă acuratețe a

fenomenului, în diversele sale forme de manifestare, de la vânzări legate la pachete propriu-zise, bazate pe o unică platformă tehnologică sau create de politica de marketing.

Pachetele de servicii de comunicații au câștigat popularitate și notorietate în ultimii ani și se preconizează că vor avea un impact semnificativ asupra dinamicii pieței până în 2010 (*Figura 25*). Pachetele de servicii au implicații atât din punctul de vedere al consumatorilor, cât și din acela al furnizorilor, având ca efect pozitiv creșterea cererii de servicii, dar putând determina și reducerea nivelului migrației utilizatorilor între furnizori. Din punct de vedere al reglementării, pachetele fac mai dificilă monitorizarea prețurilor operatorilor prezenți pe mai multe segmente ale pieței.

Fig. 25. Distribuția pachetelor de telefonie fixă



Pachetele de servicii oferite utilizatorilor rezidențiali pot fi de două tipuri: pachete bazate pe utilizarea aceleiași platforme sau pachete de marketing. Un exemplu de pachet de marketing este cel oferit de Romtelecom (telefonie, internet și televiziune DTH), iar un altul îl constituie pachetele de tip „*quadruple-play*” recent lansate de RCS & RDS. Conform cercetărilor de piață realizate în rândul consumatorilor în intervalul aprilie-mai 2007, 34% dintre abonații de telefonie fixă beneficiază de cel puțin un tip de pachet. Datorită ratei de penetrare relativ scăzute a ofertelor de pachete, a percepției consumatorilor și a disponibilității serviciilor de comunicații electronice furnizate individual, diagnosticul a arătat că pachetele de servicii nu vor putea forma un segment omogen distinct în intervalul supus analizei. În prezent există patru opțiuni de pachete și niciuna nu deține o cotă de piață semnificativă. Odată cu introducerea pachetelor „*quadruple-play*”, pe piață vor fi disponibile 11 combinații diferite de pachete, astfel încât este improbabil ca un tip de pachet să dobândească o pondere semnificativă.

Pachetele de servicii oferite companiilor înregistrează, de asemenea, o tendință ascendentă, concretizându-se în oferte de tip „*double-play*” și „*triple-play*”. Companiile de telefonie mobilă (în principal marii operatori) sunt în prezent cel mai bine poziționate pentru promovarea agresivă a pachetelor de servicii, în special datorită avantajelor pe care le au comparativ cu operatorii de telefonie fixă, prin posibilitatea de a practica tarife scăzute la apeluri în propriile rețele.

Având în vedere nivelul actual de dezvoltare a pachetelor de servicii și lipsa de dominanță a unui anumit tip de pachet, redefinirea segmentelor omogene deja identificate nu este justificată. Pe viitor însă, este necesară monitorizarea dezvoltării ofertelor de pachete de servicii și, în măsura în care se vor contura anumite opțiuni dominante, investigarea oportunității ajustării actualei segmentări.

Alte tipuri de intercondiționări

Analiza-diagnostic a reliefat existența altor tipuri de intercondiționări, după cum urmează:

- Serviciile de acces la internet și transmisiuni de date în bandă largă la puncte fixe și mobile – Substituibilitatea celor două categorii de servicii este datorată ratei reduse de penetrare a serviciilor în bandă largă oferite de furnizorii de servicii de telefonie fixă. *Nu se întrevăd implicații asupra analizei mediului concurențial la nivelul sectoarelor de telefonie fixă sau mobilă în intervalul avut în vedere.*
- IPTV și serviciile în bandă largă – Proliferarea serviciilor în bandă largă și dezvoltarea rețelelor de nouă generație, în special de către Romtelecom, vor fi urmate de dezvoltarea televiziunii pe platformă IP (IPTV). Creșterea lărgimii de bandă va avea ca rezultat orientarea utilizatorilor de la televiziunea prin cablu sau satelit către serviciile IPTV. *Nu se întrevăde o pondere semnificativă a serviciilor IPTV înainte de 2010 sau un impact semnificativ asupra segmentelor de transmisii de programe audiovizuale pe bază de abonament.*
- Conexiunile în bandă largă și serviciile de voce – Creșterea ratei de penetrare a accesului la internet în bandă largă va permite avântul serviciilor de voce prin internet (VoIP fără gestiunea calității serviciilor). *Acesta nu se întrevăde a avea o influență semnificativă asupra pieței înainte de 2010, influența fiind în principal asupra apelurilor internaționale.*
- Serviciile mobile TV sunt oferite în prezent de Orange și Vodafone, dar cu un succes limitat, datorită numărului scăzut de terminale 3G. *Nu se întrevăde un impact semnificativ asupra segmentelor de transmisie de programe audiovizuale pe bază de abonament.*

3.5. Influențe intersectoriale

În cadrul analizei-diagnostic a sectorului au fost de asemenea analizate corelațiile și influențele intersectoriale cu impact semnificativ asupra evoluției piețelor serviciilor de comunicații electronice, cum ar fi corelația dintre piețele serviciilor de comunicații electronice și piețele echipamentelor de comunicații, piețele sistemelor informatice (*hardware* și *software*), piețele de conținut informațional etc. Au fost analizate, de asemenea, corelațiile existente la nivel macroeconomic între evoluția sectorului de comunicații electronice și evoluția mediului de afaceri la nivelul economiei în ansamblu.

- Macroeconomia

Creșterea economică are un efect puternic asupra creșterii sectorului comunicațiilor electronice. Trecerea la moneda Euro va influența nivelurile prețurilor și puterea de cumpărare, dar aceasta va surveni după anul 2010.

Implicațiile în analiză: Nu se întrevide o influență asupra analizei-diagnostic în orizontul de timp relevant.

- Industria producătoare de terminale și de echipamente pentru rețelele mobile

Dezvoltarea segmentului telefoniei mobile depinde direct de industria producătoare de terminale și de echipamente pentru rețelele mobile, care stabilește costurile upgradării rețelelor și ale intrării de noi jucători pe piață. Ca operatori cu poziție forte la nivel internațional, Orange și Vodafone se bucură de o putere de negociere semnificativă în acordurile cu furnizorii din această industrie, mai mare decât cea de care dispun Cosmote și Telemobil, care, în plus, vor trebui să facă față și provocărilor legate de întreținerea unei rețele cu o tehnologie din ce în ce mai puțin răspândită (GPRS), respectiv celor legate de oferta relativ limitată de terminale CDMA.

Implicațiile în analiză: Consolidarea poziției operatorilor Orange și Vodafone.

- Industria producătoare de receptoare TV și de echipamente pentru rețelele de cablu

Prețurile televizoarelor care permit receptarea semnalelor digitale în România vor influența renunțarea la transmisia terestră analogică a serviciilor de programe TV. De asemenea, industria de echipamente pentru rețele de cablu (analogice și digitale) va influența dezvoltarea rețelelor și nivelul de digitalizare din piață.

Implicațiile în analiză: Aceste aspecte pot influența planificarea și nivelul de investiții ale jucătorilor din piață.

- Conținut

Pe măsură ce accesul la internet, serviciile de transmisiuni de date și aplicațiile de conținut cresc ca pondere în veniturile operatorilor, furnizorii de conținut, inclusiv site-urile web, portalurile și serviciile de programe audiovizuale (în special conținutul

„premium”), vor avea un rol semnificativ în dinamica pieței. La rândul său, dezvoltarea conținutului local va impulsiona creșterea penetrării conexiunilor în bandă largă.

Implicațiile în analiză: Nu se întrevide o influență semnificativă asupra analizei-diagnostic pe intervalul de timp supus analizei.

- Rata de penetrare a PC-urilor

Există o strânsă interdependență între rata de penetrare a PC-urilor și rata de penetrare a serviciilor de acces la internet în bandă largă. Scăderea prețurilor și creșterea disponibilității PC-urilor pot accelera rata de penetrare a serviciilor în bandă largă, în timp ce creșterea numărului PC-urilor portabile poate stimula dezvoltarea serviciilor în bandă largă prin conexiuni WiFi în centrele urbane.

Implicațiile în analiză: Creșterea macro-economică este în măsură să influențeze rata de penetrare a PC-urilor și să determine creșterea ratei de penetrare a serviciilor în bandă largă.

4. IDENTIFICAREA OPȚIUNILOR STRATEGICE PENTRU ATINGEREA OBIECTIVELOR FUNDAMENTALE ALE ACTIVITĂȚII DE REGLEMENTARE

Diagnosticarea sectorului comunicațiilor electronice și a cadrului de reglementare din România, realizată în paralel cu interpretarea coerentă a obiectivelor fundamentale ale activității de reglementare, au stat la baza formulării unui sistem operațional unitar de obiective strategice, precum și a unui set de principii, politici și instrumente de reglementare bazate pe definirea, actualizarea și utilizarea unui sistem informațional complet de monitorizare a evoluției segmentelor, de avertizare și de fundamentare a deciziilor de reglementare.

4.1. Obiectivele fundamentale ale activității de reglementare

Documentul de consultare privind strategia de reglementare a sectorului publicat în anul 2006 a statuat că *„obiectivele și acțiunile Autorității sunt subsumate scopului ultim al politicilor de reglementare, acela de a proteja interesele utilizatorilor finali în ceea ce privește disponibilitatea, varietatea, calitatea și prețul serviciilor de comunicații electronice”*.

Art.5 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.134/2006 privind înființarea Autorității Naționale pentru Reglementare în Comunicații și Tehnologia Informației enumeră trei obiective ale ANRCTI: promovarea concurenței, susținerea dezvoltării pieței interne a Comunității Europene și promovarea intereselor utilizatorilor finali din Uniunea Europeană.

Ordonanța stabilește o serie de direcții de acțiune pe care Autoritatea trebuie să le urmeze pentru îndeplinirea fiecărui obiectiv. Astfel, pentru promovarea concurenței în sectorul comunicațiilor electronice, ANRCTI acționează în special în următoarele direcții:

- a) luarea tuturor măsurilor necesare pentru ca utilizatorii, inclusiv cei cu handicap sau cu nevoi sociale speciale, să obțină un maximum de beneficii în condițiile unei piețe concurențiale, în ceea ce privește diversitatea ofertei, tarifele și calitatea serviciilor;
- b) prevenirea acțiunilor ce au ca obiect sau pot avea ca efect distorsionarea ori restrângerea concurenței;
- c) încurajarea investițiilor eficiente în infrastructură și promovarea inovației;
- d) încurajarea utilizării eficiente și asigurarea administrării eficiente a resurselor de numerotație.

ANRCTI contribuie la dezvoltarea pieței interne pentru comunicații electronice a Comunității Europene acționând în special în următoarele direcții:

- a) înlăturarea barierelor în furnizarea la nivel european a rețelelor și serviciilor de comunicații electronice și a infrastructurii asociate;
- b) încurajarea stabilirii și dezvoltării de rețele transeuropene, a interoperabilității serviciilor paneuropene și a conectivității între utilizatorii finali;
- c) respectarea principiului nediscriminării în ceea ce privește tratamentul aplicat furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice aflați în situații similare;
- d) cooperarea într-o manieră transparentă cu autoritățile naționale de reglementare cu atribuții similare din străinătate, precum și cu Comisia Europeană, în vederea dezvoltării unei practici de reglementare coerente și a aplicării concertate a legislației naționale armonizate cu normele adoptate la nivelul Uniunii Europene.

ANRCTI promovează interesele utilizatorilor finali din Uniunea Europeană în special prin următoarele direcții de acțiune:

- a) asigurarea condițiilor de exercitare a dreptului de acces la serviciul universal, astfel cum acesta este prevăzut de Legea nr.304/2003 pentru serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile de comunicații electronice, cu modificările și completările ulterioare;
- b) asigurarea unui nivel înalt de protecție a utilizatorilor finali în relațiile acestora cu furnizorii;
- c) implicarea în asigurarea unui nivel înalt de protecție a drepturilor persoanelor, în special a dreptului la viață privată, cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal;
- d) promovarea furnizării de informații clare, în special în ceea ce privește transparența tarifelor și a condițiilor de utilizare a serviciilor de comunicații electronice destinate publicului;
- e) promovarea intereselor specifice ale utilizatorilor cu handicap și ale celor cu nevoi sociale speciale;
- f) asigurarea protejării integrității și securității rețelelor publice de comunicații electronice.

Pe baza obiectivelor stabilite de cadrul legal, se pot stabili trei obiective fundamentale de reglementare care trebuie să stea la baza intervenției pe piață a Autorității:

- **Promovarea concurenței;**
- **Încurajarea investițiilor eficiente în infrastructură și promovarea inovației;**
- **Promovarea intereselor utilizatorilor finali.**

4.2. Obiectivele strategice ale ANRCTI pentru următorii 3 ani

Pentru definirea obiectivelor strategice au fost utilizate ca referință atât modelele teoretice de gândire economică privind reglementarea eficientă a sectorului de comunicații electronice, cât și practicile unor autorități de reglementare reprezentative pe plan internațional, inclusiv atingerea unor obiective mai largi, cu caracter trans-sectorial, precum obiectivele inițiativei i2010 – *O Societate Informațională europeană pentru dezvoltare și locuri de muncă*¹² sau prevederile strategiei de la Lisabona cu privire la dezvoltarea societății informaționale.

Criteriile esențiale utilizate pentru formularea obiectivelor strategice au fost, pe de o parte, structura actuală a sectorului de comunicații electronice din România, iar pe de altă parte, evoluțiile prognozate ale acestuia, materializate în caracteristicile pieței-țintă pentru anul 2010. Aplicarea acestor criterii a urmărit asigurarea relevanței obiectivelor strategice propuse pentru evoluția anticipată a sectorului de comunicații electronice și tranziția acestuia către piața-țintă.

Analiza-diagnostic a sectorului de comunicații electronice din România a indicat existența unui număr de deficiențe care măresc discrepanța dintre realitatea prezentului

¹² Comunicarea Comisiei către Consiliu, Parlamentul European, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor, COM(2005) 229 final.

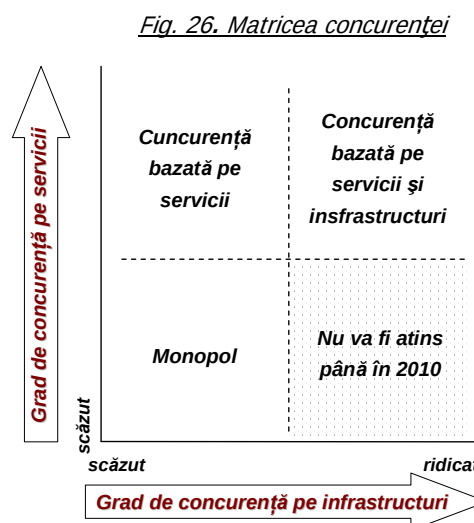
și condițiile ideale de funcționare a sectorului. Deficiențele cu cel mai mare impact identificate la nivelul sectorului în ansamblu sunt următoarele:

- Nivelul concurenței: În ciuda evoluțiilor pozitive considerabile înregistrate în perioada care a trecut de la liberalizarea sectorului, concurența, în special pe segmentele de telefonie, este departe de nivelurile optime, iar autoreglementarea este aproape inexistentă.
- Inovația: În condițiile unei dinamici accelerate a sectorului în ansamblu, disponibilitatea și utilizarea redusă a serviciilor avansate sugerează un nivel nesatisfăcător al inovației. Astfel, România este în urma majorității statelor membre în ceea ce privește dezvoltarea internetului în bandă largă, a telefoniei mobile și a transmisiilor audiovizuale digitale.
- Informarea consumatorilor: Studiile realizate în rândul utilizatorilor finali arată că, în general, nivelul de informare al acestora este scăzut. Astfel, utilizatorii răspund incorect la cele mai simple întrebări privind nivelul tarifelor și au o percepție eronată cu privire la cât de ieftine sau cât de scumpe sunt serviciile unele față de altele, ceea ce denotă că sunt în imposibilitatea de a face alegeri raționale între furnizorii și ofertele aflate la dispoziția lor pe piață.

4.2.1. Concurența bazată pe infrastructuri / servicii

Există două modele de bază ale concurenței în sectorul comunicațiilor electronice: concurența bazată pe servicii (în care competitorii folosesc rețeaua altui operator) și concurența bazată pe infrastructuri (în care fiecare competitor folosește propria rețea). Pe o piață dată, pot exista combinații în grade diferite între cele două modele.

Principiul intervenției de reglementare minimale sugerează faptul că tipul de concurență care necesită cea mai mică intervenție de reglementare are cele mai mari șanse să livreze rezultatele cele mai apropiate de „concurență perfectă”, astfel încât concurența bazată pe infrastructuri este preferabilă concurenței bazate pe servicii (Figura 26).



Mai mult, experiența internațională sugerează existența unor corelații mai puternice între inovație și concurență în acele jurisdicții în care există platforme independente de furnizare a serviciilor, comparativ cu jurisdicțiile în care concurența se manifestă în principal la nivelul serviciilor.

Analizele efectuate la nivelul sectorului comunicațiilor electronice din România arată că, pe anumite segmente, mediul concurențial s-a îmbunătățit considerabil în perioada scursă de la liberalizare. Totuși, un număr de indicatori de concurență, ca de exemplu cotele de piață, gradul de concentrare și o serie de alte analize cantitative și calitative indică existența unor discrepanțe semnificative între mediul actual și nivelul optim.

Trebuie remarcat că, în ciuda introducerii unui cadru de reglementare la nivelul celor mai bune practici europene menit să stimuleze dezvoltarea ambelor modele de concurență, rezultatele au fost radical diferite. Astfel, concurența bazată pe infrastructuri a înregistrat progrese notabile la nivelul sectorului:

- Există două platforme de acces la puncte fixe aflate în competiție, care oferă posibilitatea furnizării mai multor servicii: Operatorii care oferă servicii de programe audiovizuale, telefonie și acces la internet prin rețelele de cablu sunt în continuă consolidare, constituindu-se în principala alternativă la rețeaua operatorului fost monopolist, Romtelecom, care, în procesul de extindere a paletei de servicii, introduce DSL și extinde rețeaua de fibră optică până la nivel de cabinete stradale;
- Pe piață există patru, iar în curând vor fi cinci platforme de telefonie mobilă, din care patru beneficiază de licențe 3G, trei dintre acestea fiind parțial upgrdate pentru acoperire 3G;
- Există două platforme principale pentru furnizarea de servicii de programe audiovizuale, prin cablu și prin satelit;
- Tehnologia WiMAX, în stadiu incipient de implementare pe piața românească, are potențialul de a constitui o platformă suplimentară pentru furnizarea de servicii de comunicații electronice pe scară largă.

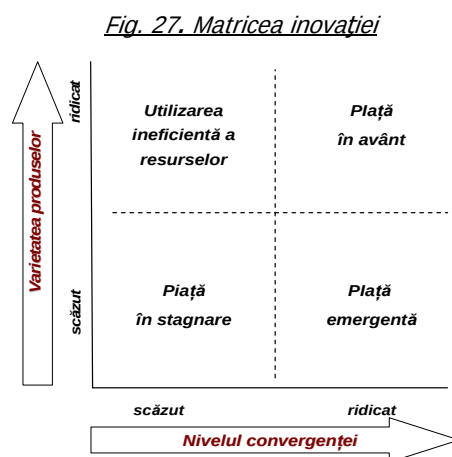
Pe de altă parte însă, competiția bazată pe servicii nu s-a bucurat de succes în România. Selectarea și preselecția transportatorului, precum și accesul la bucla locală înregistrează niveluri nesemnificative, existând chiar opinii conform cărora potențialul de atractivitate al acestor servicii se va diminua și mai mult în viitor.

Cu toate acestea, disponibilitatea unor soluții de acces pentru operatorii alternativi trebuie asigurată (menținută sau, după caz, creată) în acele cazuri în care dezvoltarea unei infrastructuri capabile să furnizeze aceleași servicii ca și infrastructura operatorului dominant este nefezabilă, limitând posibilitatea utilizatorilor finali de a alege. Designul soluțiilor de acces trebuie ales astfel încât, pe de o parte, să maximizeze dezvoltarea concurenței bazate pe servicii și, pe de altă parte, să nu reducă stimulentele de a investi în dezvoltarea de infrastructuri alternative ale noilor intrați, asigurând în același timp că operatorul dominant dispune, la rândul său, de suficiente stimulente de a investi în menținerea și upgradarea rețelei proprii. Experiențele internaționale au evidențiat faptul că introducerea pe piață a ofertelor alternative bazate pe soluții de acces la rețeaua operatorului fost monopolist, chiar în condițiile existenței unei penetrări relativ ridicate a rețelelor de cablu coaxial, a avut un impact pozitiv semnificativ asupra nivelului concurenței și a condus la creșterea penetrării serviciilor în bandă largă.

Ținând cont de aceste considerente, ANRCTI propune ca primul obiectiv strategic de reglementare pentru următorii 3 ani să fie „**crearea condițiilor pentru manifestarea unei concurențe durabile bazate pe infrastructuri, facilitând, acolo unde este eficient, concurența bazată pe servicii**”.

4.2.2. Accesul la internet în bandă largă

În general, piețele aflate în faza de creștere sunt caracterizate de niveluri investiționale ridicate, însă nivelurile investițiilor, analizate izolat, nu sunt suficiente pentru promovarea obiectivelor fundamentale ale reglementării. Investițiile eficiente pe care activitatea de reglementare trebuie să le promoveze sunt caracterizate de optimizarea gamei serviciilor furnizate, cu utilizarea unui minim de resurse (Figura 27).



Prin urmare, furnizarea unei multitudini de servicii prin intermediul unei singure platforme (de exemplu, transmisiuni audiovizuale, internet în bandă largă și voce – VoB), utilizând protocolul IP, reprezintă expresia unor investiții eficiente.

În plus, de vreme ce integrează mai multe servicii, platformele multi-produs sporesc valoarea serviciilor furnizate, în beneficiul consumatorilor. Din această perspectivă, o piață cu un nivel optim al inovației este caracterizată de niveluri ridicate ale investițiilor eficiente.

În particular, segmentul de internet în bandă largă din România se află în fază incipientă de dezvoltare, înregistrând rate explozive de creștere în ultimele luni. Cu toate acestea, România se situează mult sub media statelor membre sub aspectul penetrării internetului în bandă largă, chiar și în condițiile în care viteza minimă avută în vedere în România este de 128 kbps. În plus, rețelele de cupru și de cablu coaxial sunt utilizate în principal pentru furnizarea unei singure game de servicii¹³, ceea ce indică o utilizare a resurselor la niveluri sub-optimale.

Ținând cont de aceste considerente, ANRCTI propune ca al doilea obiectiv strategic de reglementare pentru următorii 3 ani, să fie „**promovarea dezvoltării serviciilor de acces la internet în bandă largă, în special prin intermediul platformelor multi-produs precum IP, și maximizarea bazei de utilizatori ai acestor servicii**”.

4.2.3. Valoare corectă pentru bani

Promovarea intereselor utilizatorilor finali de servicii, în calitate de obiectiv fundamental al activității de reglementare, presupune o abordare nuanțată. De exemplu, ar fi incorect să presupunem că orice acțiune îndreptată spre reducerea tarifelor cu amănuntul ar avea ca efect maximizarea intereselor consumatorilor, deoarece nivelul inovației și calitatea serviciilor ar putea avea de suferit ca urmare a unei asemenea acțiuni.

¹³ De exemplu, în majoritatea cazurilor, platforma prin care e furnizată telefonie fixă e diferită de platforma prin care sunt transmise programele audiovizuale, cel mai răspândit pachet natural de servicii.

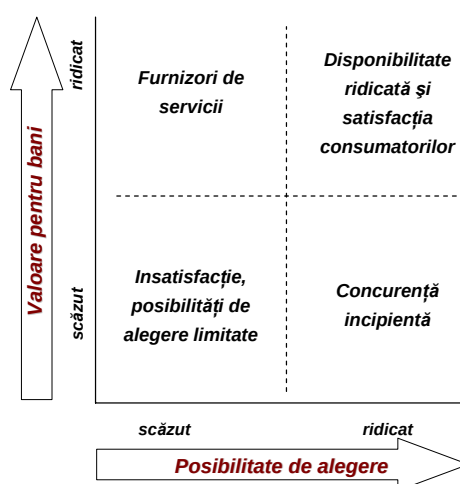
Pe de altă parte, în condițiile în care măsurarea directă a intereselor consumatorilor reprezintă un demers dificil, dacă nu chiar imposibil, pot fi folosite unități de măsură indirecte, valoarea de utilizare putând fi considerată o aproximare rezonabil de corectă a interesului consumatorilor. În context, teoriile economice definesc valoarea de utilizare a produselor sau serviciilor în funcție de un mix de variabile, între care nivelul de inovație, calitatea, varietatea și prețul acestor produse sau servicii.

Dincolo de intervenția de reglementare a prețurilor de vânzare cu amănuntul, a cărei necesitate scade o dată cu creșterea gradului de concurență pe piață, impactul intervențiilor de reglementare subsumate obiectivului de „*promovare a intereselor utilizatorilor finali*” trebuie să se reflecte în lărgirea posibilităților de alegere ale consumatorilor, măsurate în termeni de disponibilitate a serviciilor prin intermediul mai multor furnizori.

În *Figura 28*, *Valoare pentru bani* este un indicator calitativ care vizează evaluarea măsurii în care consumatorul obține suficiente beneficii din produsele sau serviciile disponibile, la un anumit nivel al prețului. *Posibilitatea de alegere* indică nivelul alternativelor disponibile pentru un anumit serviciu.

Ținând cont de aceste considerente, ANRCTI propune ca al treilea obiectiv strategic de reglementare pentru următorii 3 ani, să fie **„crearea condițiilor pentru ca utilizatorii finali de servicii de comunicații electronice (rezidențiali sau companii, din mediul urban sau rural) să primească valoarea corectă pentru banii pe care îi cheltuie”**.

Fig. 28. Matricea intereselor consumatorilor



4.2.4. Transparența, simplitatea și disponibilitatea informațiilor

Pachetele și schemele de tarife oferite utilizatorilor finali au devenit în timp tot mai complexe: planuri tarifare multiple, tarife pentru apeluri diferite în rețea / în afara rețelei, către rețele mobile / către rețele fixe, în orele de vârf / în afara orelor de vârf, în funcție de destinație, către numere favorite, și multe altele.

Spre exemplu, un operator de telefonie fixă comercializează apelurile de voce în România la nu mai puțin de 8 prețuri diferite, în funcție de distanță, destinație și interval orar. Un alt exemplu – un operator de telefonie mobilă comercializează serviciile de voce pentru cartele preplătite în 7 planuri tarifare, fiecare plan tarifar conținând între 4 și 6 tarife pentru apeluri naționale; în cazul abonamentelor, același operator furnizează serviciile naționale de voce în nu mai puțin de 26 planuri tarifare, majorității acestor planuri putându-le fi asociate combinații de unu la patru din cele 12 extraopțiuni disponibile; mai mult, unele dintre extraopțiuni sunt comercializate la prețuri diferite în funcție de valoarea abonamentului, altele sunt combinate între ele, în timp ce în cadrul fiecăruia din cele 26 de planuri tarifare, există cel puțin 2 tarife diferite pentru apeluri naționale.

O asemenea complexitate îl aduce practic pe utilizatorul final în imposibilitatea de a-și controla cheltuielile cu serviciile de comunicații și îl îndepărtează tot mai mult de la adoptarea unor decizii raționale privind alegerea furnizorului sau chiar privind comportamentul său de consum.

ANRCTI consideră că îmbunătățirea gradului de informare a utilizatorilor și diminuarea complexității tarifelor la vânzarea cu amănuntul contribuie la îmbunătățirea puterii consumatorilor, care vor putea astfel să își apere mai bine interesele. De asemenea, creșterea transparenței în ceea ce privește nivelurile comparative ale tarifelor, în funcție de tipul ofertei sau în funcție de profilul traficului, este de natură să ajute cetățenii în realizarea alegerilor de consum pe criterii raționale.

Ținând cont de aceste considerente, ANRCTI propune ca al patrulea obiectiv strategic de reglementare pentru următorii 3 ani să fie ***„crearea unui mediu în care informațiile privind disponibilitatea, condițiile ofertei și tarifele serviciilor sunt transparente, simplu de accesat și la îndemâna tuturor cetățenilor”***.

4.2.5. Non-interferența cu pachetele de servicii

Este de notorietate faptul că aportul pachetelor de servicii la evoluția sectorului comunicațiilor electronice prezintă avantaje și dezavantaje.

Pe de o parte, pachetele de servicii sporesc posibilitățile de alegere ale consumatorilor, iar din punct de vedere al operatorilor, reflectă o utilizare mai eficientă a resurselor. Experiența românească a demonstrat că pachetele de servicii permit furnizorilor nou intrați să lanseze pe piață oferte atractive, de natură să ridice provocări serioase poziției operatorilor dominanți. Mai mult, pachetele de servicii au permis operatorilor existenți să identifice surse alternative și să integreze pe orizontală noi servicii, în scopul dezvoltării afacerii, pentru compensarea erodării cotelor de piață existente sau chiar drept răspuns la provocările lansate de operatorii cu care se află în competiție.

Pe de altă parte, consumul pe scară largă a serviciilor furnizate „la pachet” prezintă o serie de dezavantaje asupra mediului concurențial. În primul rând, generalizarea pachetelor de servicii are drept efect creșterea barierelor la intrarea pe piață, în virtutea faptului că investițiile necesare furnizării pe scară largă a pachetelor sporesc considerabil valoarea investiției inițiale. În al doilea rând, operatorii pot fi tentați să descurajeze consumul individual al serviciilor, prin creșterea artificială a prețului serviciului consumat individual, până în punctul în care acesta devine neatractiv față de valoarea sa de întrebuințare. De asemenea, pachetele de servicii cresc costurile de migrare a utilizatorilor de la un furnizor la altul, cu efect negativ asupra concurenței.

Punerea în balanță a avantajelor și dezavantajelor pe care le prezintă pachetele de servicii a evidențiat faptul că, în contextul pieței din România, beneficiile acestui fenomen depășesc neajunsurile, prin efectul puternic de stimulare a consumului, esențial în această etapă de dezvoltare a sectorului. Totodată, Autoritatea va monitoriza impactul pachetelor de servicii asupra concurenței, intervenind acolo unde este cazul.

Ținând cont de aceste considerente, ANRCTI propune ca al cincilea obiectiv strategic de reglementare pentru următorii 3 ani să fie ***„non-interferența cu dezvoltarea naturală a pachetelor de servicii, în măsura în care acestea nu afectează concurența”***.

4.3. Identificarea opțiunilor privind (re)definirea principiilor, politicilor și instrumentelor de reglementare

În vederea atingerii obiectivelor strategice ale activității de reglementare, au fost identificate opțiunile pentru definirea sau, după caz, redefinirea principiilor, politicilor și instrumentelor de reglementare, de natură să faciliteze tranziția către piața țintă. Aceste opțiuni țin cont de cele mai bune practici de reglementare la nivel european și internațional, precum și de factorii specifici României identificați în cadrul analizei-diagnostic.

4.3.1. Principii de reglementare

Autoritatea a elaborat și publicat¹⁴, la începutul activității sale de reglementare, un „cod de conduită” propriu, definit ca un set de principii cu aplicabilitate practică, menite să asigure eficiența implementării cadrului de reglementare. Unele dintre aceste principii sunt prevăzute de lege, altele sunt recomandate de experiența de reglementare și cele mai bune practici internaționale. Principiile de reglementare enunțate în 2003 își păstrează relevanța și pertinența în orizontul de timp vizat de prezentul document de poziție, conținutul lor fiind îmbogățit și actualizat în cele ce urmează.

(1) TRANSPARENȚĂ

ANRCTI acționează în condiții de transparență, atât față de furnizorii prezenți pe piață, cât și față de utilizatori, asigurând informarea completă a celor interesați, prin intermediul unor instrumente specifice comunicării – **consultare publică, pagină de internet**, activități de **relații cu publicul, comunicate de presă** etc.

Acțiunile și instrumentele de reglementare trebuie să fie transparente, permițând furnizorilor să-și bazeze deciziile economice pe informații complete și verificabile. În acest sens, ori de câte ori intenționează să adopte o măsură de natură să producă un impact semnificativ pe piață, ANRCTI supune proiectul măsurii unui proces de consultare publică, în cadrul căreia orice persoană interesată poate transmite observații și propuneri, Autoritatea urmând să răspundă acestora atât în scris, prin prezentarea unui material de sinteză care să conțină și poziția sa față de comentariile primite, cât și în cadrul dezbaterilor din Consiliul Consultativ.

(2) PROPORȚIONALITATE

Acțiunea ANRCTI pe piețele din sectorul comunicațiilor electronice trebuie să fie, în același timp, **flexibilă și proporțională**, adaptată obiectivelor urmărite, astfel încât să fie impus un **minim de reglementări care să asigure funcționalitatea mecanismelor pieței**.

¹⁴ Raportul de activitate al Autorității pentru anul 2003.

În acest sens, **ANRCTI va căuta să adopte instrumentele de reglementare cel mai puțin intervenționiste în raport cu deficiențele constatate, în acord cu obiectivele, politicile și principiile de reglementare enunțate, astfel încât să promoveze nivelul de concurență care să maximizeze bunăstarea socială.**

(3) OPORTUNITATE

Deciziile de reglementare vor fi adoptate în conformitate cu principiul **oportunității**, astfel încât să fie adaptate la condițiile concrete de pe piață, să survină treptat și la momentul potrivit, ținând cont de nivelul de dezvoltare și de dinamica pieței.

Deciziile ANRCTI trebuie să fie adoptate ținând cont de faptul că orice întârziere sau neconcordanță poate avea consecințe asupra planurilor de afaceri ale jucătorilor de pe piață.

(4) OBLIGATIVITATE

Deciziile adoptate de către ANRCTI sunt **obligatorii** pentru furnizorii vizați. Situațiile de neconformare trebuie identificate și sancționate cu operativitate și fermitate, pentru a asigura că măsurile de reglementare sunt aplicate efectiv în practică și își îndeplinesc scopul, contribuind astfel la atingerea obiectivelor de reglementare.

(5) NEUTRALITATE TEHNOLOGICĂ (NEDISCRIMINARE ÎNTRE TEHNOLOGII)

Acționând în conformitate cu principiul nediscriminării, deciziile de reglementare trebuie să fie **neutre în ceea ce privește tehnologiile utilizate sau vizate**, pentru a nu afecta concurența dintre furnizori și pentru a stimula inovarea și dezvoltarea celor mai eficiente tehnologii, în beneficiul utilizatorilor.

Începând din 2002, cadrul european de reglementare a sectorului comunicațiilor a renunțat la abordarea preponderent axată pe tipuri de servicii, platforme sau tehnologii în favoarea unei abordări în care măsurile de reglementare sunt fundamentate pe baza considerentelor economice – cu aplicarea regulilor dreptului concurenței – sau, după caz, sociale, în ceea ce privește mecanismele de protejare a drepturilor utilizatorilor și de asigurare a serviciului universal.

(6) PREDICTIBILITATE ȘI STABILITATE

Cadrul de reglementare trebuie să fie transparent, **stabil** pe termen lung și cu o **dinamică previzibilă**, astfel încât operatorii să aibă posibilitatea să ia decizii informate în privința planurilor de afaceri, a realizării investițiilor și a strategiilor comerciale. Astfel, deciziile adoptate de ANRCTI trebuie să fie anunțate public cu suficient timp înainte și explicate prin raportare la obiectivele, politicile și principiile reglementării, nu numai prin planul anual de activități și prin expunerile de motive care însoțesc proiectele de măsuri supuse consultării publice, dar și prin instrumente multianuale de natura prezentului document de poziție privind strategia de reglementare pentru perioada 2007-2010, care să ofere o imagine clară, completă și coerentă asupra scopului și obiectivelor pe termen mediu și lung care stau la baza evoluției cadrului de reglementare.

(7) UTILIZAREA EFICIENTĂ A RESURSELOR ANRCTI

Modul de utilizare a resurselor ANRCTI, atât umane cât și financiare, trebuie să se stabilească în urma unei analize cost-beneficiu, întrucât ANRCTI este finanțată de furnizorii din sectorul comunicațiilor electronice și, implicit, de către utilizatorii finali, care trebuie să obțină un maxim de beneficii în urma activității de reglementare. Acest principiu trebuie avut în vedere în stabilirea oportunității, priorității, complexității și duratei activităților de reglementare.

Pe lângă cele șapte principii enunțate mai sus, dezideratul atingerii obiectivelor strategice de reglementare identificate la punctul 4.2 în vederea facilitării tranziției către piața țintă, pe fondul ameliorării mediului concurențial, necesită formularea unui nou principiu de reglementare:

(8) PRINCIPIUL NECESITĂȚII

ANRCTI va interveni exclusiv în ariile sale de competență, acolo unde este necesar, în vederea atingerii unui obiectiv de reglementare care are justificare economică sau socială, și care nu poate fi atins prin mecanismele proprii ale piețelor.

Justificarea economică a reglementării este dată de promovarea unui interes public (exprimat fie în creșterea bunăstării sociale, ca sumă a bunăstării consumatorilor și furnizorilor, fie în promovarea inovației și dezvoltării), sau de promovarea eficienței economice (eficiența productivă sau alocativă din perspectivă dinamică).

În ceea ce privește rațiunile sociale care justifică intervenția de reglementare, acestea rezidă în necesitatea asigurării corectitudinii tratamentului consumatorilor în relațiile cu operatorii dominanți, distribuția echilibrată a puterii și, nu în ultimul rând, impactul transferului de venituri de la consumatori la investitori asupra balanței bunăstării sociale.

ANRCTI consideră că aplicarea setului extins de opt principii de reglementare este esențială în scopul atingerii obiectivelor strategice de reglementare.

4.3.2. Politici de reglementare

Politicile de reglementare reprezintă modele conceptuale care ghidează deciziile și activitățile ANRCTI, având drept scop operaționalizarea obiectivelor strategice ale reglementării.

Politicile de reglementare se întrepătrund, atât sub aspectul obiectivelor strategice de reglementare a căror îndeplinire o vizează, cât și din perspectiva instrumentelor de reglementare pe care le implică.

4.3.2.1. Politica de interconectare

Încă de la liberalizarea pieței comunicațiilor electronice, autoritatea de reglementare a considerat că dezideratul competiției bazate pe infrastructuri transformă interconectarea în „*cheia competiției*” și a depus eforturi susținute pentru asigurarea unui regim de interconectare eficient, transparent și riguros fundamentat în ceea ce privește toate tipurile de servicii de interconectare.

În prezent, furnizarea către alți operatori a serviciilor de interconectare în vederea *originării* apelurilor este limitată, întrucât niciun operator nu oferă astfel de servicii în mod voluntar, iar obligația furnizării serviciului de interconectare în vederea originării apelurilor a fost impusă în sarcina Romtelecom datorită poziției sale pe piața cu amănuntul. De asemenea, dominanța pe segmentul de *tranzit național* recomandă reglementarea serviciilor de interconectare în vederea tranzitului apelurilor, inclusiv sub aspectul prețurilor.

O atenție deosebită trebuie acordată serviciilor de interconectare în vederea *terminării* apelurilor. Practica de reglementare a arătat că serviciile de interconectare în vederea terminării apelurilor sunt prin definiție furnizate pe piețe de monopol care, în condițiile sistemului de tarifyare „*partea apelantă plătește*”, nu au potențial să devină concurențiale. O serie de elemente, descrise în cele ce urmează, caracterizează politica de reglementare a acestor servicii.

În primul rând, aplicarea principiilor nediscriminării, oportunității și proporționalității reglementării impune utilizarea unor instrumente simetrice pentru reglementarea interconectării în vederea terminării apelurilor, la nivelul tuturor segmentelor omogene identificate (rețele fixe și, respectiv, rețele mobile). Astfel, probleme concurențiale similare vor fi tratate prin instrumente similare, indiferent de segmentul pe care se manifestă.

În al doilea rând, dată fiind importanța interconectării pentru asigurarea conectivității între utilizatorii finali și caracterul de monopol natural al terminării, este necesar ca toți operatorii de rețele de comunicații electronice care controlează accesul la utilizatorii finali să furnizeze servicii de terminare celorlalți operatori, pe baza negocierilor comerciale sau prin intervenția Autorității.

În al treilea rând, caracterul de monopol natural al serviciilor de terminare ridică problema tarifului acestor servicii, atât sub aspectul nivelului acestuia, cât și din perspectiva diferențelor existente între nivelurile negociate, de la un operator la altul.

Obligativitatea furnizării serviciului, ca unic instrument de reglementare, riscă să fie exploatată de către toți operatorii, prin solicitarea unor tarifye excesive pentru terminarea apelurilor în propria rețea; pe de altă parte, practica interconectării în România pare să sugereze discriminarea pozitivă sau negativă, pe criterii preferențiale, a anumitor operatori, în paralel cu tendința marilor clienți ai serviciilor de terminare, operatorii de talie semnificativă, de a abuza de propria putere de negociere, forțând reducerea tarifyelor la care achiziționează aceste servicii.

Prin urmare, există argumente obiective pentru reglementarea unui plafon maxim al tarifelor la care sunt furnizate serviciile de terminare, pentru toți operatorii obligați să furnizeze servicii de terminare.

În al patrulea rând, pentru prevenirea tendinței spre discriminare între operatorii aflați în competiție, nediscriminarea în furnizarea serviciilor este recomandată ca obligație aplicabilă tuturor. Mai mult, economia interconectării sugerează că tendința de maximizare a efectului de rețea, prin discriminarea pozitivă a serviciilor de terminare oferite intern, propriilor activități de vânzare cu amănuntul, în dauna serviciilor de terminare oferite extern, furnizorilor interconectați, este cu atât mai mare cu cât operatorul în cauză controlează accesul la un număr mare de clienți.

În al cincilea rând, dacă asimetria tarifelor de terminare este considerată necesară pentru promovarea concurenței bazate pe infrastructuri, întrucât stimulează intrarea pe piață și protejează operatorii de talie mai mică, opinia prevalentă la nivel european este în sensul că, pe de o parte, nivelul asimetriei trebuie controlat și stabilit pe baze nediscriminatorii, iar pe de altă parte, că orice asimetrie în nivelul tarifelor de terminare furnizate la nivelul unui segment omogen reprezintă o soluție temporară, care trebuie eliminată la un moment dat.

Astfel, dreptul operatorilor nou intrați de a-și recupera costurile trebuie reconciliat cu obiectivul maximizării eficienței în furnizarea serviciilor la tarife reglementate, astfel încât tarifele asimetrice nu trebuie să rămână în vigoare o perioadă prea lungă de timp. Orizontul de timp pentru atingerea simetriei trebuie calibrat în funcție de o serie de criterii obiective: orizontul de timp pentru atingerea nivelului costurilor eficiente (reglementarea tarifelor la niveluri simetrice, care însă depășesc costurile eficiente, diminuează în mod semnificativ beneficiile simetriei, putând chiar genera deficiențe de bunăstare socială); dinamicitatea și fluiditatea segmentului; diferența dintre tariful inițial și tariful simetric la nivelul segmentelor omogene.

Sub aspectul modalității de stabilire a nivelului de referință, simetric, al tarifului de terminare în cadrul unui segment omogen, se remarcă faptul că beneficiile asociate simetriei depind de măsura în care nivelul de referință este fundamentat în funcție de costuri. De remarcat, de asemenea, faptul că, în condițiile în care nu poate fi acceptată includerea ineficiențelor în prețurile reglementate, teoriile economice recomandă fundamentarea nivelului tarifului de referință pe baza costurilor unui operator ipotetic eficient, care să ia formă normativă la nivelul segmentului. În aceste condiții, nemaidepinzând de costurile efectiv înregistrate de operatori sau de cotele lor de piață, tariful de terminare eficient va furniza semnalele economice corecte și va stimula eficiența productivă dintr-o perspectivă dinamică. În condiții de simetrie, creșterile de eficiență productivă vor pune presiune asupra prețurilor cu amănuntul și vor contribui la creșterea bunăstării consumatorilor.

4.3.2.2. Politica de acces la rețele

Promovarea obiectivelor strategice de reglementare privind promovarea concurenței bazate pe infrastructuri, a accesului la internet în bandă largă și a maximizării valorii de întrebuințare a serviciilor de comunicații electronice recomandă o politică integrată și coerentă privind accesul la rețele, ale cărei elemente definitorii trebuie calibrate cu politica de interconectare sub aspectul delimitărilor conceptuale între *rețeaua de acces*

și *rețeaua de transport*, precum și a modalităților de reglementare a tarifelor pentru serviciile la nivel de gros necesare furnizării serviciilor pe piețele cu amănuntul.

În primul rând, trebuie remarcat faptul că barierele de intrare în sectorul comunicațiilor electronice sunt mari și devin tot mai mari, pe măsură ce rețelele de comunicații devin tot mai sofisticate (NGN, 3G etc), și pe măsură ce caracteristicile serviciilor furnizate consumatorilor necesită lărgime de bandă tot mai mare. Mai mult, generalizarea „pachetelor de marketing”, a căror furnizare poate implica utilizarea unor platforme diferite, ridică și mai mult nivelul barierelor de intrare.

În al doilea rând, se poate aprecia că legătura de acces la utilizatori încetează să mai reprezinte „*ultima milă*” a unei rețele de comunicații electronice. Evoluțiile tehnologice, concurențiale și în materie de obiceiuri de consum reconfigurează fizionomia rețelilor de comunicații electronice de pretutindeni, legătura de acces tinzând tot mai mult să devină „*prima milă*” sub aspectul importanței.

Astfel, creșterea lărgimii de bandă disponibile consumatorilor implică reconfigurarea rețelilor de acces, prin soluții de tip FttCab („cabinete stradale”) / FttB / FttH în cazul rețelilor fixe sau prin soluții de tip „*femtocell*” în cazul rețelilor mobile. Prin urmare, investigarea efectului evoluțiilor arhitecturii rețelilor de comunicații electronice asupra definirii rețelilor de acces, precum și asupra modalităților de recuperare a costurilor cu rețelele de acces, apare ca o necesitate obiectivă.

În al treilea rând, în condiții ideale de concurență pe piața cu amănuntul, operatorii integrați pe verticală cu poziție dominantă la nivel de gros ar trebui să furnizeze accesul la propriile rețele de comunicații electronice în mod voluntar, pe baze comerciale, din rațiuni de maximizare a eficienței productive asociate utilizării unor rețele tot mai scumpe. Acest lucru le-ar permite să extragă profiturile de la nivelul pieței cu amănuntul prin intermediul tarifelor de acces percepute competitorilor, ceea ce, în teorie, ar însemna că nu ar fi stimulați să își folosească dominanța la nivel de gros pentru blocarea concurenței la nivel cu amănuntul. Experiența a arătat că acest lucru nu se întâmplă practic niciodată, operatorii integrați pe verticală tinzând să abuzeze de poziția dominantă deținută la nivel de gros pentru a limita sau elimina concurența la nivelul pieței cu amănuntul, prin practici anticoncurențiale care includ refuzul de a oferi accesul, practicarea unor condiții sau tarife excesive sau discriminatorii, tarife de ruinare/*margin squeeze*, vânzarea condiționată, degradarea calității inputurilor oferite. În aceste condiții, dezideratele de promovare a eficienței alocative dinamice din perspectiva atingerii obiectivelor de reglementare recomandă reglementarea accesului la infrastructurile nereplicabile ale operatorilor dominanți, pe baze nediscriminatorii, transparente și la tarife stabilite astfel încât să furnizeze semnalele economice corecte („*build-or-buy*”) noilor intrați, asigurând în același timp suficiente stimulente de a investi pentru operatorul dominant în menținerea și upgradarea rețelei acolo unde replicarea acesteia este improbabilă.

Astfel, în concordanță cu obiectivul de promovare a concurenței bazate pe infrastructuri, în paralel cu facilitarea concurenței bazate pe servicii, acolo unde este eficient, și cu obiectivul asigurării valorii corecte pentru banii cheltuiți de utilizatori, este necesară menținerea sau, după caz, impunerea unor soluții de acces reglementate la infrastructura operatorului dominant, în beneficiul operatorilor alternativi, în acele cazuri în care replicarea acestei infrastructuri (în sensul dezvoltării unei infrastructuri capabile

să furnizeze aceleași servicii, indiferent de tehnologie) este nefezabilă. Aceste soluții de acces, care trebuie să includă punerea la dispoziție în condiții reglementate a inputurilor relevante la nivel de gros, precum și stabilirea unui nivel adecvat al tarifelor aferente, trebuie concepute și implementate astfel încât, pe de o parte, să maximizeze dezvoltarea concurenței bazate pe servicii, împiedicând sau descurajând practicile anticoncurențiale ale operatorului dominant și, pe de altă parte, să asigure un nivel eficient al stimulentele de a investi ale noilor intrați și ale operatorului dominant.

În acest sens, politica de acces trebuie să răspundă riscurilor asociate potențialelor practici anticoncurențiale ale operatorului dominant, prin impunerea unor obligații de acordare a accesului în condiții de transparență, nediscriminare și control al tarifelor. În plus, este recomandabil să se aibă în vedere ajustarea dinamică a intervenției de reglementare pentru a face față eventualelor tipuri de comportament anticoncurențial care nu au fost avute în vedere la momentul inițial.

O atenție deosebită se impune a fi acordată stabilirii tarifelor de acces, care trebuie să aibă în vedere furnizarea semnalelor corecte pentru luarea deciziei de a investi a noilor intrați. Acest lucru trebuie să aibă în vedere, pe de o parte, faptul că un nivel prea mare al tarifului de acces poate inhiba investițiile, datorită nivelului riscului asociat investițiilor cu o proporție ridicată a costurilor „îngropate” (*„sunk costs”*), fiind mult mai probabil ca noii intrați să prefere să investească într-o manieră graduală, pe măsura creșterii bazei de clienți și a consolidării brandului, mergând până la dezvoltarea propriei infrastructuri de acces, care permite concurenței să se autosustină¹⁵. Pe de altă parte, un nivel prea scăzut al tarifului de acces poate determina fenomene de intrare inefficientă pe piață, care să nu aibă la bază modele de afaceri viabile pe termen lung și care, în plus, să diminueze și stimulentele de a investi ale operatorului dominant până la un nivel inefficient.

În același timp, succesul politicii de acces depinde în mare măsură de disponibilitatea unei game de produse de acces și a unor condiții aferente care să dea posibilitatea unui nou intrat să aleagă acel produs sau mix de produse care să îi permită să construiască acel plan de afaceri care face sens din punct de vedere comercial și care tinde să maximizeze nivelul de dezvoltare a infrastructurii concurente în condiții de eficiență economică. Din acest punct de vedere, politica de acces trebuie să promoveze concurența la cel mai profund nivel al rețelei unde aceasta poate fi eficientă și sustenabilă. Totodată, este necesar să se asigure coerența între diferitele obligații de acces, astfel încât deciziile noilor intrați să nu fie dictate de oportunități de arbitraj generate de reglementare, ci de rațiuni de eficiență economică.

În al patrulea rând, în contextul evaluării impactului promovării soluțiilor de acces asupra stimulentele de a investi și inova ale operatorului dominant, trebuie remarcat că, deși analiza pieței din România pare să indice faptul că investițiile în dezvoltarea rețelelor de nouă generație sunt stimulate de concurența bazată pe infrastructuri utilizabile pentru furnizarea unei multitudini de servicii, cu caracteristici avansate față de serviciile existente, stadiul actual al implementării unor astfel de rețele nu oferă informații suficiente privind caracterul de noutate ori caracteristicile superioare ale serviciilor ce vor fi furnizate prin intermediul lor, sau privind măsura în care dezvoltarea

¹⁵ Acest concept este cunoscut în teoria reglementării sub denumirea de „scară a investițiilor” (*„ladder of investment”*).

acestor servicii va contribui la satisfacerea intereselor utilizatorilor în intervalul supus analizei.

În al cincilea rând, în condițiile în care modelele de afaceri bazate pe accesul necondiționat la bucla locală au cunoscut o dezvoltare slabă în practică, iar evoluția către rețelele de acces de nouă generație reduce și mai mult viabilitatea economică a acestei soluții, este oportună analizarea posibilităților de conturare a unui cadru de reglementare pentru introducerea unor soluții de acces de tip „*bitstream*”, în paralel cu explorarea posibilităților de adaptare a soluțiilor de acces la bucla locală la noua realitate tehnologică.

În al șaselea rând, politica de reglementare trebuie să aibă în vedere colocarea ca facilitate esențială accesului la infrastructurile de comunicații electronice, indiferent de platforma utilizată și de tipul rețelei (fixă, mobilă sau pentru transmisii audiovizuale terestre), cu rol primordial în diminuarea barierelor de intrare. Prin urmare, regimul colocării trebuie stabilit în mod clar și detaliat, iar condițiile în care beneficiarii au acces la acest tip de servicii trebuie să fie nediscriminatorii și transparente.

În al șaptelea rând, dificultățile asociate construirii unei rețele de telefonie mobilă, pe fondul condiționării succesului comercial de existența unei arii de acoperire cât mai extinse, sunt de natură să îngreuneze și chiar să amâne intrarea pe piață a celui ce-al cincilea operator pe segmentul telefoniei mobile, ceea ce sugerează necesitatea investigării oportunității și posibilității introducerii serviciilor de roaming național în rețelele mobile.

4.3.2.3. **Politica privind pachetele de servicii**

Un mediu de reglementare care permite dezvoltarea pachetelor de servicii este benefic pentru stimularea inovației și a investițiilor eficiente în infrastructuri, acționând în direcția atingerii obiectivului de promovare a concurenței bazate pe infrastructuri.

Pachetele de servicii conduc la o utilizare mai eficientă a resurselor, însă nu pot constitui o justificare nici pentru renunțarea la furnizarea individuală a serviciilor, nici pentru comercializarea serviciilor individuale la prețuri care să le facă neatractive. Non-interferența cu abilitatea furnizorilor dominanți pe segmentele de servicii cu amănuntul de a promova pachetele de servicii trebuie acompaniată, cumulativ, de obligativitatea furnizării individuale a serviciilor pentru care a fost identificată poziția dominantă și de restricționarea „*pachetelor incorecte*” (unfair bundling).

Se consideră că furnizorul dominant oferă „*pachete incorecte*” atunci când competitorii sunt în imposibilitate de a replica pachetul acestuia, la prețul oferit de acesta, fie datorită prețului de ruinare al pachetului de servicii furnizat, fie din cauza faptului că serviciile incluse în pachet nu pot fi cumpărate, separat, la prețuri prin a căror însumare să rezulte prețul pachetului, mai puțin costurile economisite prin furnizarea la pachet a serviciilor individuale.

Împachetarea mai multor servicii și comercializarea la un preț semnificativ inferior sumei prețurilor serviciilor individuale care intră în componența pachetului reprezintă un exemplu clasic prin care este diminuată în mod artificial atractivitatea consumului

serviciilor individuale, de natură să distorsioneze în mod artificial comportamentul consumatorilor.

4.3.2.4. Politica privind managementul resurselor limitate – spectrul de frecvențe radio și resursele de numerotație

Spectrul de frecvențe radio și resursele de numerotație sunt resurse limitate, aflate în proprietatea publică a statului, iar administrarea și gestionarea lor se realizează pe baza principiilor obiectivității, transparenței, nediscriminării și proporționalității. Aspectele cele mai importante care trebuie avute în vedere de politicile specifice de management aferente celor două tipuri de resurse sunt prezentate în cele ce urmează.

Managementul spectrului de frecvențe radio

Atribuțiile ANRCTI de administrare și coordonare la nivel național a gestionării spectrului de frecvențe radio contribuie la realizarea obiectivului de promovare a concurenței bazate pe infrastructuri și a celui de maximizare a valorii de întrebuințare a serviciilor de comunicații electronice. Aceste atribuții se exercită în conformitate cu Tabelul național de atribuire a benzilor de frecvență, adoptat de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației, precum și cu acordurile internaționale la care România este parte.

Ca regulă, în temeiul cadrului legislativ actual, utilizarea frecvențelor radio este permisă numai după obținerea unei licențe, acordate în condiții care să asigure exploatarea eficientă a acestora și evitarea perturbațiilor prejudiciabile, utilizarea anumitor frecvențe pe bază de autorizare generală fiind posibilă numai cu caracter de excepție. Condițiile de utilizare a frecvențelor prevăzute în licență trebuie să fie obiectiv justificate în raport cu tipul de rețea sau de serviciu pentru care este permisă utilizarea, nediscriminatorii, proporționale și transparente.

Procedurile de acordare a licențelor de utilizare a frecvențelor radio trebuie să fie deschise, transparente și nediscriminatorii, încadrându-se în termene maxime determinate de lege, și nu trebuie să conducă la restrângerea, împiedicarea sau denaturarea concurenței. Principiul maximizării eficienței în utilizarea spectrului poate impune ca pentru anumite frecvențe să se recurgă la proceduri de selecție competitivă (licitație bazată pe valoarea maximă oferită pentru taxa de licență) sau comparativă (bazată pe acordarea licenței primului clasat/primilor clasati, în urma evaluării unui mix de criterii tehnice, administrative și/sau financiare).

Utilizarea eficientă a spectrului poate impune în unele cazuri limitarea numărului de licențe ce urmează să fie acordate. Această limitare poate fi impusă numai în condițiile în care se ia în considerare necesitatea maximizării beneficiului utilizatorilor și a facilitării dezvoltării concurenței, cu consultarea tuturor actorilor interesați, industrie și consumatori. Acordarea licențelor al căror număr a fost limitat se face numai pe baza unor criterii obiective, transparente, nediscriminatorii și proporționale.

În prezent, politica de management al spectrului de frecvențe radio parcurge o etapă de reformă profundă la nivel european, care are în centrul său nevoia unei mai mari flexibilități în alocarea și utilizarea acestei resurse, în perspectiva oportunității de

maximizare a beneficiilor pe care industria și consumatorii le pot obține din exploatarea sa.

Nevoia de reformă este generată de o serie de particularități ale modelului actual de management al spectrului. În prezent, spectrul de frecvențe radio este în cea mai mare parte alocat în mod inflexibil unor tehnologii și servicii specifice, iar utilizarea sa este în general bazată pe drepturi individuale acordate în condiții stricte, ce pot fi cedate altor potențiali utilizatori numai cu acordul autorității care gestionează spectrul. Unii deținători de drepturi de utilizare ocupă porțiuni semnificative de spectru, cu mare valoare economică, pe care nu le utilizează la capacitatea maximă, pe când operatori nou intrați pe piață pot întâmpina dificultăți în obținerea spectrului adecvat pentru afacerea lor. Ca rezultat al caracterului conservator și inflexibilității modului actual de alocare, accesul la spectru pentru servicii și tehnologii noi și inovatoare este limitat și, în cele mai multe cazuri, este disponibil numai în benzile de frecvențe înalte, mai puțin atractive din cauza caracteristicilor mai slabe de propagare. Ineficiențele în alocarea și utilizarea spectrului conduc astfel la costuri mai mari, investiții mai reduse în aplicații și servicii noi și inovatoare, oportunități pierdute pentru operatori, producătorii de echipamente și consumatori.

Integrarea instituțională a responsabilităților legate de administrarea și coordonarea gestionării spectrului de frecvențe radio cu cele legate de promovarea concurenței și a intereselor utilizatorilor finali poate fi privită ca o recunoaștere a necesității evoluției graduale a conceptului de „interes public” în acest domeniu, în lumina evoluțiilor înregistrate la nivel european. Astfel, practicile statelor membre, consultările lansate și deciziile adoptate de Comisia Europeană în ultimii ani, pe baza opiniilor RSPG (*Radio Spectrum Policy Group*) arată că asistăm la o schimbare de paradigmă, prin trecerea de la abordarea exclusiv administrativă, axată pe gestionarea drepturilor de utilizare și pe evitarea perturbațiilor prejudiciabile, la o abordare a spectrului ca instrument de promovare a concurenței – alături de celelalte instrumente aflate la dispoziția autorității de reglementare –, prin potențialul de stimulare a investițiilor și inovației și de diversificare a ofertei de servicii, în beneficiul direct al consumatorului.

Politica de spectru trebuie să exploateze potențialul de eficiență și inovație oferit de diversitatea din ce în ce mai mare a platformelor de acces fără fir (*wireless*) pentru a contribui la atingerea obiectivelor de promovare a concurenței bazate pe infrastructuri și de stimulare a dezvoltării serviciilor de acces la internet în bandă largă. Realizarea acestor obiective ar fi încurajată de introducerea unei mai mari flexibilități în gestionarea resurselor de spectru pentru comunicații *wireless*, păstrând în același timp gradul necesar de armonizare, în vederea salvagădării obiectivului de consolidare a pieței interne. Pașii semnificativi făcuți la nivel european în această direcție confirmă existența unei puternice voințe politice în sprijinul creșterii flexibilității în utilizarea benzilor de frecvență, care coalizează atât factorii de decizie, cât și industria. Abordarea WAPECS (*Wireless Access Policy for Electronic Communications Services*), pe care RSPG a descris-o în avizul din 23 noiembrie 2005, definește **neutralitatea tehnologică** și **neutralitatea serviciilor** ca obiective politice pentru a se ajunge la o utilizare mai flexibilă și mai eficientă a spectrului de frecvențe. Într-o perspectivă pe termen mediu, în acord cu această abordare, revizuirea cadrului european de reglementare oferă ocazia eliminării restricțiilor de utilizare a spectrului de frecvențe radio, astfel încât orice tip de rețea radio, tehnologie de acces *wireless* sau servicii de comunicații electronice să poată fi utilizat în orice bandă de frecvență disponibilă pentru comunicații electronice,

cu asigurarea mecanismelor necesare pentru evitarea perturbațiilor prejudiciabile și funcționarea serviciilor care urmăresc îndeplinirea unui obiectiv de interes general. Un instrument complementar extrem de eficient l-ar putea constitui **liberalizarea transferului drepturilor de utilizare a spectrului pe piața secundară** („*secondary trading*”) în anumite benzi de frecvență, stabilite la nivel european.

Perspectivile de punere în practică a noii abordări sunt din ce în ce mai apropiate, putându-se materializa în orizontul de timp avut în vedere de prezentul document. În comunicarea sa privind „*Accesul rapid la spectrul de frecvențe pentru serviciile de comunicații electronice fără fir prin mărirea flexibilității*”¹⁶, Comisia Europeană a insistat asupra necesității găsirii unor soluții urgente cu privire la introducerea unei utilizări mai flexibile a spectrului din benzile de 470-862 MHz, 880-915 MHz / 925-960 MHz și 1710-1785 MHz / 1805-1880 MHz (benzile de GSM), 1900-1980 MHz / 2010-2025 MHz / 2110-2170 MHz, 2500-2690 MHz (banda de 2,6 GHz), precum și 3,4-3,8 GHz. Comisia are în vedere cu prioritate liberalizarea utilizării spectrului de 900 MHz și 1800 MHz, pentru a permite și furnizarea altor servicii de comunicații electronice, inclusiv furnizarea de servicii de comunicații mobile de generația a treia (UMTS)¹⁷.

Această abordare are potențialul de a oferi răspunsuri problemelor identificate pe piața de comunicații din România. Un exemplu l-ar putea constitui sectorul comunicațiilor mobile din România, unde deficiențele constatate și indiciile în sensul unei posibile dominante colective, rezultate din analiza *clusterului* de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul, sugerează necesitatea asigurării condițiilor pentru dezvoltarea pe termen lung a operatorilor de talie mai redusă. În acest context, se poate remarca faptul că imposibilitatea unui operator de rețele de telefonie mobilă de a furniza servicii de generația a treia este de natură să-i afecteze poziția concurențială și capacitatea de dezvoltare pe termen lung, în condițiile în care, deși posibil din punct de vedere tehnic, cadrul actual de reglementare – în acord cu normele europene în vigoare – restricționează utilizarea spectrului acordat la furnizarea de servicii 2G (GSM). Alte exemple relevante pot fi identificate pe un număr de alte segmente de piață.

Obiectivele legate de promovarea concurenței bazate pe infrastructuri și de încurajarea dezvoltării serviciilor de acces la internet în bandă largă impun găsirea unor soluții prin politica de management a spectrului, prin prisma principiilor necesității și oportunității, la problemele de conectivitate cu care se confruntă în special zonele rurale ale României. În sectorul comunicațiilor prin rețele fixe, magnitudinea decalajului urban-rural sub aspectul accesului la rețelele de comunicații, dimensiunea segmentului rural și condițiile socio-economice care îl caracterizează, recomandă stimularea dezvoltării accesului prin utilizarea tehnologiilor *wireless*. Costurile relativ mici și rapiditatea instalării recomandă tehnologia WiMAX ca fiind o soluție adecvată sub aspectul viabilității și atractivității pentru mediul rural. Prin urmare, este oportun ca prin viitoarele proceduri de atribuire a spectrului adecvat pentru servicii ce folosesc

¹⁶ COM(2007)50.

¹⁷ Directiva Consiliului 87/372/CEE privind benzile de frecvență care urmează să fie rezervate pentru introducerea coordonată în Comunitate a comunicațiilor mobile terestre digitale celulare publice pan-europene în Comunitate („Directiva GSM”) impune statelor membre să rezerve în întregime benzile de 890-915 MHz și 935-960 MHz pentru GSM. În acest context, Comisia a prezentat în luna iulie 2007 o propunere de Directivă a Parlamentului European și a Consiliului de abrogare a Directivei 87/372/CEE (COM(2007) 367 final).

tehnologia WiMAX să se încurajeze introducerea acestei tehnologii cu prioritate în zonele rurale nedeservite de rețele de comunicații.

În ceea ce privește sectorul transmisiilor audiovizuale, în lumina obiectivului de maximizare a valorii obținute de utilizatori pentru banii cheltuiți, precum și în aplicarea principiilor necesității și oportunității, politica de management a spectrului trebuie să urmărească – pe fondul deficiențelor semnalate la nivelul sectorului, legate în special de rata redusă a inovației și nivelul redus al concurenței – accelerarea introducerii serviciilor de televiziune terestră digitală. În acest sens, trebuie depuse eforturi susținute, în limitele competențelor legale ale instituțiilor responsabile, în vederea atribuirii fără întârziere a frecvențelor radio pentru transmisii terestre digitale într-o manieră obiectivă, transparentă și nediscriminatorie. Beneficiile sunt multiple atât pe termen scurt, cât și, mai ales, pe termen mediu și lung, făcând posibilă apropierea momentului în care spectrul eliberat prin renunțarea la transmisia terestră analogică va putea fi utilizat pentru furnizarea de servicii de *broadcasting* noi sau îmbunătățite, servicii convergente inovatoare, care combină telefonía mobilă cu televiziunea digitală, sau chiar pentru comunicații *wireless* LAN/MAN.

Managementul resurselor de numerotație

Atribuțiile ANRCTI de administrare și gestionare la nivel național a resurselor de numerotație contribuie la promovarea concurenței, prin punerea la dispoziția furnizorilor de servicii de comunicații electronice destinate publicului a resurselor de numerotație necesare în vederea furnizării de servicii utilizatorilor finali.

Politica de management a resurselor de numerotație trebuie să asigure că utilizarea acestor resurse este efectivă, rațională și eficientă. Astfel, ANRCTI trebuie să permită dezvoltarea noilor servicii, dar și să asigure suficiente resurse de numerotație pentru serviciile de comunicații electronice existente. De asemenea, ANRCTI trebuie să asigure un echilibru între nevoile de resurse de numerotație ale furnizorilor de servicii de comunicații electronice destinate publicului și faptul că aceste resurse sunt limitate.

Administrarea eficientă a resurselor de numerotație impune, în primul rând, ca acordarea drepturilor de utilizare să se facă acolo unde este justificat, luând în considerare natura serviciului pentru care se solicită numerotația, necesitatea obținerii resurselor de numerotație respective, poziția pe piață a solicitantului și asigurarea unei utilizări eficiente a resurselor de numerotație.

În al doilea rând, principiul maximizării eficienței în utilizare poate impune ca acordarea unor categorii de numere cu valoare economică deosebită, pentru care există un nivel semnificativ al cererii, să se realizeze prin intermediul unor proceduri de selecție competitivă sau comparativă, organizate după consultarea părților interesate. Trebuie remarcat faptul că, pentru a asigura accesul nediscriminatoriu al furnizorilor de servicii, pentru deschiderea spre alocare a unor noi categorii de resurse de numerotație (în special numere scurte) se are în vedere stabilirea, cel puțin în primă fază, a unor proceduri de alocare tip „loterie”, care trebuie să fie transparente și publicate în avans.

În al treilea rând, stabilirea unor tarife de utilizare a resurselor de numerotație în sarcina titularilor licențelor de utilizare a acestor resurse stimulează eficiența atât în ceea ce privește resursele alocate, prin faptul că furnizorii sunt motivați să își limiteze

solicitățile la acele resurse care sunt strict necesare pentru oferirea propriilor servicii, precum și din punctul de vedere al resurselor asignate, contribuind la încurajarea creșterii gradului de utilizare a resurselor de numerotație alocate, respectiv a procentului de resurse activate. Aceste tarife trebuie să fie obiectiv justificate, transparente, nediscriminatorii și proporționale cu scopul în care sunt stabilite.

În al patrulea rând, monitorizarea modului în care resursele de numerotație sunt utilizate de către furnizori este o condiție esențială pentru asigurarea eficienței în administrarea și utilizarea acestor resurse. Astfel, pentru acordarea unor resurse suplimentare este necesară analiza modului de utilizare a resurselor de numerotație alocate anterior solicitantului și a gradului de utilizare a resurselor de numerotație alocate.

Totodată, politica de management a resurselor de numerotație trebuie să aibă în vedere implementarea la nivel național a numerelor armonizate pentru servicii armonizate la nivel european, precum și a altor numere pentru care se stabilește la nivel european sau internațional o procedură de alocare sau utilizare armonizată.

4.3.2.5. Politica de stimulare a fluidității și transparenței pe piețele cu amănuntul

Analiza-diagnostic la nivelul segmentelor cu amănuntul ale sectorului comunicațiilor electronice a reliefat diferite tipuri de dominanță, precum și un număr de deficiențe, pentru tratarea cărora a fost identificată o serie de opțiuni de instrumente de reglementare la nivelul segmentelor de gros.

Cu toate acestea, este de remarcat faptul că, pe fondul apropierei nivelului de saturație în ceea ce privește penetrarea telefoniei mobile și al stagnării segmentului de telefonie fixă, majoritatea consumatorilor potențiali beneficiază deja de servicii de comunicații electronice, iar atragerea de noi clienți se va realiza în principal pe seama portofoliului competitorilor. În aceste condiții, fluiditatea scăzută a pieței cu amănuntul la nivelul unui anumit segment înseamnă că scara la care se manifestă competiția efectivă este redusă în ansamblul segmentului respectiv, aceasta manifestându-se în principal la nivelul consumatorilor care pot schimba furnizorul de servicii în virtutea unor angajamente contractuale ce pot fi reziliate cu ușurință.

Mai mult, obiectivul strategic legat de promovarea transparenței informațiilor privind disponibilitatea, condițiile ofertei și prețurile serviciilor nu poate fi adresat prin instrumentele de reglementare „clasice”, la nivel de gros.

Conform teoriilor economice, concurența perfectă este caracterizată printr-o serie de caracteristici cumulative: atomicitatea participanților, mobilitatea factorilor de producție, fluiditatea¹⁸ și transparența¹⁹ pieței, omogenitatea produselor. În condițiile în care

¹⁸ *Fluiditatea pieței* apare atunci când cumpărătorii pot în mod liber să-și aleagă furnizorii, iar producătorii pot în mod liber să intre sau să părăsească o piață anume. În acest caz, nu există bariere legale sau instituționale la intrarea unor noi producători concurenți pe piața unui anumit produs.

¹⁹ *Transparența pieței* definește acea situație în care toți actorii de pe o piață dată, fie ei furnizori sau consumatori, sunt perfect informați asupra structurii și modului de funcționare a pieței, putând anticipa schimbările care pot interveni.

concurența pură și perfectă nu corespunde funcționării reale a economiilor și a piețelor, promovarea acestui model de concurență nu poate reprezenta un deziderat al reglementării. Aplicarea principiului minimizării intervenției impune ca reglementarea să promoveze acel nivel de concurență care maximizează bunăstarea socială.

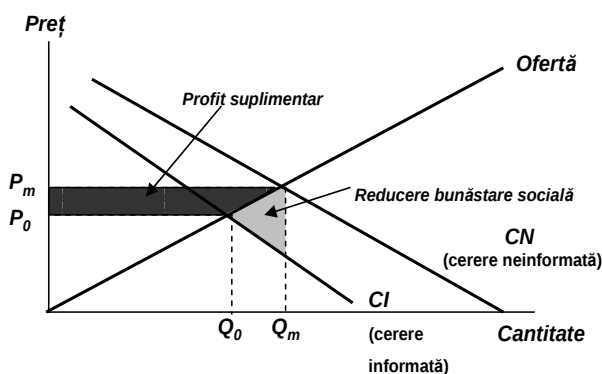
Astfel, se poate aprecia că extinderea ariei de cuprindere a competiției între furnizori prin ameliorarea fluidității segmentelor cu amănuntul, precum și sprijinirea unui comportament de consum rațional, informat, reprezintă opțiuni de reglementare de natură să maximizeze bunăstarea socială.

În primul rând, în ceea ce privește acțiunile vizând ameliorarea concurenței pe piețele cu amănuntul prin stimularea fluidității acestora, dinamica segmentelor indică necesitatea completării intervențiilor *asimetrice* la nivel de gros, care vizează în principal stimularea ofertei, prin crearea condițiilor pentru ca operatorii alternativi să poată concura, prin instrumente de reglementare *simetrice*, care să vizeze toți operatorii activi pe piața cu amănuntul, la nivelul segmentelor omogene corespunzătoare (portabilitatea numerelor).

În al doilea rând, teoria și practica de reglementare în diverse sectoare a indicat că asimetria între informațiile de care dispun consumatorii comparativ cu furnizorii, cu privire la serviciile oferite și tarifele acestora, distorsionează comportamentul de consum, în sensul creșterii artificiale a cererii pe seama complexității tarifelor.

Consumatorii trebuie ajutați să adopte un comportament rațional, potrivit nevoilor lor, atât sub aspectul alegerii furnizorului de servicii, cât și din punct de vedere al opțiunii pentru o anumită ofertă de servicii. Creșterea cererii pe seama asimetriei informațiilor consumatorilor nu este de natură să conducă la creșterea bunăstării sociale (*Figura 29*).

Fig. 29. - Efectele asimetriei informațiilor



Politica de stimulare a fluidității și transparenței nu vizează intervenția directă pe piețele cu amănuntul, nici limitarea imaginației creatoare de valoare proprie politicilor de marketing, ci urmărește să vegheze că acțiunile pe piață ale furnizorilor nu sunt în detrimentul consumatorilor. Această politică trebuie să aibă în vedere măsura în care, pe de o parte, informațiile de care consumatorii au nevoie pentru efectuarea alegerilor de consum sunt disponibile la un nivel rezonabil de transparență și accesibilitate, și, pe de altă parte, că utilizatorii pot schimba furnizorul de servicii fără a se confrunta cu obstacole excesive.

Elementele politicii de stimulare a fluidității și transparenței pe piața cu amănuntul se întrepătrund cu elementele politicii de acces (în ceea ce privește accesul la rețele, soluțiile de selectare și preselecție a transportatorului), cu politica de interconectare etc.

4.3.3. Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare

Instrumentele de reglementare pot lua forma deciziilor cu caracter normativ și individual ale Autorității, a procedurilor funcționale, operaționale și financiare prin care se pun în aplicare legile și reglementările în domeniu, a procedurilor de monitorizare și control al respectării acestora etc. Instrumentele de reglementare includ toate remediile definite și utilizate de către ANRCTI pentru atingerea obiectivelor de reglementare.

În raport cu deficiențele constatate la nivelul segmentelor omogene ale sectorului, analiza-diagnostic a procedat la identificarea opțiunilor posibile privind instrumentele de reglementare.

Identificarea și formularea opțiunilor privind instrumentele de reglementare a avut în vedere următorul set de principii:

- I. Instrumentele de reglementare propuse au un caracter prospectiv și vor fi corelate cu obiectivele strategice de reglementare;
- II. Instrumentele de reglementare propuse se referă în principal la segmentele de gros, astfel încât segmentele cuprinzând servicii cu amănuntul să sufere niveluri minimale ale intervenției de reglementare;
- III. Nivelul intervenției este corelat cu magnitudinea deficienței constatate la nivelul segmentului;
- IV. Formularea instrumentelor de reglementare este realizată la un nivel minimal, astfel încât fiecare instrument să ia în calcul tendințele de evoluție observate și să corecteze deficiențele;
- V. Acolo unde este posibil, politici și instrumente de reglementare similare sunt adoptate pentru tratarea deficiențelor similare manifestate în cadrul unor segmente similare;
- VI. Intercondiționările dintre segmente omogene ale sectorului se regăsesc și la nivel de instrumente de reglementare, astfel încât un instrument propus la nivelul unui segment are un impact potențial la nivelul altor segmente sau chiar al întregului sector, efecte care trebuie analizate;
- VII. Este asigurată corelarea cu recomandările de armonizare ale UE și ERG în materie de formulare și implementare a remediilor.

În cele ce urmează sunt prezentate **opțiunile de (re)definire** a instrumentelor de reglementare rezultate din analiza-diagnostic. Instrumentele de reglementare ce vor fi folosite în mod efectiv vor fi stabilite pe baza analizelor de piață efectuate în conformitate cu prevederile Capitolului V din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.79/2002.

4.3.3.1. **Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare asociate politicii de interconectare**

În ceea ce privește politica de interconectare, este necesară examinarea oportunității și a posibilităților de aplicare a următoarelor instrumente de reglementare:

Obligația de interconectare – Opțiuni:

- Extinderea obligației de interconectare în vederea terminării apelurilor la toți operatorii care controlează accesul la utilizatorii finali, indiferent de tipul rețelei (rețea fixă sau mobilă) sau de tehnologia utilizată;
- Menținerea obligației de furnizare a serviciilor de interconectare în vederea originării și tranzitului apelurilor în sarcina operatorilor dominanți.

Obligația de transparentă – Opțiune: Extinderea acestei obligații la toți operatorii care controlează accesul la utilizatorii finali, indiferent de tipul rețelei operate (rețea fixă sau mobilă) sau de tehnologia utilizată, fiind identificate trei niveluri de intervenție:

- **Nivel minim** – publicarea tarifelor de interconectare practicate;
- **Nivel mediu** – suplimentar față de nivelul minim, publicarea de informații referitoare la punctele de acces (numărul și adresele tuturor comutatoarelor unde se poate realiza interconectarea), precum și la tarifele tuturor serviciilor și facilităților asociate interconectării;
- **Nivel maxim** – suplimentar față de nivelul mediu, publicarea unei oferte de referință pentru serviciile de interconectare oferite și demonstrarea respectării obligației de nediscriminare, prin publicarea, anual, a unor situații financiare separate auditate.

Obligația de nediscriminare – Opțiune: Extinderea acestei obligații la toți operatorii care controlează accesul la utilizatorii finali, indiferent de tipul rețelei operate (rețea fixă sau mobilă) sau de tehnologia utilizată, fiind identificate două niveluri de intervenție:

- **Nivel minim** – impunerea obligației de a aplica condiții echivalente de interconectare în circumstanțe echivalente tuturor beneficiarilor actuali sau potențiali ai serviciilor de interconectare;
- **Nivel maxim** – suplimentar față de nivelul minim, impunerea obligației de a pune la dispoziție terților toate serviciile și informațiile necesare în vederea realizării interconectării în aceleași condiții, inclusiv în ceea ce privește calitatea, cu cele oferite pentru propriile servicii sau pentru serviciile furnizate membrilor din același grup.

Obligația de ținere a evidenței contabile separate – Opțiune: Extinderea acestei obligații la toți operatorii cărora le-a fost impus nivelul maxim al obligației de nediscriminare.

Obligația de control al tarifelor – Opțiune: Eliminarea, pe termen lung, a oricărei asimetрии a tarifelor de terminare în cadrul unui segment omogen și fundamentarea tarifului de referință, simetric la nivelul segmentului, în funcție de costurile unui operator ipotetic eficient, normative la nivel de segment omogen. În cazul serviciilor de origine și tranzit a apelurilor, se are în vedere menținerea obligației de control al tarifelor, prin fundamentarea acestora în funcție de costuri, în baza unui instrument de reglementare consistent cu cel utilizat pentru reglementarea tarifelor serviciilor de terminare.

4.3.3.2. **Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare asociate politicii de acces la rețele**

În ceea ce privește politica de acces la rețele, este necesară examinarea oportunității și a posibilităților de aplicare a următoarelor instrumente de reglementare:

Obligația furnizării serviciilor de acces – Opțiuni:

- Menținerea obligației de furnizare a accesului necondiționat la bucla locală: Se vor investiga diferite opțiuni pentru configurarea soluțiilor de acces necondiționat la bucla locală în contextul trecerii la rețele de acces de generație viitoare. Astfel, o primă opțiune ar fi utilizarea în comun a cabinetelor stradale de către operatorii alternativi și operatorul dominant pentru a facilita accesul la subbucla locală. În acest context, operatorul dominant ar putea fi obligat să rezerve spațiu și facilități aferente în cabinetul stradal pentru operatorii alternativi încă din faza de planificare a rețelei de acces de generație viitoare. De asemenea, având în vedere că asigurarea serviciilor de backhaul până la cabinetele stradale poate fi dificilă pentru operatorii alternativi, operatorul dominant ar putea fi obligat să ofere servicii de backhaul până la cabinetele stradale (dark fiber sau capacități de transmisie) și/sau acces partajat la canalizație;
- Impunerea obligației de furnizare a accesului de tip „*bitstream*”;
- Impunerea obligației de a furniza servicii de roaming național;
- Impunerea obligației de furnizare a serviciilor de acces la rețeaua de telefonie fixă la nivel de gros (WLR – *Wholesale Line Rental*);
- Menținerea/impunerea obligației de furnizare a serviciilor de colocare, ca accesorii serviciilor de acces;
- Impunerea utilizării partajate a elementelor de infrastructură dificil de replicat (de exemplu, impunerea obligației de colocare a antenelor de emisie-recepție la nivelul stațiilor de bază).

Obligația de nediscriminare – Opțiune: Menținerea/impunerea în sarcina operatorilor dominanți cărora li se impun obligații de furnizare a serviciilor de acces și a obligației de aplicare a unor condiții echivalente în circumstanțe echivalente, pentru toate elementele specifice ale rețelei, infrastructură asociată, precum și pentru serviciile și informațiile necesare în vederea realizării accesului, între furnizarea internă, către propriile activități integrate pe verticală, și furnizarea externă, către ceilalți operatori.

Obligația de transparentă – Opțiune: Menținerea/impunerea în sarcina operatorilor dominanți cărora li se impun obligații de furnizare a serviciilor de acces și a obligației de a publica o ofertă de referință pentru serviciile de acces furnizate, care trebuie să fie suficient de detaliată pentru a asigura că solicitanții nu vor trebui să plătească pentru resurse care nu sunt necesare serviciului pe care l-au solicitat. De asemenea, transparenta poate viza și alte aspecte, precum publicarea unor informații contabile sau publicarea periodică a unui set de indicatori care să evidențieze respectarea obligației de nediscriminare.

Obligația de ținere a evidenței contabile separate – Opțiune: Menținerea/impunerea obligației de ținere a evidenței contabile separate în sarcina operatorilor dominanți.

Obligația de control al tarifelor – Opțiune: Menținerea/impunerea obligației de control al tarifelor prin fundamentarea acestora în funcție de costuri, cu posibilitatea de redefinire a instrumentului de estimare a nivelului eficient al costurilor, prin dezvoltarea unui model de calculație a costurilor.

4.3.3.3. Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare în domeniul transmisiilor audiovizuale

În ceea ce privește transmisia de programe audiovizuale audiovizuale, este necesară examinarea oportunității și a posibilităților de aplicare a următoarelor instrumente de reglementare:

Obligația furnizării serviciilor de acces – Opțiune: Reglementarea accesului la infrastructura nereplicabilă a SNR, pe baze transparente, nediscriminatorii și la tarife fundamentate în funcție de costurile eficiente.

Promovarea digitalizării rețelelor terestre – Opțiune: Organizarea procedurilor legale în vederea atribuirii în cel mai scurt termen a frecvențelor radio pentru transmisii terestre digitale, într-o manieră obiectivă, transparentă și nediscriminatorie.

4.3.3.4. Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare pentru creșterea fluidității pieței cu amănuntul

În condițiile în care experiențele din alte state par să indice că simpla introducere a portabilității numerelor nu este suficientă pentru ameliorarea concurenței pe piața cu amănuntul, oportunitatea măsurilor de (re)definire a instrumentelor de reglementare pentru creșterea fluidității piețelor cu amănuntul va fi evaluată prin monitorizarea indicatorilor de fluiditate (en.*churn*) la nivelul segmentelor omogene, prin cercetări de piață periodice efectuate în rândul consumatorilor și prin monitorizarea efectelor introducerii portabilității numerelor (de exemplu, numere portate, scăderea diferenței între tarifele pentru apeluri în rețea și în afara rețele etc.). Se pot avea în vedere următoarele instrumente de reglementare:

Portabilitatea numerelor – Practicile internaționale în materie indică existența unui număr de factori de succes pentru portabilitatea numerelor:

- transparența tarifelor apelurilor către numerele portate;
- niveluri reduse ale costurilor cu schimbarea furnizorului;
- minimizarea efortului birocratic.

Impunerea unor obligații care să asigure transparența tarifelor apelurilor către numerele portate, precum și a unor tarife maxime pentru schimbarea furnizorului, reprezintă instrumente de reglementare pentru asigurarea succesului portabilității numerelor.

4.3.3.5. Opțiuni de (re)definire a instrumentelor de reglementare pentru creșterea transparenței tarifelor cu amănuntul

Dezvoltarea unei pagini de internet dedicate nevoilor de informare ale consumatorilor—
Un asemenea instrument ar avea drept scop să furnizeze cetățenilor o interfață

prietenoasă, în limbaj non-tehnic, care să ofere informații relevante și răspunsuri la întrebări pe principalele aspecte de interes în raporturile lor cu furnizorii de servicii de comunicații electronice. În acest context, va fi investigată oportunitatea punerii la dispoziția consumatorilor, prin intermediul paginii de internet a ANRCTI sau prin alte mijloace, a unui instrument care să permită compararea informațiilor privind tarifele și condițiile oferite de diferiți furnizori, în vederea asigurării posibilității utilizatorilor finali de a face evaluări independente. Acest instrument ar putea lua forma unui „motor de căutare” disponibil online, actualizat cu operativitate, care să genereze cele mai bune oferte valabile la un moment dat pentru un anumit profil de consum. O facilitate suplimentară ar fi punerea la dispoziție a unor clasificări a ofertelor existente în funcție de anumite criterii predefinite (de exemplu, *„cele mai bune oferte pentru apeluri către rețelele fixe”*).

Facturi detaliate – Stabilirea informațiilor care trebuie prezentate în cadrul facturilor detaliate emise de furnizorii de servicii de telefonie reprezintă un instrument de reglementare care asigură utilizatorilor finali un minim de informații care să le permită înțelegerea modului de tarificare a serviciilor utilizate, precum și verificarea conținutului facturilor emise de către furnizori, în condiții de protejare a dreptului la viață privată al utilizatorilor apelanți și al abonaților apelați.

Promovarea simplității structurii tarifelor cu amănuntul – O mai mare simplitate a structurii tarifelor practicate pe piața cu amănuntul poate fi promovată printr-o serie de măsuri, începând cu reglementarea tarifelor de interconectare (originare și terminare) la niveluri medii, indiferent de intervalul orar și chiar de nivelul la care este realizată interconectarea.

5. DIRECȚII DE EVOLUȚIE, INDICATORI DE PERFORMANȚĂ ȘI SISTEM INFORMAȚIONAL

ANRCTI a identificat direcțiile de evoluție a sectorului comunicațiilor electronice din România în perioada 2007-2010 și propune utilizarea unui set de indicatori de performanță pentru monitorizarea evoluției acestui sector și evaluarea atingerii obiectivelor strategice de reglementare.

5.1. Direcțiile de evoluție spre piața țintă

Implementarea planului strategic recomandat și a intervenției de reglementare propuse are menirea de a încuraja dezvoltarea unui mediu concurențial mai eficient, care să conducă la o rată de penetrare mai ridicată a serviciilor de comunicații electronice, la o creștere a diversității ofertelor, a calității serviciilor și a inovației, la prețuri mai transparente și mai accesibile. Previziunile privind sectorul comunicațiilor electronice din România în perioada de timp relevantă se bazează pe îndeplinirea acestor aspecte pozitive.

De asemenea, previziunile au la bază următoarele ipoteze:

- Evoluțiile la nivel macroeconomic – impactul asupra condițiilor la nivel macroeconomic, cum ar fi aderarea la Uniunea Europeană și creșterea economică;
- Evoluțiile tehnologice – impactul noilor tehnologii și al noilor servicii, inclusiv dezvoltarea 3G, digitalizarea, NGN etc.;
- Evoluțiile pieței – impactul asupra structurii actuale a pieței și asupra mediului competițional precum și preferințele consumatorilor pentru pachete de servicii;
- Mediul de reglementare actual și cel propus – actualul cadru de reglementare, inclusiv impactul reducerii tarifelor de interconectare și al portabilității numerelor și impactul intervenției conform opțiunilor de (re)definire a instrumentelor de reglementare.

5.1.1. Previziuni privind sectorul de telefonie mobilă

În următorii ani se întrevide că sectorul de telefonie mobilă va înregistra câteva evoluții majore, sub diverse aspecte, după cum urmează:

- Evoluții tehnologice – finalizarea extinderii HSPA și migrarea treptată către soluții convergente fix-mobil la sfârșitul perioadei relevante;
- Evoluția pieței – având în vedere rata de penetrare din ce în ce mai ridicată a serviciilor de telefonie, jucătorii își vor schimba strategiile de marketing ce vizează majorarea cotei de piață, orientându-se către menținerea bazei de clienți, ceea ce va determina creșterea numărului de clienți pe bază de abonament;
- Comportamentul de consum – creșterea constantă a ratei de penetrare a telefoniei mobile și a traficului pe utilizator și o cerere ridicată pentru serviciile mobile la „pachet” cu alte servicii de comunicații electronice;

- Evoluțiile reglementării – Tarifele netransparente și comportamentul de consum vor avea un impact nefavorabil asupra creșterii fluidității previzionate a pieței, în ciuda introducerii portabilității numerelor.

Indicatori de caracterizare a evoluțiilor previzionate

Abonați și rată de penetrare

Presupunând că noile politici de reglementare vor fi implementate, impactul pozitiv al acestora se poate estima că va fi resimțit la nivelul sectorului până în 2010.

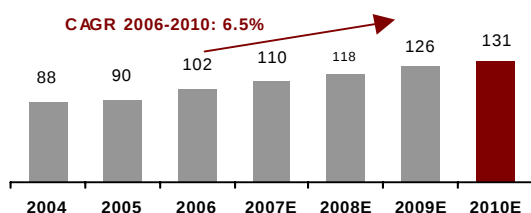
Rata de penetrare a telefoniei mobile se estimează a depăși pragul de 100% în 2008. Se întrevide că factorul determinant al acestei creșteri va fi dat de competiția stimulată de cel de-al cincilea jucător care va pătrunde pe piață și va oferi acoperire națională, scenariu care poate fi înlesnit prin impunerea obligațiilor de colocare și roaming național. De asemenea, se întrevide că portabilitatea numerelor în telefonia mobilă va facilita reducerea barierelor la schimbarea furnizorului și creșterea nivelului concurențial al pieței.

Traficul

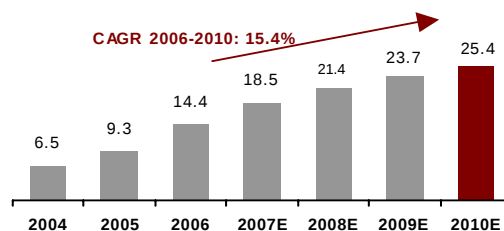
Rata crescută de penetrare va reprezenta principalul factor determinant pentru creșterea traficului, împreună cu scăderea estimată a prețurilor datorată creșterii competiției, a reducerii tarifelor de interconectare și substituției fix-mobil.

Se previzionează că volumele traficului pe utilizator vor înregistra o creștere moderată, deoarece deși tendința de diminuare a tarifelor determină o creștere a numărului de minute de convorbire, rata de penetrare va crește prin atragerea clienților marginali (*Figurile 30 și 31*).

**Fig. 30. Previziuni privind traficul lunar pe utilizator
în rețelele de telefonie mobilă**



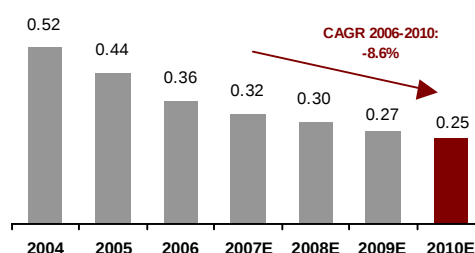
**Fig. 31. Previziuni privind traficul total în rețelele
de telefonie mobilă (mld. minute)**



Tariful pe minut

Creșterea concurenței va determina diminuarea tarifului cu amănuntul mediu pe minut (*Figura 32*).

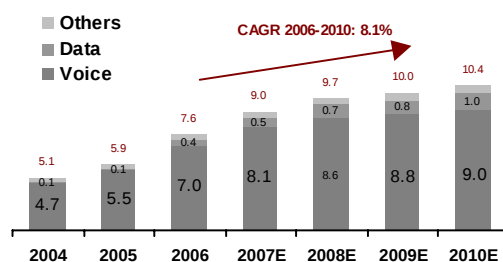
Fig. 32. Tariful estimat pe minut (RON)



Venituri totale și venit mediu pe utilizator

Se estimează o ușoară descreștere a venitului mediu pe utilizator datorată creșterii ratei de penetrare prin atragerea utilizatorilor marginali și a reducerii tarifelor. Diminuarea venitului mediu pe utilizator de servicii de voce poate fi compensată prin creșterea penetrării și a utilizării serviciilor 3G. Veniturile obținute din serviciile de date vor crește de la mai puțin de 5% în 2006 la mai mult de 8% în 2010. Acesta este efectul previzionat al ofertelor de servicii de date 3G și al diminuării tarifelor de voce. Creșterea penetrării și a utilizării serviciilor vor susține creșterea veniturilor totale ale sectorului telefoniei mobile (*Figura 33*).

**Fig. 33 Previziuni
privind veniturile sectorului de telefonie mobilă,
mldRON**



5.1.2. Previziuni privind sectorul de telefonie fixă

Este de așteptat ca sectorul de telefonie fixă să cunoască câteva evoluții majore în următorii ani, astfel:

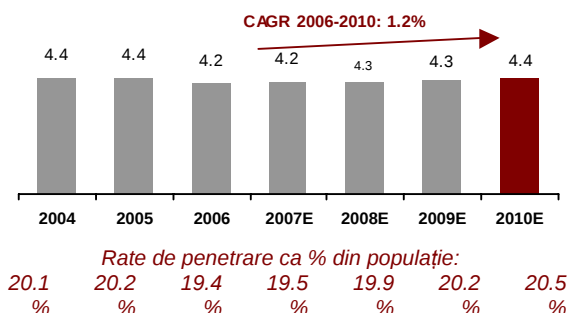
- Evoluții tehnologice – dată fiind evoluția serviciilor în bandă largă, tehnologia VoIP este preconizată a avea o rată de penetrare ridicată. Această tendință va stimula convergența între serviciile de date și cele de voce precum și creșterea fenomenului de implementare a soluțiilor de telefonie fixă de către operatorii de telefonie mobilă;
- Evoluția pieței – concurența agresivă din partea operatorilor de cablu la nivelul liniilor individuale și mai ales din partea operatorilor de telefonie mobilă la nivelul liniilor grupate va determina diminuarea cotei de piață a Romtelecom, exprimată atât în număr de linii cât și în trafic. În plus, tendința de utilizare a pachetelor de servicii va continua și ofertele „triple-play” vor deveni mai răspândite atât în sectorul rezidențial cât și în cel de business. Prețurile serviciilor de telefonie fixă vor continua să scadă, datorită concurenței și a creșterii ponderii serviciilor VoIP;
- Comportamentul de consum – creșterea substituției fix-mobil va determina o descreștere constantă a numărului de linii și a traficului telefoniei fixe, în special în sectorul rezidențial;
- Evoluțiile reglementării – se previzionează că implementarea politicii de interconectare va conduce la simplificarea tarifelor cu amănuntul și la diminuarea efectului de rețea.

Indicatori de caracterizare a evoluțiilor previzionate

Numărul de linii și penetrarea

Se estimează o stagnare pe piața liniilor de acces la puncte fixe în orizontul de timp relevant datorită unui mix de tendințe contradictorii (*Figura 34*). Astfel, substituția fix-mobil va determina într-o anumită măsură abandonarea liniilor fixe, mai ales de către persoanele fizice, în timp ce ofertele de telefonie fixă ale operatorilor mobili își vor îmbunătăți prezența în zonele rurale. În sectorul rezidențial telefonie fixă va fi achiziționată din ce în ce mai mult ca parte a unui pachet.

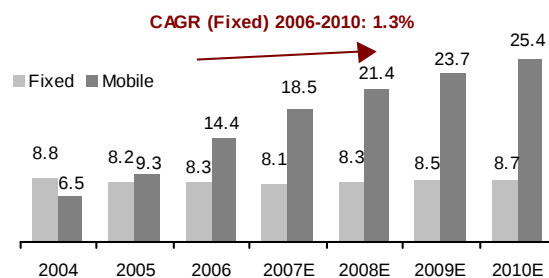
Fig. 34. Previziuni privind liniile de telefonie fixă (m)



Traficul

Creșterea substituției fix-mobil se va reflecta în diminuarea numărului de minute de convorbire pe linie fixă și într-o ușoară creștere a traficului total, înregistrată pe fondul ușoarei creșteri a numărului de linii de acces ale persoanelor juridice (*Figura 35*).

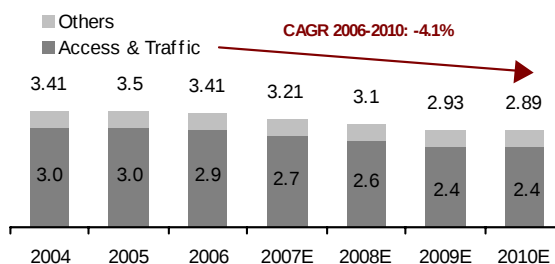
Fig. 35. Estimarea traficului Fix vs. Mobil (mld. minute)



Venituri totale și venit mediu pe linie

Concurența la nivelul liniilor grupate, determinată în special de operatorii de telefonie mobilă, și la nivelul liniilor individuale, datorată operatorilor de cablu, precum și substituția parțială cu serviciile de telefonie mobilă, vor conduce la o descreștere a tarifelor atât pentru acces cât și pentru traficul de telefonie fixă.

**Fig.36
Previziuni privind veniturile sectorului de telefonie fixă mld. RON**



Diminuarea prețurilor, chiar dacă este însoțită de o ușoară creștere a numărului de linii, va determina o diminuare continuă a veniturilor în acest sector (*Figura 36*).

5.1.3. Previziuni privind sectorul serviciilor în bandă largă

Serviciile în bandă largă vor cunoaște o dezvoltare semnificativă în următorii ani, pe măsură ce va fi disponibilă infrastructura necesară prin creșterea acoperirii și a lărgimii de bandă, astfel:

- Evoluții tehnologice – tehnologia în bandă largă determină inovația în sectorul telecomunicațiilor și devine platforma de bază prin care pot fi furnizate mai multe aplicații (voce și video). Romtelecom dezvoltă rețeaua de fibră optică (parte a planurilor sale de dezvoltare a unei rețele de nouă generație) pentru a deține o singură platformă care să permită furnizarea mai multor servicii, în timp ce alți operatori dezvoltă rețele „fibre to the home”. În plus, WiMAX poate deveni o platformă alternativă în principal în zonele rurale.

Având în vedere rata de penetrare a serviciilor în bandă largă, se estimează că tehnologia IP va atinge o rată de penetrare semnificativă, determinând convergența între serviciile de date și cele de telefonie.

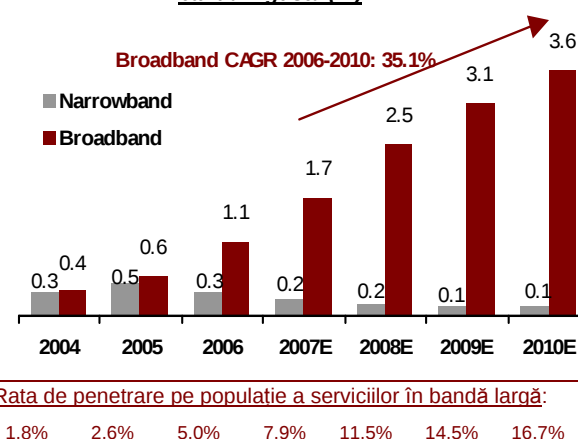
- Evoluția pieței – scăderea prețurilor pentru câștigarea cotei de piață alimentează creșterea sectorului. De asemenea, este așteptată consolidări pieței, deoarece economiile de scară sunt cruciale pentru serviciile în bandă largă.
- Comportamentul de consum – atât utilizatorii rezidențiali cât și companiile utilizează servicii în bandă largă ca parte a unui pachet, solicitând, de asemenea, creșterea lărgimii de bandă.
- Evoluțiile reglementării – accesul necondiționat la bucla locală nu produce un impact semnificativ, datorită incertitudinii privind rețelele de nouă generație și orizontului nesigur privind recuperarea investiției. Pe termen lung, dacă permit condițiile din piață, accesul de tip „bit stream” poate deveni o soluție viabilă pentru promovarea concurenței.

Indicatori de caracterizare a evoluțiilor previzionate

Numărul de linii și penetrarea

Rata de penetrare a serviciilor în bandă largă se estimează că va crește de la cca. 1 milion de linii la peste 3,5 milioane (Figura 37), iar lărgimea de bandă va crește și va depăși 0,5MB până în 2010 (viteză de descărcare efectivă). Conexiunile *dial-up* vor dispărea cu timpul și vor deveni o soluție nesemnificativă pe termen mediu și lung. Se estimează că Romtelecom va deveni un jucător semnificativ datorită dezvoltării agresive a serviciilor DSL.

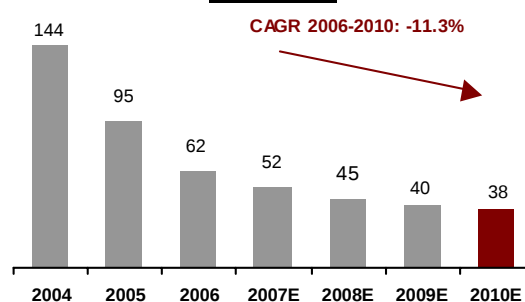
Fig. 37. Previziuni privind liniile în bandă largă și în bandă îngustă (m)



Venituri totale și venit mediu pe abonat

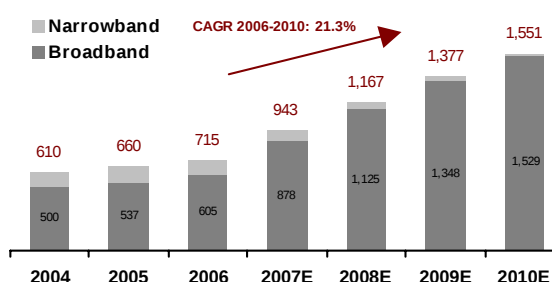
Pe termen scurt, creșterea concurenței va determina reducerea prețurilor, în timp ce pe termen mediu, ofertele se vor diferenția mai degrabă în funcție de lărgimea de bandă și de serviciile cu valoare adăugată incluse, decât în funcție de prețuri, ceea ce va duce la o stabilizare a veniturilor medii pe abonat (*Figura 38*).

Fig. 38. Previziuni ARPU servicii în bandă largă, RON pe lună



Creșterea semnificativă a veniturilor prognozată la nivelul segmentului va fi generată în principal de creșterea ratei de penetrare (*Figura 39*).

Fig. 39. Previziuni privind veniturile provenind din Internet (milioane RON)



5.1.4. Previziuni privind sectorul transmisiilor audiovizuale pe bază de abonament

Sectorul transmisiilor audiovizuale pe bază de abonament va înregistra un nivel rezonabil al concurenței, pe măsură ce ofertele de servicii la pachet de tip „triple-play” vor câștiga o răspândire tot mai largă.

- Evoluții tehnologice – digitalizarea devine din ce în ce mai răspândită pe piața abonamentelor TV, în principal datorită dezvoltării serviciilor DTH. Digitalizarea rețelilor de cablu este foarte redusă, datorită tarifelor relativ scăzute pentru serviciile furnizate. Nu este așteptat un impact semnificativ al evoluției tehnologice în acest sector la scară largă înainte de 2010.
- Evoluția pieței – piața serviciilor de cablu se va consolida la nivelul a 2-3 jucători datorită necesității de investiții la scară largă.
- Comportamentul de consum – se estimează o creștere continuă a numărului utilizatorilor de pachete „triple-play”, având ca principali factori catalizatori prezența programelor de televiziune în pachetele de servicii oferite utilizatorilor rezidențiali (care continuă să rămână elementul de bază al pachetelor) și introducerii de aplicații avansate (VoD, programe „time-shifted”) până în 2010.

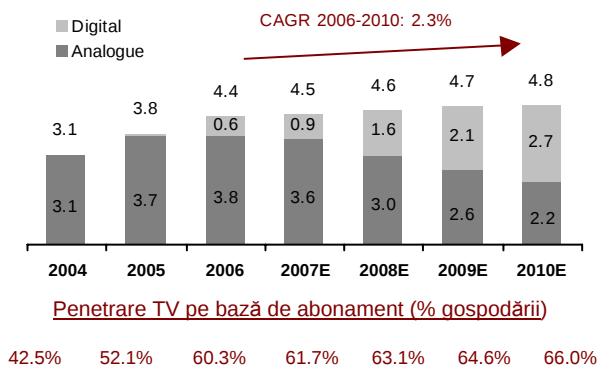
Indicatori de caracterizare a evoluțiilor previzionate

Abonații și rata de penetrare

Dezvoltarea concurenței, în special prin apariția ofertei DTH a Romtelecom pe acest segment, determină creșterea ratei de penetrare și stimulează procesul de digitalizare la nivelul sectorului (Figura 40).

Veniturile totale și veniturile medii pe abonat vor înregistra creșteri, datorită sporirii procentului abonaților la serviciile de (re)transmisie a programelor de televiziune în sistem digital și pe seama introducerii aplicațiilor de tip „time shifting” și a altor planuri de tarificare.

Fig. 40. Previziuni privind abonații Pay-TV (milioane)



5.2. Indicatori de performanță

Indicatorii de performanță evaluează evoluția sectorului în raport cu direcțiile de evoluție identificate, precum și impactul activităților de reglementare, estimând eficiența instrumentelor de reglementare în îndeplinirea obiectivelor strategice.

5.2.1. Cuantificarea evoluției sectorului

Identificarea și definirea indicatorilor de performanță a urmărit să cuantifice în termeni cantitativi sau calitativi evoluția sectorului de comunicații electronice spre piața țintă, permițând realizarea unui mecanism de avertizare asupra abaterii de la direcțiile de evoluție identificate la nivelul sectorului, precum și pentru evaluarea impactului intervențiilor de reglementare.

De asemenea, în vederea monitorizării îndeplinirii obiectivului de promovare a investițiilor eficiente în infrastructură și promovare a inovației, se are în vedere și stabilirea unor indicatori de performanță financiară a sectorului de comunicații electronice, precum și evaluarea impactului anumitor politici și instrumente de reglementare asupra performanței financiare a sectorului de comunicații electronice.

Indicatorii de performanță prezentați în cele ce urmează nu reprezintă liste exhaustive, însă vizează precizarea celor mai importanți indicatori care vor fi avuți în vedere pentru evaluarea mediului concurențial, a performanței și a gradului de inovare la nivelul componentelor sectorului.

(a) Telefonie mobilă

Mediu concurențial	Inovație	Performanța sectorului
- număr furnizori - gradul de concentrare a pieței (HHI) - cotele de piață (exprimate în funcție de numărul de utilizatori activi servicii preplătite/pe bază de abonament, trafic, venituri pe categorii de servicii etc.) - fluiditatea pieței (en. <i>churn</i>) - numere portate, cereri de portare, durata medie de portare - prețuri medii pe tipuri de servicii/evoluție - EBITDA din servicii de telefonie mobilă	- tipuri de tehnologii disponibile - aria de acoperire a rețelelor mobile, exprimate ca % populație, pe tipuri de tehnologii (2G, 2,5G, 3G, 3,5G) - număr de utilizatori activi 3G/3,5G - venituri din servicii de acces la internet și transmisiuni de date - nivelurile investițiilor totale și ale investițiilor în rețele și echipamente (mai puțin terminale) - numărul de servicii noi oferite anual de furnizori	- ARPU (venituri medii pe utilizator) - MOU (trafic mediu pentru serviciile de voce pe utilizator) - volume trafic și venituri pe tipuri de servicii (acces, voce, acces la internet, transmisiuni de date, roaming etc.) - număr de utilizatori activi - gradul de informare a utilizatorilor - gradul de cunoaștere a serviciilor noi de către utilizatori

(b) Telefonie fixă

Mediu concurențial la nivel cu amănuntul	Mediu concurențial la nivel de gros	Performanța sectorului
- număr de furnizori pe categorii de servicii - gradul de concentrare a pieței (HHI) - cotele de piață (exprimate în funcție de numărul de linii, trafic, venituri pe categorii de servicii etc.) - fluiditatea pieței (en.<i>churn</i>) - numere portate, cereri de portare, durata medie de portare - tarife medii - evoluția tarifelor pe categorii de servicii - EBITDA din servicii de telefonie fixă	- număr de furnizori pe categorii de servicii - gradul de concentrare a pieței (HHI) - cotele de piață exprimate în trafic/venituri la nivel de gros - nivelul tarifelor și evoluția acestora în timp	- ARPU (venituri medii pe linie) - MOU (trafic mediu pentru serviciile de voce pe utilizator) - nivelurile investițiilor în echipamente și rețele pentru servicii de voce (exclusiv terminale) - volume de trafic și venituri pe tipuri de servicii (acces, voce, acces la internet, transmisiuni de date etc.) - numărul de linii de acces instalate total/rural/urban - gradul de informare a utilizatorilor - gradul de cunoaștere a serviciilor de către utilizatori

(c) Acces la internet în bandă largă și transmisiuni de date

Mediu concurențial	Acoperire și capacitate	Performanța sectorului
- număr de furnizori pe categorii de servicii/tehnologii disponibile - gradul de concentrare a pieței (HHI) - cotele de piață (exprimate în funcție de numărul de utilizatori, venituri pe categorii de servicii etc.) - fluiditatea pieței serviciilor de acces la internet (en.<i>churn</i>) - prețuri medii și evoluția acestora în timp pe categorii de servicii - EBITDA din servicii de acces la internet în bandă largă și transmisiuni de date	- investiții în rețele și echipamente pentru acces la internet și transmisiuni de date, pe tipuri de servicii - capacitate totală de download și upload - număr de gospodării acoperite	- tehnologii disponibile - rata de penetrare a accesului la internet în bandă largă, pe tipuri de tehnologii și lărgime de bandă - rata de utilizare a serviciilor de internet - arie de acoperire cu servicii de acces la internet în bandă largă, pe tipuri de tehnologii și lărgime de bandă (disponibilitatea serviciului la nivel de gospodării) - lărgimea medie de bandă efectivă la download - lărgimea medie de bandă efectivă la upload - gradul de informare a utilizatorilor - gradul de cunoaștere a serviciilor de către utilizatori

(d) Transmisii de programe audiovizuale

Mediu concurențial	Inovație	Performanța sectorului
- gradul de concentrare a pieței (HHI) - cotele de piață (exprimate în funcție de numărul de abonați) - fluiditatea (en. <i>churn</i>); - nivelurile prețurilor și evoluția acestora în timp - EBITDA din servicii de transmisii audiovizuale	- aria de acoperire a rețelelor digitale și analogice de transmisii audiovizuale (la nivel de gospodărie) - investiții în rețele și echipamente pentru transmisii audiovizuale - numărul de servicii noi oferite anual de furnizori	- număr de abonați rural/urban, digital/analogic, cablu/satelit DTH/IPTV - venituri obținute din comercializarea acestor servicii - venituri medii/abonat - rata de digitalizare a transmisiilor de programe audiovizuale - disponibilitatea serviciului/gradul de acces la servicii - gradul de informare a utilizatorilor - gradul de cunoaștere a serviciilor de către utilizatori

Nu în ultimul rând, dezvoltarea pachetelor de servicii implică monitorizarea evoluției acestora, în principal a numărului de utilizatori pentru fiecare combinație de pachete de servicii, de la „*double-play*” până la „*quadruple-play*”, prin indicatori specifici.

Indicatorii de performanță identificați mai sus nu vor fi analizați izolat, ci ca parte a unui mix de indicii, în care vor fi investigate posibilele corelații cu indicatori calitativi obținuți din cercetări de piață în rândul consumatorilor, în vederea caracterizării unui segment sau serviciu.

5.2.2. Evaluarea îndeplinirii obiectivelor strategice

În procesul de identificare a indicatorilor de performanță, s-a ținut seama de caracteristicile și structura pieței-țintă, fiind propuși totodată indicatori de performanță specifici pentru monitorizarea îndeplinirii fiecărui obiectiv strategic și pentru avertizarea devierilor, după cum urmează:

Obiectivul strategic numărul 1, referitor la crearea condițiilor pentru manifestarea concurenței bazate pe infrastructuri, facilitând acolo unde este eficient, concurența bazată pe servicii, va putea fi evaluat prin indicatori precum:

- Gradul de fluiditate a pieței și evoluția indicatorilor de fluiditate;
- Numărul de noi furnizori de servicii și numărul de noi operatori de rețele;
- Numărul de operatori și furnizori care și-au încetat activitatea;
- Numărul de operatori și furnizori care, cumulativ, ating 90% din piață, la nivelul segmentelor omogene;
- Gradul de concentrare a pieței (HHI) calculat în funcție de cotele de piață ale furnizorilor de servicii la nivelul segmentului, precum și în funcție de ponderile infrastructurilor aflate în concurență pe segmentul respectiv;
- EBITDA ca procent din venituri.

Obiectivul strategic numărul 2, referitor la promovarea dezvoltării serviciilor de acces la internet în bandă largă și maximizarea bazei de utilizatori de astfel de servicii, va putea fi evaluat prin indicatori precum:

- Rata de penetrare a accesului la internet în bandă largă, pe categorii de populație: rural/urban, persoane fizice/persoane juridice;
- Gospodării acoperite de rețelele de acces în bandă largă;
- Veniturile medii pe legătură de acces la internet în bandă largă;
- Capacitatea totală de download și de upload disponibilă;
- Ponderea legăturilor de acces wireless în total conexiuni dedicate;
- Nivelurile investițiilor în rețele și echipamente de acces la internet în bandă largă ca procent în veniturile relevante;
- EBITDA ca procent în venituri.

Obiectivul strategic numărul 3, referitor la crearea condițiilor astfel încât consumatorii să primească valoare corectă pentru bani, va putea fi evaluat prin indicatori cantitativi și calitativi precum:

- Evoluția diversității gamei de produse disponibile;
- Evoluția prețurilor produselor comparabile;
- Evoluția indicatorilor de calitate a serviciilor;
- Rata de lansare de noi produse;
- Fluiditatea pieței;
- Costurile medii de schimbare a furnizorului;
- Intensitatea consumului de servicii (minute voce, Mbit trafic etc.);
- Rata de penetrare a serviciilor, inclusiv a pachetelor de servicii, pe categorii de consumatori;
- Gradul de satisfacție al consumatorilor.

Obiectivul strategic numărul 4, referitor la asigurarea transparenței și accesibilității informațiilor privind disponibilitatea, condițiile ofertei și prețurile serviciilor, va putea fi evaluat prin indicatori calitativi precum:

- Percepțiile și gradul de cunoaștere de către consumatori a nivelului tarifelor;
- Simplitatea tarifelor exprimată prin numărul planurilor tarifare și combinațiilor posibile;
- Disponibilitatea informațiilor privind nivelul efectiv al tarifelor, inclusiv pe facturi;
- Numărul de accesări și interogări ale paginii de internet a ANRCTI dedicată consumatorilor;

Obiectivul strategic numărul 5, referitor la non-interferența cu dezvoltarea naturală a pachetelor de servicii, va putea fi evaluat prin indicatori calitativi precum:

- Evoluția ratelor de penetrare ale pachetelor de servicii, comparativ cu evoluția consumului individual al serviciilor care intră în componența pachetelor, pe tipuri de astfel de pachete;
- Disponibilitatea pachetelor de servicii, evaluată prin cercetare în rândul consumatorilor;
- Percepțiile consumatorilor privind motivele care îi determină să aleagă pachetele de servicii în detrimentul serviciilor individuale;
- Percepțiile consumatorilor privind prețurile pachetelor de servicii și calitatea serviciilor împachetate;
- Evoluția prețurilor pachetelor comparativ cu prețurile serviciilor individuale și reducerea medie practică pe pachet;

- Evaluarea corelației dintre rata de penetrare a pachetelor de servicii și fluiditatea pieței;
- Numărul de furnizori de pachete de servicii;

5.3. Redefinirea sistemului informațional

Sistemul informațional de reglementare este compus din instrumentele și sistemele informaționale utilizate pentru înțelegerea particularităților și monitorizarea evoluției sectorului comunicațiilor electronice, definirea piețelor relevante și analiza situației concurențiale în cadrul acestora, precum și pentru selectarea și operaționalizarea celor mai potrivite instrumente de reglementare în vederea atingerii obiectivelor de reglementare. Sistemul informațional de reglementare cuprinde toate sursele de informații aflate la dispoziția ANRCTI (precum date statistice, analize și studii de piață, situații financiare statutare și de reglementare, situații de cost și modele de calculație a costurilor, instrumente/modele pentru evaluarea practicilor de tip „margin squeeze” ale operatorilor cu putere semnificativă, modele tehnico-economice care permit evaluarea condițiilor concurențiale și a stimulentele de a investi etc.), împreună cu procedurile de culegere, prelucrare, interpretare și utilizare a acestora.

În ceea ce privește datele statistice, va fi realizată o reevaluare periodică a listei indicatorilor cantitativi colectați, astfel încât să se asigure completarea deficitului de informații statistice de care dispune ANRCTI, în paralel cu asigurarea corespondenței informațiilor colectate cu cele necesare unei monitorizări eficiente a evoluțiilor sectorului. În acest sens, definițiile unor indicatori statistici vor fi revizuite, colectarea anumitor indicatori va fi oprită, iar deficitul de informație statistică va fi completat prin noi indicatori, precum EBITDA, indicatorii asociați portabilității (număr de cereri de portare, număr de numere portate, durata medie efectivă pentru portarea unui număr etc.), arie de acoperire 3G, număr de terminale 3G vândute, indicatorii pentru monitorizarea ratei de penetrare pachetelor de servicii comercializate etc. În ceea ce privește indicatorii statistici pentru monitorizarea calității serviciilor, va fi avută în vedere extinderea obligației de raportare la operatorii de telefonie mobilă. De asemenea, sistemul informațional trebuie completat cu datele provenite din studiile ad-hoc, ocazionate de realizarea analizelor de piață în vederea aplicării măsurilor de reglementare *ex ante*.

Autoritatea trebuie să dispună de toate informațiile relevante necesare identificării cu rigurozitate a problemelor concurențiale și deficiențelor existente la nivelul sectorului, în funcție de evoluția actuală și prognozată a indicatori de piață, în paralel cu adoptarea setului optim de instrumente de reglementare și monitorizarea implementării acestora, demersuri de natură să actualizeze cu o anumită periodicitate sistemul informațional suport la îndemâna ANRCTI.

În acest sens, ANRCTI va continua să fie informată privind nivelul eficient al tarifelor reglementate prin fundamentare în funcție de costuri, printr-o serie de modele de calculație a costurilor, inclusiv de tip incremental pe termen lung.

Potențialul unor comportamente de timp „margin squeeze” va fi evaluat prin intermediul unor calculații specifice, în timp ce impactul posibilităților de intervenție ale ANRCTI va fi evaluate prin modele tehnico-economice pentru investigarea stimulentele de a investi în dezvoltarea de rețele sau furnizarea de servicii.

De asemenea, situațiile financiare de reglementare, având la bază principiul evidenței contabile separate a activităților pentru care a fost identificată dominanța, vor continua să reprezinte instrumentul cheie de verificare a respectării obligației de nediscriminare.

Redefinirea sistemului informațional va fi privită ca un proces dinamic, ale cărui specificații se schimbă pe măsura evoluției sectorului de comunicații către piața-țintă în funcție de evoluția indicatorilor de performanță. Astfel, instrumentele informaționale vor include mijloace de ajustare și adaptare dinamică la situația de fapt a sectorului de comunicații electronice, în funcție de evoluția acestuia.

6. SINTEZĂ A CORESPONDENȚELOR SEGMENTE – OBIECTIVE – OPȚIUNI REGLEMENTARE

În tabelul de mai jos este prezentată o sinteză a corespondențelor între segmentele omogene rezultate din analiza-diagnostic, obiectivele strategice identificate și opțiunile de (re)definire a intervențiilor de reglementare.

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
TELEFONIE MOBILĂ						
Segmentul de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul	Costuri mari de schimbare a furnizorului datorită designului strategic al produselor și termenilor contractuali Tarife avantajoase în rețea și prețuri ridicate în afara rețelei Structură complexă și netransparentă a tarifelor Niveluri reduse ale inovației și ale concurenței	Dificultăți în atragerea de noi clienți de către competitori, respectiv în creșterea cotei de piață a acestora Consumatori captivi Deficit de bunăstare socială Ineficiențe în alocarea resurselor Comportament de consum distorsionat	Indicii privind existența dominanței colective	Intervenție la nivel de gros (acces și originare la puncte mobile) Portabilitatea numerelor non-geografice (MNP) Pagină de internet dedicată consumatorilor Facturi detaliate mai ușor de citit Promovarea simplității structurii tarifelor cu amănuntul	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #4	Consiliul Concurenței

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Corespondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
Acces și originare la puncte mobile	Bariere ridicate la intrarea pe piață Furnizarea exclusiv internă a serviciilor	Blocarea intrării pe piață Reducerea concurenței efective Distorsiuni asupra altor segmente Ineficiență în alocarea resurselor	Indicii privind existența dominanței colective	Colocare echipamente transmisie – recepție Roaming național MVNO	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3	Consiliul Concurenței
Terminare la puncte mobile în rețelele individuale de telefonie	Niveluri ridicate ale tarifelor Tarife și condiții discriminatorii Refuzul furnizării serviciilor către terți	Creșterea costurilor competitorilor Scăderea profitabilității competitorilor Deficit de bunăstare socială Ineficiențe în alocarea resurselor Distorsiuni asupra altor segmente	Dominanță individuală la nivelul fiecărui furnizor de servicii	Furnizarea serviciului către terți Transparență Nediscriminare Evidență contabilă separată Calculația costurilor și controlul tarifelor	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #4	

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
TELEFONIE FIXĂ, ACCES LA INTERNET ȘI TRANSMISIUNI DE DATE						
Acces rețele fixe - linii individuale	Disponibilitate redusă a serviciilor Niveluri scăzute ale satisfacției consumatorilor	Niveluri scăzute ale concurenței Deficit de bunăstare socială Ineficiențe în alocarea resurselor Distorsiuni asupra altor segmente	Operatorul istoric, fost monopolist	Stimularea intrării pe piață a operatorilor de rețele Servicii WiMAX cu prioritate în zonele rurale nedeservite Relaxarea regimului de control al prețurilor cu amănuntul Obligația de nediscriminare prin preț, pe criterii geografice Portabilitatea numerelor geografice (FNP)	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #2 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #5	Consiliul Concurenței Autorități locale (acces pe proprietăți)
Apeluri naționale originare la puncte fixe – linii individuale	Numărul mic de alternative la furnizorul de acces Niveluri ridicate ale tarifelor, în special pentru apeluri în afara rețelei Complexitate ridicată	Niveluri scăzute ale concurenței Deficit de bunăstare socială Ineficiențe în alocarea resurselor Comportament de consum distorsionat	Operatorul istoric, fost monopolist	Relaxarea regimului de control al prețurilor cu amănuntul Obligația de nediscriminare prin preț, pe criterii geografice Portabilitatea	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #4	

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
	a planurilor tarifare, transparență redusă			numerelor geografice (FNP) Transparență, nediscriminare, evidență contabilă separată Pagină de internet dedicată consumatorilor Facturi detaliate mai ușor de citit Promovarea simplității structurii tarifelor cu amănuntul		

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Corespondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
Acces necondiționat la bucla locală (inclusiv partajat) pentru furnizarea serviciilor de voce și a celor în bandă largă	Scăderea numărului de utilizatori accesați dintr-un punct de acces prin introducerea echipamentelor de tip ONU în rețea Practicarea unor tarife de ruinare pe piețele din aval Bariere ridicate la intrarea pe piață Discriminare internă privind accesul la informații și termenele de furnizare a serviciilor	Creșterea costurilor competitorilor Diminuarea vânzărilor competitorilor Posibilitatea de reducere a marjelor prin practicarea unor tarife de ruinare Distorsiuni asupra altor segmente	Operatorul istoric, fost monopolist	Mentținerea reglementărilor în vigoare cu investigarea altor opțiuni de acces în contextul NGN: - utilizarea în comun a cabinetelor stradale; - rezervarea spațiului și a facilităților aferente din cabinetul stradal încă din faza de planificare a rețelei NGNA; - oferirea serviciilor de backhaul până la cabinetele stradale și/sau acces partajat la canalizație.) Orientarea pe costuri a tarifelor pe baza unui model de calculație a costurilor Investigarea oportunității și posibilităților pentru introducerea accesului de tip „bitstream”	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #2 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #5	

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
Originare apeluri la puncte fixe	Tactici de întârziere a furnizării serviciilor În lipsa reglementărilor: Niveluri ridicate ale tarifelor Condiții discriminatorii de furnizare a serviciilor Refuzul furnizării serviciilor către terți	Niveluri nesemnificative ale serviciilor furnizate prin selectarea și preselecția transportatorului Distorsiuni asupra altor segmente Blocarea intrării pe piață	Operatorul istoric, fost monopolist	Mentținerea reglementărilor în vigoare	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3	
Terminare apeluri la puncte fixe în rețelele individuale de telefonie	Niveluri ridicate și/sau discriminatorii ale tarifelor Condiții discriminatorii de furnizare a serviciilor Refuzul furnizării serviciilor către terți	Creșterea costurilor competitorilor Scăderea profitabilității competitorilor Deficit de bunăstare socială Ineficiențe în alocarea resurselor Distorsiuni asupra altor segmente	Dominanță individuală la nivelul fiecărui furnizor de servicii	Furnizarea serviciului către terți Transparență Nediscriminare Evidență contabilă separată Calculația costurilor și controlul prețurilor	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #3 Obiectiv strategic #4	

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
Tranzit național de apeluri	În lipsa reglementărilor: Niveluri ridicate ale tarifelor Condiții discriminatorii de furnizare a serviciilor Refuzul furnizării serviciilor către terți	Creșterea costurilor competitorilor Distorsiuni asupra altor segmente	Operatorul istoric, fost monopolist	Menținerea reglementărilor în vigoare	Obiectiv strategic #1	
Linii închiriate – segmente terminale	În lipsa reglementărilor: Niveluri ridicate ale tarifelor Condiții discriminatorii de furnizare a serviciilor Refuzul furnizării serviciilor către terți	Distorsiuni asupra altor segmente Creșterea costurilor competitorilor	Operatorul istoric, fost monopolist	Menținerea reglementărilor în vigoare	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #2	

Segment omogen identificat	Deficiențe competitive	Efecte	Dominanță	Opțiuni de intervenție	Correspondență cu obiectivele strategice	Intervenții complementare
TRANSMISIA/RETRANSMISIA PROGRAMELOR AUDIOVIZUALE						
Transmisia / retransmisia programelor audiovizuale prin sisteme radio terestre la nivel național	Prețuri excesive Niveluri reduse ale inovației Lipsa unei politici armonizate de acces pe proprietăți	Întârzieri în digitalizarea rețelelor terestre de transmisii audiovizuale Număr redus de servicii de programe audiovizuale terestre la nivel național	Operatorul rețelei dezvoltate la nivel național	Acordarea colocării la locațiile existente Transparență Nediscriminare Calculația costurilor și reglementarea tarifelor transmisiilor și a colocării Introducere rețele alternative	Obiectiv strategic #1 Obiectiv strategic #2 Obiectiv strategic #3	MCTI Consiliul Concurenței Autorități locale (acces pe proprietăți)

ANEXĂ - SCHEMA ANALIZEI STRATEGICE

