



# MONITORUL OFICIAL

## AL

### ROMÂNIEI

Anul XIV — Nr. 916

PARTEA I  
LEGI, DECRETE, HOTĂRĂRI ȘI ALTE ACTE

Luni, 16 decembrie 2002

#### SUMAR

<u>Nr.</u>	<u>Pagina</u>	<u>Nr.</u>	<u>Pagina</u>
		137. — Decizie a președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații privind aprobarea Regulamentului pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață	5-7
35. — Ordin al președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei pentru aprobarea Regulamentului de conducere și organizare a activității de mentenanță.....	1-2	7.208. — Ordin al ministrului delegat la Ministerul Educației și Cercetării pentru activitatea de cercetare privind acordarea autorizației de funcționare Parcului științific și tehnologic „Parc de soft” Galați	8
136. — Decizie a președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații pentru aprobarea Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice.....	2-5	★ Rectificare.....	8

## ACTE ALE ORGANELOR DE SPECIALITATE ALE ADMINISTRAȚIEI PUBLICE CENTRALE

MINISTERUL INDUSTRIEI ȘI RESURSELOR  
AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE REGLEMENTARE  
ÎN DOMENIUL ENERGIEI

### ORDIN

#### pentru aprobarea Regulamentului de conducere și organizare a activității de mentenanță

În temeiul prevederilor art. 5 pct. 11 și ale art. 9 alin. (4) și (5) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 29/1998 privind înființarea, organizarea și funcționarea Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei — ANRE, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 99/2000, cu modificările ulterioare, precum și ale art. 70 lit. f) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 63/1998 privind energia electrică și termică, cu modificările ulterioare,

**președintele Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei** emite următorul ordin:

Art. 1. — Se aprobă Regulamentul de conducere și organizare a activității de mentenanță, prezentat în anexa\*) care face parte integrantă din prezentul ordin.

Art. 2. — Prezentul ordin va fi publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Art. 3. — La data intrării în vigoare a Regulamentului de conducere și organizare a activității de mentenanță Prescripția energetică PE 016/96 își pierde valabilitatea.

Art. 4. — Titularii de licență care își desfășoară activitatea în sectorul energiei electrice și termice vor respecta prevederile Regulamentului de conducere și organizare a activității de mentenanță.

\*) Conținutul anexei este disponibil în format electronic pe pagina web a ANRE ([www.anre.ro](http://www.anre.ro)).

Art. 5. — Departamentul acces la rețea și autorizare din economici a prevederilor cuprinse în Regulamentul de cadrul ANRE va urmări respectarea de către agenții conducere și organizare a activității de mentenanță.

Președintele Autorității Naționale  
de Reglementare în Domeniul Energiei,  
**Ion Lungu**

București, 6 decembrie 2002.  
Nr. 35.

AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE REGLEMENTARE ÎN COMUNICAȚII

## DECIZIE

### pentru aprobarea Regulamentului privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice

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

**președintele Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații** emite prezenta decizie.

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

Președintele Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații,  
**Ion Smeianu**

București, 12 decembrie 2002.  
Nr. 136.

*ANEXĂ*

## REGULAMENT

### privind identificarea piețelor relevante din sectorul comunicațiilor electronice

#### CAPITOLUL I

##### Dispoziții generale

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

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

a) *produs* — un produs sau serviciu din sectorul comunicațiilor electronice;

b) *furnizor* — un furnizor de rețele sau de servicii de comunicații electronice, în înțelesul Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicațiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 591/2002, sau un operator, în înțelesul Ordonanței Guvernului nr. 34/2002 privind accesul la rețelele publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 527/2002, care oferă un produs;

c) *pieță relevantă a produsului* — acea piață a produselor considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului;

d) *pieță geografică relevantă* — zona în care sunt localizați furnizorii produselor din piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate

fi delimitată de arii geografice vecine datorită unor condiții concurențiale diferite;

e) *pieță relevantă* — piața obținută prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă;

f) *pieță relevantă specifică* — piața relevantă din sectorul comunicațiilor electronice, ale cărei caracteristici pot justifica impunerea de către ANRC a unor obligații specifice în sarcina furnizorilor cu putere semnificativă pe acea piață;

g) *concurență efectivă* — situația în care mecanismele concurențiale ale pieței conduc la alocarea eficientă a resurselor și la un nivel ridicat al beneficiilor sociale;

h) *pieță cu amănuntul* — piața produselor destinate utilizatorilor finali;

i) *pieță de gros* — piața produselor destinate a fi utilizate în scopul revânzării de către alți furnizori;

j) *rețea publică de telefonie fixă* — rețeaua de comunicații electronice prin intermediul căreia se furnizează serviciul de telefonie destinat publicului la puncte fixe;

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

#### CAPITOLUL II

##### Identificarea pieței relevante a produsului

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

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

b) piețe cu amănuntul/piețe de gros;

- c) furnizare de rețele și servicii de comunicații electronice/furnizare de infrastructură asociată;
- d) furnizare la puncte fixe/furnizare la puncte mobile;
- e) servicii de telefonie destinate publicului/alte servicii;
- f) servicii oferite consumatorilor/servicii oferite celorlalți utilizatori finali.

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

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

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

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

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

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

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

Art. 6. — (1) Criteriul substituibilității ofertei este utilizat pentru determinarea produselor considerate sau care ar putea fi considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului, ce pot fi oferite de furnizori care pot intra pe piața relevantă în cauză, într-o perioadă rezonabilă și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile.

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

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

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

### CAPITOLUL III

#### Identificarea pieței geografice relevante

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### CAPITOLUL IV

#### Testul monopolistului ipotetic

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

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

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

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

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

### CAPITOLUL V

#### Identificarea pieței relevante specifice

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

Art. 14. — (1) Pornindu-se de la piața relevantă, identificarea pieței relevante specifice se realizează în principal pe baza următoarelor criterii:

- a) barierele la intrarea pe piață;
- b) dinamica pieței;
- c) eficiența dreptului concurenței.

(2) Alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

(3) Existența în trecut a unor bariere legale, precum unele drepturi speciale sau exclusive, poate amplifica impactul unor bariere structurale, cum ar fi economii de scară sau de scop, integrarea pe verticală, controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate, greu de duplicat, controlul asupra unor standarde

tehnice la care concurenții trebuie să se adapteze, practicarea unor subvenții încrucișate între servicii sau inerția utilizatorilor.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

(3) Anexa face parte integrantă din prezentul regulament.

ANEXĂ  
la regulament

## PIEȚELE RELEVANTE SPECIFICE

### 1. a) Piața relevantă a produsului

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

Piața identificată este o piață de gros, supusă prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 34/2002 privind accesul la rețelele

publice de comunicații electronice și la infrastructura asociată, precum și interconectarea acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 527/2002.

### b) Piața geografică relevantă

Piața națională determinată de teritoriul României

### 2. a) Piața relevantă a produsului

Piața accesului la rețeaua publică de telefonie mobilă operată de Societatea Comercială „Cosmorom” — S.A. în vederea

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

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

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**3. a) Piața relevantă a produsului**

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

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

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**4. a) Piața relevantă a produsului**

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

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

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României

**5. a) Piața relevantă a produsului**

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

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

**b) Piața geografică relevantă**

Piața națională determinată de teritoriul României.

AUTORITATEA NAȚIONALĂ DE REGLEMENTARE ÎN COMUNICAȚII

**DECIZIE**

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

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

**președintele Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații** emite prezenta decizie.

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

Președintele Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații,  
**Ion Smeeanu**

București, 12 decembrie 2002.  
Nr. 137.

*ANEXĂ*

**REGULAMENT**

**pentru efectuarea analizelor de piață și determinarea puterii semnificative pe piață**

**CAPITOLUL I**

**Dispoziții generale**

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

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

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

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

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

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

## CAPITOLUL II

### Criterii pentru determinarea puterii semnificative

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

- a) cota de piață și stabilitatea acesteia;
- b) integrarea pe verticală;
- c) numărul concurenților;
- d) puterea de contracarare a utilizatorilor;
- e) evoluția prețurilor și nivelul profiturilor;
- f) gradul de diversificare a produselor;
- g) mărirea furnizorilor;
- h) absența concurenților potențiali;
- i) controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate, greu de duplicat;
- j) economiile de scară;
- k) economiile de scop;
- l) avantajul tehnologic;
- m) accesul facil sau privilegiat la resurse financiare;
- n) existența unei rețele dezvoltate de distribuție.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 8. — La efectuarea analizelor de piață se va ține seama de numărul furnizorilor existenți pe piață, precum și de raportul

dintre cotele de piață ale acestora. Un număr mare de furnizori poate constitui un indiciu al concurenței efective pe piață.

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

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

- a) utilizatorul cumpără un volum important din totalul produselor oferite de furnizor;
- b) utilizatorul poate migra, cu costuri reduse, către surse alternative de achiziționare a produselor respective;
- c) utilizatorul ar putea produce el însuși produsele respective.

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

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

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

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

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

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

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

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

Art. 16. — Economii de scară apar atunci când costul total mediu pe unitatea de produs al unui furnizor scade o dată cu creșterea vânzărilor, pentru un nivel al producției corelat cu nivelul cererii pe piață. Economii de scară sunt influențate de factori tehnologici și manageriali și rezultă din scăderea costurilor fixe pe unitatea de produs ca urmare a creșterii volumului vânzărilor.

Art. 17. — Economii de scop apar ca urmare a avantajului de cost pe care îl are un furnizor care realizează două sau mai multe produse, utilizând aceleași mijloace, față de cei care realizează un singur produs. Economii de scop pot exista separat sau împreună cu economiile de scară.

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

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

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

### CAPITOLUL III

#### Puterea semnificativă colectivă

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

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

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

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

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

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

b) dacă o astfel de coordonare este viabilă, prin aceea că: — nici unul dintre participanți nu este capabil sau nu este motivat să abordeze un comportament divergent, având în vedere faptul că ceilalți participanți sunt capabili și motivați să aplice măsuri de contraatac; și

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

p) lipsa concurenței sau gradul redus de concurență la nivelul prețurilor — în cazul în care furnizorii anticipează o concurență puternică la nivelul prețurilor, aceștia pot încerca să evite concurența efectivă dintre ei prin înțelegeri asupra prețurilor de pe piață. Existența acestui tip de înțelegeri poate fi indicată de stabilitatea sau de fluctuația redusă a prețurilor în timp.

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

### CAPITOLUL IV

#### Dispoziții finale

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

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

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

(4) Măsurile prevăzute la alin. (2) și (3) pot fi luate numai în urma parcurgerii procedurii prevăzute la art. 50 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 79/2002 privind cadrul general de reglementare a comunicațiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 591/2002.

Art. 25. — Furnizorii au obligația de a pune la dispoziție ANRC, la cererea motivată a acesteia, toate informațiile necesare în vederea aplicării prezentului regulament, sub sancțiunea prevăzută la art. 56 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 79/2002, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 591/2002.

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

**O R D I N****privind acordarea autorizației de funcționare Parcului științific și tehnologic „Parc de soft“ Galați**

În conformitate cu prevederile art. 7 lit. a) din Ordonanța Guvernului nr. 14/2002 privind constituirea și funcționarea parcurilor științifice și tehnologice, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 82 din 1 februarie 2002, și ale art. 4 alin. (10) din Ordinul ministrului educației și cercetării nr. 3.589/2002 pentru aprobarea Metodologiei de autorizare și reconfirmare periodică a parcului științific și tehnologic și a Procedurii de admitere în parcul științific și tehnologic a agenților economici, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 531 din 22 iulie 2002,

în baza prevederilor Hotărârii Guvernului nr. 23/2001 privind organizarea și funcționarea Ministerului Educației și Cercetării, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 18 din 11 ianuarie 2001, cu modificările ulterioare, având în vedere Ordinul ministrului educației și cercetării nr. 3.106/2001,

**ministrul delegat la Ministerul Educației și Cercetării pentru activitatea de cercetare** emite prezentul ordin.

Art. 1. — (1) Se acordă autorizație de funcționare Parcului științific și tehnologic „Parc de soft“ Galați, administrat de Societatea Comercială „CONS MANAGEMENT PARC DE SOFT“ — S.R.L., cu sediul în municipiul Galați.

(2) Prezenta autorizație se eliberează ca urmare a îndeplinirii cumulative a condițiilor specificate în art. 6 alin. (2)

din Ordonanța Guvernului nr. 14/2002 privind constituirea și funcționarea parcurilor științifice și tehnologice.

Art. 2. — Direcția generală pentru transfer tehnologic și inovare din cadrul Ministerului Educației și Cercetării va asigura aducerea la îndeplinire a prevederilor prezentului ordin.

Ministrul delegat la Ministerul Educației și Cercetării  
pentru activitatea de cercetare,  
**Șerban Constantin Valeca**

București, 24 octombrie 2002.  
Nr. 7.208.

**RECTIFICARE**

În Hotărârea Guvernului nr. 1.385/2002 privind alocarea unor sume din Fondul de rezervă bugetară la dispoziția Guvernului, prevăzut în bugetul de stat pe anul 2002, pentru finanțarea comemorării a 13 ani de la Revoluția Română din Decembrie 1989, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 904 din 12 decembrie 2002, se face următoarea rectificare:

— la art. 4, în loc de: „...10 decembrie 2002...“ se va citi: „...20 decembrie 2002...“.

**EDITOR: PARLAMENTUL ROMÂNIEI — CAMERA DEPUTAȚILOR**

Regia Autonomă „Monitorul Oficial“, str. Izvor nr. 2–4, Palatul Parlamentului, sectorul 5, București,  
cont nr. 2511.1—12.1/ROL Banca Comercială Română — S.A. — Sucursala „Unirea“ București  
și nr. 5069427282 Trezoreria sector 5, București (alocat numai persoanelor juridice bugetare).

Adresa pentru publicitate: Centrul pentru relații cu publicul, București, șos. Panduri nr. 1,  
bloc P33, parter, sectorul 5, tel. 411.58.33 și 411.97.54, tel./fax 410.77.36.

Tiparul : Regia Autonomă „Monitorul Oficial“, tel. 490.65.52, 335.01.11/2178 și 402.21.78,  
E-mail: marketing@ramo.ro, Internet: www.monitoruloficial.ro