

REGULAMENTUL
privind identificarea și analiza piețelor relevante din domeniul comunicațiilor electronice și
desemnarea furnizorilor de rețele și/sau servicii de comunicații electronice cu putere
semnificativă pe aceste piețe

Capitolul I
Dispoziții generale

1. Regulamentul privind identificarea și analiza piețelor relevante din domeniul comunicațiilor electronice și desemnarea furnizorilor de rețele și/sau servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe aceste piețe (*denumit în continuare Regulament*) este elaborat în conformitate cu prevederile Legii Comunicațiilor Electronice nr. 241-XVI din 15.11.2007, Recomandarea Comisiei Europene 11/02/2003 cu privire la Piețele Relevante, Ghidul Comisiei Europene 08/07/2003 cu privire la analiza pieței și desemnarea puterii semnificative, și Legea privind protecția concurenței nr. 1103-XIV din 30.06.2000.
2. Prezentul regulament are ca scop stabilirea:
 - a) criteriilor și instrumentelor de identificare a piețelor relevante de produse sau servicii din domeniul comunicațiilor electronice, ale căror caracteristici pot justifica impunerea de către ANRCETI, a unor obligații specifice *preventive* în sarcina furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe piață,
 - b) criteriilor și regulilor pe baza cărora ANRCETI, efectuează analiza piețelor relevante identificate și determină dacă unul sau mai mulți furnizori de rețele și/sau servicii de comunicații electronice au putere semnificativă pe o anumită piață relevantă, și
 - c) obligațiile specifice *preventive*, ce pot fi impuse în sarcina furnizorilor de rețele și/sau servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe piața relevantă.
3. În sensul prezentului Regulament următoarele noțiuni se definesc astfel:
 - produs* – un produs sau serviciu din sectorul comunicațiilor electronice. Termenii de produs și serviciu sunt interschimbabili;
 - pieță relevantă* – piața din sectorul comunicațiilor electronice, ale cărei caracteristici pot justifica impunerea de către ANRCETI a unor obligații specifice *preventive* în sarcina furnizorilor cu putere semnificativă pe acea piață;
 - 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;
 - 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;
 - pieță cu amănuntul* – piața produselor destinată utilizatorilor finali;
 - pieța cu ridicata* – piață de produse destinate a fi utilizate de către alți furnizori de rețele și/sau servicii de comunicații electronice în calitate de intrări pentru a-și crea propriile servicii pe piața cu amănuntul sau pentru a le revinde;
 - putere semnificativă pe piață* - un furnizor este considerat ca având putere semnificativă pe piață dacă, fie individual sau colectiv cu alții, se bucură de o poziție echivalentă unei poziții dominante
 - putere semnificativă colectivă* - doi sau mai mulți furnizori de rețele și/sau servicii de comunicații electronice se bucură în comun de putere semnificativă pe o anumită piață. Este necesar ca aceștia să aibă în mod semnificativ aceeași poziție față de clienții și concurenții lor, asemenea unei entități care are putere semnificativă pe piața respectivă;
 - obligații specifice preventive* – numite și remedii, reprezintă obligații impuse în sarcina furnizorilor cu putere semnificativă de piață astfel, încât respectarea lor de către operatorul cu putere semnificativă să ducă la prevenirea unor situații de discriminare prin preț sau condiții de furnizare,

constrângere prin preț a concurenților, refuz de acordare a accesului sau altor situații de limitare a concurenței efective;

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

acces total la bucla locală – utilizarea exclusivă de către un beneficiar a circuitului fizic care formează bucla locală sau subbucla locală, conform solicitării, echiparea și configurarea legăturii de acces realizându-se de către beneficiar;

acces partajat la bucla locală – utilizarea de către unul sau mai mulți beneficiari a capacității disponibile a circuitului fizic care formează bucla locală sau subbucla locală, conform solicitării, astfel încât serviciul final oferit inițial de către furnizorul acestei forme de acces nu este perturbat;

acces de tip «bit stream» la bucla locală – utilizarea de către unul sau mai mulți beneficiari a capacității disponibile a circuitului fizic care formează bucla locală sau subbucla locală, conform solicitării, prin exploatarea unei legături de acces echipate și configurate de către furnizorul acestei forme de acces;

rețea publică de telefonie mobilă – rețeaua de comunicații electronice prin intermediul căreia se furnizează serviciul de telefonie destinat publicului la puncte mobile (nonfixe);

serviciu de comunicații electronice în banda largă – un serviciu de comunicații electronice destinat utilizării finale pentru accesul la rețeaua Internet, care constă în transportul datelor la o capacitate de cel puțin 512 KO/sec;

rețea de acces – porțiunea unei rețele de comunicații electronice aferentă buclei locale, incluzând toate sistemele de transmisie, echipamentele și resursele dedicate furnizării individuale a accesului la rețea utilizatorilor finali;

rețea de transport – rețeaua de comunicații electronice, exclusiv rețeaua de acces. Rețeaua de transport cuprinde toate sistemele de transmisie, echipamentele și resursele dedicate transportului și comutării semnalelor;

rețea de transmisiuni – rețeaua de transport, exclusiv echipamentele de comutare. Rețeaua de transmisiuni cuprinde toate sistemele de transmisie, echipamentele și resursele dedicate transportului semnalelor;

rețea de transmisiuni locală – porțiunea unei rețele de transmisiuni care asigură transportul semnalelor între rețelele de acces aflate în subordinea unui nod de transmisiuni aferent unui comutator digital local dintr-o rețea PSTN/ISDN sau a unui nod de transmisiuni echivalent dintr-o altă rețea publică de comunicații electronice, precum și între aceste rețele de acces și rețeaua de transmisiuni națională;

rețea de transmisiuni națională – porțiunea unei rețele de transmisiuni care asigură transportul semnalelor între rețelele de transmisiuni locale aflate în subordinea unui nod de transmisiuni aferent unui comutator național/internațional dintr-o rețea PSTN/ISDN sau a unui nod de transmisiuni echivalent dintr-o altă rețea publică de comunicații electronice, precum și între aceste rețele de transmisiuni locale și rețelele internaționale de comunicații electronice;

linie închiriată–circuit total – capacitatea de transmisie transparentă și permanentă între două puncte terminale aparținând aceleiași rețele publice de comunicații electronice sau unor rețele publice de comunicații electronice diferite;

punct de interconectare pentru linii închiriate – punctul fizic unde se poate realiza interconectarea între segmentele unei linii închiriate–circuit total, furnizate de furnizori diferiți și care delimitează rețelele acestor furnizori;

linie închiriată–segment terminal, respectiv serviciu de linii închiriate–segmente terminale – segmentul de linie închiriată–circuit total delimitat de un punct de interconectare pentru linii închiriate, situat la nivelul rețelei de transmisiuni locale subordonate sau al rețelei de acces subordonate, potrivit arhitecturii rețelei, și un punct terminal din zona deservită de nodul de transmisiuni, aferent comutatorului de tranzit dintr-o rețea PSTN/ISDN sau de nodul de transmisiuni echivalent dintr-o rețea publică de comunicații electronice în raport de care este determinată rețeaua de transmisiuni locală, respectiv serviciul de linii închiriate care ofera acest segment pe piață cu ridicata;

linie închiriată–segment de trunchi, respectiv serviciu de linii înc hiriate– segmente de trunchi – segmentul de linie închiriată–circuit total, delimitat de doua puncte de interconectare pentru linii închiriate situate la nivelul rețelei de transmisiuni naționale sau al rețelei de transmisiuni locale, respectiv serviciul de linii închiriate care oferă acest segment pe piața cu ridicata;

Piață adiacentă – piață cu amănuntul, care prin caracteristicile sale răspunde criteriilor unei piețe cu amănuntul distincte de cea luată în comparație ca bază sau în care caracteristicile produselor de pe această piață sunt esențial diferite de cele achiziționate pe piața produselor cu ridicata în calitate de imput, însă strâns dependentă de imputurile pieței cu ridicata relevante, astfel încât modificarea condițiilor pe piața cu ridicata afectează esențial activitatea pieței adiacente;

Termenii nedefiniți în pct.3 al prezentului Regulament au înțelesul dat de Legea comunicațiilor electronice.

Capitolul II. Identificarea Piețelor relevante

4. Definirea pieței în general conține două dimensiuni: produsul și aria geografică. Prezentul regulament va determina inițial piața relevantă a produsului și apoi piața relevantă geografică. Ambele piețe, a produsului și geografică, sunt delimitate prin analiza pieței din perspectiva cererii și ofertei în termenii de caracterizare a produselor în cauză: prețurile lor și utilizarea propusă.
5. Pentru identificarea piețelor relevante, ANRCETI va urma procedura stabilită mai jos, ținând cont de prevederile Legii comunicațiilor electronice și Recomandării Comisiei Europene 11/02/2003 cu privire la Piețele Relevante, și luând în considerare circumstanțele naționale specifice, și asigurând un mediu competitiv în domeniul comunicațiilor electronice.

A. Identificarea Piețelor Relevante ale produsului

6. 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 cu ridicata;
 - 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.
7. În cadrul fiecărui segment al sectorului comunicațiilor electronice, identificat potrivit pct.6, ANRCETI va identifica piețele relevante ale produsului pornind de la un produs sau un grup de produse, la care vor fi adăugate alte produse utilizând criteriile prevăzute la pct.9. ținând seama de convergența tehnologiilor în sectorul comunicațiilor electronice. ANRCETI va determina situațiile în care produsele ce aparțin unor segmente diferite pot face parte din aceeași piață relevantă a produsului.
8. ANRCETI va analiza sectroul comunicațiilor electronice pentru identificarea piețelor relevante a produsului pornind de la divizarea în două tipuri de piețe relevante ce trebuie examinate:
 - piețe cu amănuntul, și
 - piețe cu ridicata.
9. Identificarea pieței relevante a produsului se va realiza pe baza următoarelor criterii:
 - Criteriul de substituibilitate a cererii, și
 - Criteriul de substituibilitate a ofertei.

10. Criteriul substituibilității cererii constă în determinarea produselor considerate sau care ar putea fi considerate de consumatori ca ușor interschimbabile sau substituibile datorită utilizării acestora, caracteristicilor fizice și funcționale, și prețului.
11. Substituibilitatea cererii se determină pe baza comportamentului probabil al utilizatorilor în cazul unei fluctuații (creșteri cu 5-10%) ipotetice a prețului. Întru determinarea substituibilității cererii ANRCETI va analiza comportamentul în trecut al utilizatorilor în situația unei fluctuații a prețului. Piața relevantă a produsului va cuprinde toate produsele care sunt substituibile din punct de vedere al cererii.
12. Criteriul substituibilității ofertei constă în 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 ar putea fi oferite de furnizorii care ar intra pe piața relevantă în cauză, într-o perioadă rezonabilă și fără asumarea unor costuri sau riscuri considerabile, în cazul în care are loc o creștere relativă a prețului (5-10%).
13. Criteriul substituibilității ofertei se bazează pe faptul, că, în cazul în care prețurile cresc, furnizorii care în prezent nu furnizează servicii pe piață ar putea fi ași de a furniza aceste servicii fără a suporta costuri investiționale substanțiale.
14. Substituibilitatea ofertei va fi luată în considerare atunci când efectele sale asupra stabilirii prețului pe piață sunt echivalente cu cele ale substituibilității cererii.
15. În cazul în care oferirea unor produse substituibile necesită modificări semnificative ale rețelei sau infrastructurii asociate existente, investiții suplimentare importante, mai ales în raport cu puterea economică a competitorului, sau un timp îndelungat, aceste produse nu sunt incluse în piața relevantă. Piața relevantă a produsului va cuprinde toate produsele care sunt substituibile din punct de vedere al ofertei.
16. Scopul principal al definirii și analizei pieței este de a identifica în mod sistematic obstacolele în calea concurenței întâlnite de jucătorii pe piață (furnizorii de produse).
17. Procesul de definire a pieței începe prin stabilirea obiectului analizei, pe parcursul regulamentului se numește *produsul focal*.
18. Produsele substituibile *produsului focal* sunt cele mai evidente constrângeri (restricții) competitive în comportamentul furnizorului produsului focal.
19. În scopul stabilirii care produse sunt într-atât de substituibile încât să fie incluse în piețe relevante, se folosește un cadru conceptual numit Testul Monopolistului Ipotetic (*în continuare TMI*).
20. Evaluarea substituibilității cererii și ofertei se poate realiza prin Testul Monopolistului Ipotetic, care analizează situația unde un monopolist ipotetic asupra unui produs (*produs focal*) poate susține rentabil o creștere mică, dar substanțială în comparație cu nivelul competitiv al prețurilor. Această mărire a prețului trebuie să fie suficientă ca reacția consumatorilor să fie rezonabilă, dar nu într-atât de mare ca să ducă la o schimbare substanțială în cererea față de acest produs.
21. Inițial se stabilește produsul focal. Se analizează dacă un ipotetic unic furnizor al acestui produs poate aplica în mod rentabil 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. Procedul 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.
22. TMI, de regulă, 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.
23. Astfel, dacă nivelul prețului este prea mare ca rezultat al exercitării puterii de piață de către un prestator sau grup de prestatori, evaluarea substituibilității cererii sau a ofertei pornind de la acest nivel de preț prin aplicarea TMI poate conduce la introducerea în piața relevantă a unor produse care nu ar fi substituibile dacă prețul inițial ar fi stabilit pe baze concurențiale. Și 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.

B. Segmentarea consumatorilor

24. TMI presupune că monopolistul ipotetic oferă tuturor consumatorilor același preț pentru *produsul focal*. În realitate însă există diferite categorii de consumatori cărora li se oferă diferite planuri tarifare („*consumatori rezidențiali*”, „*consumatori business*”, „*consumatori pre-pay*” și „*consumatori în bază de contracte*” etc.), prețuri diferite – adică are loc segmentarea consumatorilor. Ceea ce înseamnă că în unele cazuri monopolistul ipotetic poate oferi unor consumatori prețuri mai mari decât altor, unde diferența de preț nu este datorită costurilor mai înalte de deservire a acelor consumatori. Aceasta se numește discriminare de preț.
25. Această separare nu rezultă neapărat în concluzia că acestea sunt piețe relevante ale produsului. Ca să fie cazul piețelor relevante, trebuie să se facă sesizabilă discriminarea de prețuri între aceste segmente.
26. În cazul în care are loc discriminare esențială de prețuri între diferite grupuri de consumatori, de către monopolistul ipotetic, fiecare dintre aceste grupuri poate forma o piață separată. În așa caz, o piață relevantă poate fi definită ca vânzarea unui produs relevant pe piață geografică relevantă către un grup de consumatori particular.

C. Identificarea Piețelor Relevante geografice

27. Identificarea pieței geografice relevante se realizează pe baza următoarelor criterii:
 - *teritoriale*: aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate (urban, rural);
 - *legale*: existența unor limite geografice impuse prin lege sau prin acte administrative;
 - *de reglementare*: condițiile licențelor, analiza acordurilor de acces și interconectare.
28. Aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate, după caz, circumscrisă, de regulă, zona în care este oferit produsul a cărui furnizare depinde de suportul rețelei sau al infrastructurii asociate în cauză.
29. Aria acoperită de rețea sau de elementele infrastructurii asociate coincide, de regulă, cu limitele geografice impuse prin lege sau prin acte administrative, acolo unde asemenea limite există.
30. 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 infrastructuri asociate.
31. Piețele geografice sunt definite utilizând același criterii folosite pentru definirea piețelor de produse. Aplicarea criteriilor prevăzute la pct.27 se va completa, acolo unde este cazul, cu aplicarea criteriilor folosite pentru definirea piețelor de produse.
32. Criteriul substituibilității cererii este utilizat pentru determinarea ariei în care sunt oferite produsele considerate de utilizatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, caracteristicilor fizice și funcționale și prețului.
33. Piața geografică relevantă va cuprinde toate zonele în care sunt localizați furnizorii produselor care sunt substituibile din punct de vedere al cererii.
34. Criteriul substituibilității ofertei este utilizat pentru determinarea zonei în care sunt localizați furnizorii care pot intra pe piața relevantă în cauză, într-o perioadă de timp 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.
35. Piața geografică relevantă va cuprinde toate zonele în care sunt localizați furnizorii produselor care sunt substituibile din punct de vedere al ofertei.
36. În cazul identificării piețelor relevante geografice sunt efectuați exact aceiași pași ca și la definirea piețelor de produse. Procesul începe prin examinarea unei arii destul de limitate – *aria*

focală. TMI este aplicat la această arie, și repetată la arii mai extinse după caz până în momentul în care monopolistul ipotetic va considera profitabil de a mari prețurile cu 5-10% mai sus de nivelurile competitive în aria(ariile) examinate.

37. Piețele geografice pot fi naționale (Republica Moldova), locale sau regionale (mai mici decât RM), europeană sau chiar mondială (mai mari decât RM).
38. La identificarea piețelor relevante geografice se va ține cont de aria geografică acoperită de autorizarea generală.

D. Criterii pentru aprecierea relevanței piețelor pentru reglementare *preventivă*

39. Pentru identificarea piețelor relevante susceptibile reglementărilor *preventive* în conformitate cu principiile legii concurenței ANRCETI va examina realizarea a 3 criterii majore:
 - a)prezența barierelor înalte la intrarea pe piață;
 - b)dinamica pieței (*piețele ce nu tind spre o concurență eficientă într-o perioadă de timp relevantă, cel mult 2 ani*);
 - c)suficiența aplicării criteriilor legii concurenței (*lipsa reglementărilor preventive*).
40. Barierele la intrarea pe piață sunt de două tipuri:
 - a)bariere structurale;
 - b)bariere legale/de reglementare.
41. **Barierile structurale (tehnologice)** - la intrarea pe piață apar atunci când nivelul tehnologiei, structura costurilor asociate acesteia și nivelul cererii sunt în măsură să creeze condiții asimetrice între furnizorii existenți (furnizori naționali) și concurenții lor potențiali, capabile să conducă la împiedicarea sau la întârzierea intrării pe piața relevantă a acestora din urmă. Barierele structurale pot consta în existența pe piață a unor oportunități de economii substanțiale de scară, gamă și densitate, pentru furnizorii prezenți pe piață, în raport cu noii intranți, precum și în costurile fixe ridicate pe care le presupune intrarea pe piață și prospectiv apreciable ca nerecuperabile.
42. **Barierile legale/de reglementare** - la intrarea pe piață rezultă din prevederile legislative, normative sau de reglementare care au un efect direct asupra condițiilor de intrare pe piață și/sau a poziției furnizorilor pe piața relevantă, nedepinzând de condițiile economice. 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 de reglementare, estimându-se totodată că această situație va persista o anumită perioadă de timp. Existența în trecut a unor bariere legale, precum unele drepturi speciale sau exclusive, poate amplifica impactul unor bariere structurale, cum ar fi economiile de scară sau de gamă, 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.
43. **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. Impactul barierelor 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.
44. Ca regulă, nu vor fi identificate ca piețe relevante susceptibile reglementărilor *preventive* piețele nou formate, în dezvoltare și cu o dinamică accelerată. Identificarea unor asemenea piețe ca fiind piețe relevante susceptibile reglementării *preventive* 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.
45. În identificarea unei piețe relevante susceptibile reglementărilor *preventive* se va evalua măsura în care principiile concurenței pot determina o concurență efectivă să reducă sau să elimine barierele de intrare, sau să reinstaoreze concurența eficientă, în absența reglementărilor *preventive*.

46. Reglementările *preventive* se vor aplica complementar legislației generale a concurenței, în condițiile în care experiența acumulată pe piața națională și internațională dovedește ca aceasta nu reușește să asigure existența unei concurențe efective pe piață. Astfel reglementările *preventive* 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.
47. Pentru identificare piețelor relevante susceptibile reglementărilor preventive se vor aplica cumulativ cele trei criterii, așa în cazul în care una din ele lipsește piața dată nu poate fi considerată piață relevantă susceptibilă reglementărilor preventive.
48. Pentru identificarea piețelor relevante susceptibile reglementărilor preventive se vor avea în vedere atât condițiile concrete existente pe piața, 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.

Capitolul III

Analiza peții și determinarea puterii semnificative pe piața relevantă

49. ANRCETI va efectua analiza piețelor relevante identificate potrivit prezentului Regulament și va determina dacă unul sau mai mulți furnizori de rețele sau de servicii de comunicații electronice au putere semnificativă pe o anumită piață relevantă.
50. ANRCETI va determina unul sau mai mulți furnizori ca având putere semnificativă pe piață dacă, fie individual sau colectiv cu alții, se bucură de o poziție echivalentă unei poziții dominante, adică o poziție de avantaj economic, permițându-i într-o măsură apreciabilă, să se comporte independent față de concurenți, clienți sau consumatori.
51. 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.
52. 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.
53. În evaluarea puterii semnificative a unui furnizor pe o anumită piață relevantă a produsului se va lua în considerare puterea pe acea piață a întregului grup din care acesta face parte.
54. ANRCETI va determina furnizorul cu poziție semnificativă pe piață relevantă în urma unei analize a pieței. Acuratețea și exactitatea analizei pieței va fi condiționată de informația și datele existente la adoptarea deciziei relevante.
55. În efectuarea analizelor pe piață se va ține cont 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.

A. Criteriile pentru determinarea puterii semnificative

56. Principalele criterii utilizate pentru determinarea puterii semnificative deținute de un singur furnizor sînt enumerate în Anexa 2. Lista criteriilor prevăzută la Anexa 2 nu este exhaustivă, iar alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante. Puterea semnificativă va fi determinată de o combinație a criteriilor enumerate în Anexa 2, care luate separat nu ar fi determinante.
57. ANRCETI va decide care sunt criteriile cele mai adecvate pentru a evalua puterea pe piață în fiecare caz aparte și vor depinde de caracteristicile pieții relevante. Puterea semnificativă pe piață poate deriva din combinația a câtorva criterii menționate în Anexa 2 care luate separat nu ar fi determinante.

B. Criterii de determinare a puterii semnificative colective pe piață

58. Pentru ca doi sau mai mulți furnizori de servicii sau rețele de comunicații electronice să se bucure în comun de putere semnificativă pe o anumită piață este necesar ca aceștia să fie independenți din punct de vedere juridic și economic și să aibă în mod semnificativ aceeași poziție față de clienții și concurenții lor, asemenea unei entități care are putere semnificativă pe piața respectivă.
59. Puterea semnificativă colectivă va apărea în cazul când:
 - a) nu există concurența efectivă pe piață între furnizorii în cauză;
 - b) furnizorii menționați adoptă un comportament uniform și o politică comună pe o piață relevantă.
60. În scopul prevenirii unei puteri semnificative colective pe o piață relevantă, ANRCETI trebuie să analizeze cumulativ:
 - a) dacă există caracteristici ale pieții care să favorizeze o înțelegere tacită între doi sau mai mulți furnizori de servicii de comunicații electronice;
 - 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.
61. ANRCETI are scopul de ghidare, îndrumare pentru determinarea puterii semnificative colective prin enumerarea și analiza unui șir de factori ce se vor lua în considerare la o evaluare ulterioară a piețelor relevante.
62. Criteriile principale aplicate la determinarea puterii semnificative colective pe piețele relevante de comunicații electronice sunt prevăzute în Anexa 3
63. Lista criteriilor prevăzută în Anexa 3 nu este exhaustivă, iar alegerea criteriilor va depinde de caracteristicile pieței relevante.

Capitolul IV

Impunerea, menținerea sau revocarea obligațiilor speciale preventive furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe piață

A. Clauze de inițiere a impunerii, menținerii și retragerii obligațiilor

64. Scopul impunerii de obligații speciale preventive furnizorilor desemnați ca având putere semnificativă pe piețele relevante de comunicații electronice este de a asigura ca întreprinderile să nu poată utiliza puterea lor pe aceste piețe pentru a restricționa sau distorsiona competiția sau pentru a influența prin puterea sa de piață piețele adiacente.
65. Analizând piața, ANRCETI poate ajunge la următoarele concluzii:
 - a) dacă ANRCETI a ajuns la concluzia că concurența de pe piața relevantă nu este efectivă din cauza existenței unui furnizor/furnizori cu putere semnificativă pe această piață, atunci ANRCETI trebuie să impună obligații corespunzătoare.
 - b) dacă ANRCETI a ajuns la concluzia că o piață relevantă este supusă concurenței efective, adică a determinat că pe o piață relevantă nu există poziție dominantă nici singulară, nici colectivă, atunci ANRCETI nu impune careva obligații unui oarecare furnizor de pe această piață relevantă.
 - c) dacă ANRCETI înainte de a efectua analiza pieții a impus obligații unui furnizor de pe această piață, ANRCETI trebuie să retragă obligația impusă pe acest furnizor, în cazul în care nu s-a demonstrat puterea semnificativă pe această piață;
 - d) dacă ANRCETI a găsit un singur furnizor cu putere semnificativă pe o piață relevantă, atunci ANRCETI trebuie să impună cel puțin o obligație de reglementare.

66. Numărul, forma și conținutul obligațiilor preventive impuse în sarcina unui furnizor cu putere semnificativă pe piață va depinde de circumstanțele pieței relevante și vor fi echilibrate în raport cu necesitatea impunerii lor pentru a se asigura funcționarea efectivă a pieței.
67. Atunci când ANRCETI determină existența mai multor furnizori cu putere semnificativă pe piață, trebuie să se stabilească cea mai adecvată obligație de reglementare care urmează a fi impusă în baza principiului proporționalității.
68. Efectuînd o analiză de piață, ANRCETI va aplica o evaluare de viitor a pieții relevante bazată pe condițiile existente pe piață, de asemenea, va trebui să determine dacă piața este competitivă prospectiv (ținînd cont de eventuala evoluție a ei) luînd în considerație dezvoltarea așteptată sau prevăzută a pieții pe parcursul unei perioade de timp.
69. Obligațiile regulatorii specifice, care pot fi impuse furnizorilor cu putere semnificativă pe piață, se pot aplica atît pe piețele cu amănuntul cît și pe piețele cu ridicata.

B. Obligații regulatorii specifice impuse furnizorilor cu putere semnificativă ce activează pe piața cu ridicata

70. **Obligațiile de transparență** - pot fi impuse de ANRCETI în relații cu interconectarea și accesul, cerînd de la furnizori să facă publică informația specificată, cum ar fi informația contabilă, specificații tehnice, caracteristicile rețelei, termeni și condiții pentru furnizare și utilizare precum și lista de prețuri. (publicarea Ofertei de Interconectare de referință, inclusiv informației referitor la decentralizarea buclei locale).
71. **Obligațiile de nediscriminare** - trebuie să asigure îndeosebi, că furnizorul aplică condiții echivalente în circumstanțe echivalente altor întreprinderi ce furnizează servicii echivalente, și oferă altor părți informația conform acelorași condiții și de aceeași calitate, care sunt oferite pentru propriile servicii, sau cele ale întreprinderilor asociate.
72. **Obligații de separare contabilă** - pot fi impuse de ANRCETI în relație cu activitățile specificate legate de interconectare și/sau acces și poate specifica formatul și metodologia contabilă ce va fi utilizată. Deasemenea ANRCETI poate cere ca înregistrările contabile, inclusiv datele despre veniturile obținute de la terți, să fie prezentate la cerere.
73. ANRCETI asigură că acolo unde este acceptată implimentarea unui sistem de calculație a costurilor pentru a oferi instrumente de control asupra prețurilor, este făcută publică o descriere a sistemului de evidență contabilă a costurilor, care să prezinte cel puțin principalele categorii în care au fost grupate costurile și regulile utilizate pentru alocarea costurilor. Conformitatea cu sistemul de calculare a costurilor trebuie verificată de către un organ independent calificat. Anual furnizorul trebuie să publice o declarație de conformitate.
74. **Obligații de acces la și utilizare a facilităților specifice de rețea** - pot fi impuse de ANRCETI în sarcina furnizorilor cu putere semnificativă pe piață pentru a satisface solicitările rezonabile pentru acces la și utilizarea unor elemente de rețea și facilități asociate, deasemenea, și în situații cînd ANRCETI consideră că refuzul la acces sau termenii și condițiile irezonabile ce au același efect, ar împiedica dezvoltarea unei piețe cu o competiție durabilă la nivelul cu amănuntul sau nu ar fi în interesul utilizatorilor finali.
75. ANRCETI poate cere furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice, printe altele și următoarele obligații:
 - a) să ofere acces părților terțe la elementele de rețea specificate și/sau facilități, inclusiv accesul necondiționat la bucla locală;
 - b) să negocieze cu bună credință cu întreprinderile ce solicită acces;
 - c) să nu retragă accesul la facilitățile deja acordate;
 - d) să furnizeze serviciile specificate pe bază de servicii cu ridicata pentru revînzarea acestora de către părți terțe;
 - e) să ofere acces deschis la interfețele tehnice, protocoale sau alte tehnologii esențiale, care sunt indispensabile pentru interoperabilitatea serviciilor sau pentru serviciile rețelei virtuale;
 - f) să ofere colocare sau alte forme de utilizare partajată a facilităților de infrastructură, inclusiv utilizarea partajată a canalizării, clădirilor pilonilor sau turnurilor;

- g) să furnizeze serviciile specificate, necesare pentru asigurarea interoperabilității finale a serviciilor către clienți, inclusiv facilități pentru serviciile rețelei inteligente sau roaming în rețelele mobile;
 - h) să ofere acces la sistemele de suport operațional sau sisteme de programe similare necesare pentru a asigura o competiție corectă în furnizarea serviciilor;
 - i) să interconecteze rețelele sau facilități de rețea.
76. Acolo unde furnizorilor le sunt impuse obligații care le cer să satisfacă solicitările rezonabile pentru acces la/și utilizarea elementelor de rețea și a facilităților asociate, asemenea solicitări pot fi refuzate numai în baza unor criterii obiective.
77. Unui furnizor căruia i s-au impus obligații de acordare a accesului nu i se poate cere să furnizeze tipuri de acces care sunt peste puterile lui de a le acorda.
78. **Obligații de control al prețurilor și contabilitatea costurilor** – Pot fi impuse de către ANRCETI obligații de a stabili tarife orientate spre costuri și obligații referitor la sistemele de evidență contabilă și de calculație a costurilor, pentru prestarea unui anumit tip de interconectare și/sau acces, cazul în care analiza pieței arată că furnizorul ar putea stabili tarife de acces la un nivel excesiv de înalt, sau atunci când furnizorul ar putea aplica o constrângere prin reducerea pe termen lung a marjei în detrimentul consumatorilor.
- a) Acolo unde un furnizor are obligația de orientare spre costuri a tarifelor sale, necesitatea demonstrării că tarifele sunt derivate din costuri, incluzând o rată rezonabilă de rentabilitate a investițiilor, trebuie să fie în sarcina furnizorului vizat.
 - b) Furnizorii cu putere semnificativă pe piață trebuie să evite o constrângere prin preț, prin care diferența dintre prețurile lor cu amănuntul și prețurile pentru serviciile de interconectare aplicate concurenților ce furnizează servicii cu amănuntul similare, nu este adecvată pentru a se asigura o competiție durabilă. Constrângere prin preț are loc și atunci, când tarifele unui operator cu putere semnificativă pe o piață cu amănuntul relevantă, adiacentă unei/unor piețe de produse cu ridicata, care reprezintă un impus semnificativ pentru a putea fi furnizate serviciile de pe piața cu amănuntul relevantă, sunt stabilite la un nivel insuficient care să asigure acoperirea costurilor, inclusiv a celor înregistrate ca transferuri interne de produse cu ridicata, și a unei marje rezonabile de profit.
 - c) ANRCETI trebuie să asigure că orice mecanism de recuperare a costurilor sau metodologie de calculare a prețurilor acceptate servesc promovarea eficienței și competiției durabile și maximizează beneficiul consumatorilor.
 - d) ANRCETI poate impune obligații ce țin de recuperarea costurilor serviciilor cu amănuntul și măsuri de control al prețurilor, inclusiv obligații de orientare spre costuri a prețurilor și obligații ce vizează sisteme de calculare a costurilor pentru furnizarea unor tipuri anumite de interconectare și/sau acces.
79. ANRCETI va balansa drepturile unui proprietar de infrastructură de a exploata infrastructura sa în beneficiile propriilor servicii și drepturilor altor furnizori de servicii de a accesa facilitățile care sunt esențiale pentru furnizarea serviciilor concurente.

C. Obligații regulatorii specifice impuse furnizorilor cu putere semnificativă ce activează pe piața cu amănuntul

80. Obligațiile impuse companiilor cu putere semnificativă pe o oarecare piață cu amănuntul ar putea include următoarele cerințe :
- a) să nu impună prețuri excesive în detrimentul utilizatorilor finali;
 - b) să nu inhibeze intrarea pe piață a altor furnizori;
 - c) să nu aplice practici de constrângere a competitorilor prin preț, drept urmare a stabilirii unor prețuri cu amănuntul la un nivel suficient pentru acoperirea costurilor și obținerea unui profit relevant;
 - d) să nu se angajeze în preferință neadecvată față de anumiți utilizatori finali sau asocieri neraționale de servicii.

81. ANRCETI poate aplica față de aceste companii măsuri de control asupra tarifelor orientate spre cost sau spre prețurile de pe piețele comparabile, pentru a proteja interesele utilizatorilor finali, prin promovarea concurenței eficiente.
82. ANRCETI va garanta că atunci când o companie cade sub incidența reglementării tarifelor cu amănuntul sau altor măsuri de control relevante, se vor aplica sisteme de calculație a costurilor necesare și adecvate. ANRCETI va putea specifica formatul și metodologia care urmează a fi utilizată.
83. Respectarea sistemului de evidență contabilă separată și de calculație a costurilor va fi verificată de o autoritate independentă calificată. ANRCETI va asigura publicarea anuală a rapoartelor privitor la respectarea sistemului de evidență contabilă și de calculație a costurilor.
84. Supravegherea de reglementare asupra setului minimal de linii închiriate va fi aplicată în cazul când în rezultatul analizei de piață efectuat, ANRCETI va ajunge la concluzia că piața de furnizare a unei părți sau a întregului set minimal de linii închiriate nu este suficient de competitivă.
85. ANRCETI va identifica companiile cu putere semnificativă pe piață în furnizarea acelor elemente specifice ale setului minimal de servicii de linii închiriate pe întreg teritoriul sau pe o parte a lui, aceasta trebuie să continue pînă la timpul când ANRCETI va ajunge la concluzia că există concurență eficientă pe piața liniilor închiriate relevante;
86. ANRCETI va asigura că prestarea setului minim de linii închiriate se va efectua conform principiilor de bază de nediscriminare, transparență și orientare spre cost.
 - a) Conform principiului nediscriminării întreprinderile cu putere semnificativă trebuie să aplice condiții similare în circumstanțe similare față de întreprinderile care prestează servicii similare, precum și să ofere linii închiriate altor companii conform aceluiași condiții și de aceeași calitate ca și pentru serviciile proprii, sau celor ale filialelor unde e cazul.
 - b) Conform principiului orientării spre cost, ANRCETI trebuie, unde e cazul, să asigure că companiile desemnate ca furnizori cu putere semnificativă pe piață își vor implementa un sistem adecvat de evidență contabilă a costurilor.
 - c) Conform principiului de transparență ANRCETI trebuie să asigure că informația privitor la setul minimal de linii închiriate va fi publicată într-o formă ușor accesibilă, care va include:
 - caracteristicile tehnice, inclusiv caracteristicile fizice și electrice, precum și specificațiile detaliate tehnice și de funcționare, care sînt aplicate la punctul de terminație a rețelei;
 - tarifele, inclusiv plățile inițiale de conectare, plățile periodice de arendare și alte plăți. Acolo unde tarifele sînt diferențiate, acest lucru trebuie să fie indicat.
87. În scopul asigurării activităților de selectare și pre-selectare a transportatorului, ANRCETI va solicita companiilor identificate ca avînd putere semnificativă pe piață în furnizarea conectării și utilizarea rețelei publice de telefonie la un punct fix de amplasare să ofere abonaților săi accesarea serviciilor telefonice destinate publicului:
 - în bază de apel separat (call-by-call) prin culegerea unui cod de selectare a transportatorului;
 - prin pre-selectare, prin intermediul unei facilități menite să depășească orice opțiune pre-selectată în bază de apel separat prin culegerea unui cod de selectare a transportatorului.

Capitolul V

Puterea de investigație

88. În scopul efectuării analizei pieții, ANRCETI va colecta informația pe care o consideră necesară pentru determinarea puterii pe piața dată, inclusiv informație confidențială. Atunci când această informație este cerută direct de la furnizori, ei au obligația de a prezenta informația necesară pentru efectuarea analizei pieții.
89. Informațiile necesare întocmirii studiilor și analizelor de piață pot fi obținute prin:
 - investigarea unor surse statistice;

- prin metoda de cercetare directă (culegerea informațiilor direct de la purtătorii lor – furnizorii de rețele și servicii de comunicații electronice și utilizatori);
 - prin simularea unor fenomene de piață;
 - prin intermediul raporturilor semestriale ale furnizorilor de rețele și servicii de comunicații electronice cu privire la o serie de indicatori relevanți.
90. La cererea informației de la furnizori, ANRCETI va justifica cererea și va prezenta limitele de timp în care informația trebuie prezentată.
 91. Conform obligațiilor sale, ANRCETI va publica toată informația ce ar stimula concurența pe piață. Totodată, ANRCETI va asigura confidențialitatea unei informații ce se consideră a fi confidențială, conform legislației în vigoare. Perioada de colectare a informației va fi stabilită de către ANRCETI, dar nu va depăși perioada de 90 de zile calendaristice.
 92. În caz de neprezentare a informațiilor cerute ANRCETI are dreptul de a impune furnizorilor respectivi penalități financiare, conform legislației în vigoare.
 93. Conform obligațiilor sale, ANRCETI va publica toată informația ce ar stimula concurența pe piață. Totodată va asigura confidențialitatea unei informații ce se consideră a fi confidențială, conform legislației în vigoare.
 94. ANRCETI va face schimb de informație necesară și va coopera cu Agenția Națională pentru Protecția Concurenței(ANPC), acolo unde este cazul. Cooperarea dintre ANRCETI și ANPC va fi esențială, dar ANRCETI rămîne a fi legal responsabilă de dirijarea și efectuarea analizei piețelor relevante din domeniul comunicațiilor electronice în scopul determinării furnizorilor cu putere semnificativă pe piață.
 95. Efectuînd studiul pieții, ANRCETI poate utiliza și ajutorul unei companii auxiliare care se ocupă cu efectuarea sondajelor, culegerea informațiilor, interviuri, cercetări. Cu ajutorul acestor companii se va face un studiu privind determinate gradului de concurență și identificarea eventualilor furnizori cu putere semnificativă pe piețele relevante ce sunt determinate conform prezentului regulament. Acest studiu se va realiza pe baza analizării criteriilor stabiliți din acest Regulament.
 96. Orice studiu de piață se va solda cu elaborarea unei note de raport cu privire la analiza pieței relevante și concluziile trase.
 97. În caz de competitivitate inefficientă se va redacta decizia de determinare a furnizorului/furnizorilor cu putere semnificativă pe piață relevantă analizată și i se va/vor impune obligații în corespundere cu principiul proporționalității.
 98. Proiectul deciziei cu nota explicativă de rigoare va fi plasată pentru consultări publice pentru o perioadă de cel puțin 30 de zile.
 99. În cazul existenței unui dezacord cu deciziile sau raționamentele folosite de ANRCETI, părțile interesate pot cere modificarea sau anularea parțială sau totală a deciziilor sau să recurgă în instanța competentă, conform legislației în vigoare.

Capitolul VII

Dispoziții finale

100. Pînă la efectuarea analizei piețelor relevante, în scopurile prevăzute de prezentul Regulament, ANRCETI va considera drept furnizori de rețele și/sau servicii de comunicații electronice cu putere semnificativă pe piața relevantă pe titularii de licențe/autorizații desemnați de ANPC ca avînd situație dominantă pe piața respectivă din domeniul telecomunicațiilor și informaticii, în scopul impunerii obligațiilor specifice preventive.
101. Piețele 1-6 și piețele 8-11 din anexa 1 se includ în piața identificată de către ANPC, prin decizia ANPC nr. DCF-7 din 26.07.2007.
102. Piața 16 din anexa 1 se include în piața identificată de către ANPC, prin deciziile ANPC nr. DCF-7 din 26.07.2007, Nr. DCC-60. Chișinău, 27 decembrie 2007, Nr. DCC-15. Chișinău, 29 august 2007.

Piețele relevante a produselor și serviciilor din sectorul comunicațiilor electronice supus reglementării preventive

Vânzarea cu amănuntul:

1. Accesul la rețeaua publică de comunicații electronice la o adresă fixă pentru abonați rezidenți.
2. Accesul la rețeaua publică de comunicații electronice la o adresă fixă pentru abonați ne-rezidenți.
3. Servicii telefonice publice locale și/sau naționale prestate la o adresă fixă abonaților rezidenți.
4. Servicii telefonice publice internaționale prestate la o adresă fixă abonaților rezidenți.
5. Servicii telefonice publice locale și/sau naționale prestate la o adresă fixă abonaților ne-rezidenți.
6. Servicii telefonice publice internaționale prestate la o adresă fixă abonaților ne-rezidenți.
7. Setul minim de linii închiriate (care conține un tip specific de linii închiriate – până la și inclusiv 2 MO/sec).

Vânzări cu ridicata:

8. Originarea apelurilor în rețeaua publică de comunicații electronice prestată la o adresă fixă.
9. Terminația apelurilor în rețelele telefonice publice individuale prestate la o adresă fixă.
10. Servicii de tranzit în rețeaua publică de telefonie fixă.
11. Accesul separat (inclusiv și a celui în comun) la bucele și sub-buclele metalice în scopul prestării serviciilor de transmisie și a serviciilor voce.
12. Accesul de bandă largă.
13. Segmente de terminație a liniilor închiriate angro.
14. Segmente magistrale a liniilor închiriate angro.
15. Accesul și originarea apelurilor în rețeaua publică de telefonie mobilă.
16. Terminația apelurilor voce în rețelele mobile individuale.
17. Piața națională angro pentru roaming-ul internațional în rețele publice mobile.
18. Servicii de transmisie radio, pentru a transmite conținut radio utilizatorilor finali.

**Criterii principalele aplicate de ANRCETI
pentru determinarea puterii semnificative
deținute de un singur furnizor**

Principalele criterii aplicate de ANRCETI pentru determinarea puterii semnificative deținute de un singur furnizor de rețele sau servicii de comunicații electronice sunt:

1. **Cota de piață.** Dacă pe o piață relevantă există un singur furnizor, acesta este prezumat de a avea putere semnificativă pe piața respectivă și va fi desemnat în acest sens de ANRCETI, dacă nu există indicii că ar exista o substituibilitate suficientă a ofertei în cazul majorării prețurilor cu 5-10%. Un furnizor cu o cotă de piață mai mare sau egală cu 35% va fi considerat a avea putere semnificativă pe piața relevantă dacă, în urma aplicării celorlalte criterii prevăzute la prezentul punct, ANRCETI nu constată contrariul. Un furnizor cu o cotă de piață mai mică de 35% va fi considerat a nu avea putere semnificativă pe piața relevantă dacă, în urma aplicării celorlalte criterii prevăzute la prezentul articol, ANRCETI nu constată contrariul.

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.

Lista criteriilor ce pot fi utilizate pentru determinarea cotelor de piață ale furnizorilor nu este exhaustivă, iar alegerea acestora va depinde de caracteristicile pieței relevante. 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. 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.

2. **Dimensiunile furnizorului.** Dacă un furnizor are dimensiuni mult mai mari, comparativ cu concurenții săi, atunci el 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 și competitorii săi, capacitatea de producție, rețeaua de distribuție și politica de marketing.
3. **Controlul infrastructurii greu de duplicat.** Controlul asupra unei rețele sau infrastructuri asociate greu de duplicat, poate reprezenta o barieră ridicată la intrarea pe piață pentru potențialii competitori în cazul în care nu există tehnologii alternative de acces.
4. **Avantajul tehnologic sau superioritatea.** 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.
5. **Puterea de contracarare a utilizatorilor.** Puterea de piață a unui furnizor poate fi diminuată de puterea de contracarare a utilizatorilor. 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.

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.

6. **Accesul ușor sau privilegiat la piețele de capital/resurse financiare.** Situația în care furnizorii au acces facil sau privilegiat la resurse financiare poate împiedica intrarea unor noi concurenți pe piața relevantă specifică.
7. **Economia de scară și/sau de gamă.** Economii de scară apar atunci când costul total mediu pe unitatea de produs al unui furnizor scade odată cu creșterea vânzărilor, pentru un nivel al producției corelat cu nivelul cererii pe piață. Economii de scară sunt influențate de factori tehnologici și manageriali, și rezultă din scăderea costurilor fixe pe unitatea de produs ca urmare a creșterii volumului vânzărilor. Economii de gamă 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 gamă pot exista separat sau împreună cu economii de scară.
8. **Diversificarea produselor și serviciilor.** În efectuarea analizelor de piață se 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.
9. **Integrarea pe verticală.** La efectuarea analizelor de piață se va lua în considerație faptul că integrarea pe verticală, în aval sau în amonte, a unui furnizor cu putere semnificativă pe o piață relevantă poate afecta negativ concurența pe piețele adiacente. Integrarea pe verticală în aval se concretizează în crearea de către producător a unui sistem propriu de centre de distribuție, filiale de vânzări și/sau unități de vânzare cu amănuntul. Integrarea pe verticală în amonte este inițiată fie de o întreprindere angrosistă, care preia sau înființează o unitate de producție, fie de o firmă detailistă care decide să îndeplinească funcția de producție și/sau funcția de distribuție cu ridicata.
10. **Rețea bine dezvoltată de distribuție și rețele de vânzări.** O rețea de distribuție bine dezvoltată, care poate fi realizată numai într-un timp îndelungat și cu costuri considerabile, reprezintă un avantaj competitiv pentru furnizorul care o deține.
11. **Bariere în calea extinderii serviciilor.** Nu există o distincție clară dintre bariere la intrarea pe piață și bariere în calea extinderii. Multe din condițiile ce restricționează intrarea pe piață pot restricționa sau stopa extinderea/creșterea serviciilor. Dacă oportunitățile de extindere a unui competitor sunt restricționate, aceasta va permite și mai mult furnizorului cu situație dominantă să influențeze piața dată, în acest sens o majorare a prețurilor nu va rezulta în pierderea cotei pe piață.
12. **Absența potențialei concurențe.** Absența concurenților potențiali poate indica existența unor bariere ridicate la intrarea pe piață. Concurenții potențiali sunt acei furnizori care, în circumstanțele economice date, au capacitatea de a intra pe piața relevantă cu produse pe care le furnizează pe alte arii geografice sau prin adaptarea rapidă a tehnologiei de care dispun, în condiții acceptabile de eficiență.
13. **Numărul furnizorilor de pe piață.** La efectuarea analizelor de piață se va ține cont de numărul furnizorilor existenți pe piață, precum și de raportul dintre cotele de piață ale acestora. Un număr mare de furnizori poate constitui un indiciu al concurenței efective pe piață.
14. **Prețuri stabilite în baza unormecanisme concurențiale.** La 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.
15. **Nivelul profitului.** Nivelul profitului unui furnizor poate indica, de asemenea, gradul de concurență pe piața relevantă. 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.

**Criteriile principale aplicate de ANRCETI
la determinarea puterii semnificative colective pe piețele relevante
de comunicații electronice**

Principalele criterii aplicate de ANRCETI pentru determinarea puterii semnificative colective pe piețele relevante de comunicații electronice sunt:

1. **Concentrarea pieții.** Chiar dacă o piață este înalt concentrată asta nu garantează că va duce la o determinare a puterii semnificative colective sub forma unei înțelegeri tacite;
2. **Transparență.** Puterea semnificativă colectivă poate apărea în situația în care furnizorii pot obține cu ușurință informații despre prețurile și clienții concurenților;
3. **Lipsa inovațiilor tehnice, tehnologiilor.** Cu cât maturitatea tehnologiei este mai ridicată, cu atât competiția prin inovație tehnologică scade;
4. **Stagnarea sau creșterea moderată a cererii.** Creștere rapidă a cererii stimulează concurența pe piața relevantă, furnizorii având posibilitatea de a-și mări cota de piață și profiturile;
5. **Elasticitate 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;
6. **Lipsa puterii de contracarare a utilizatorilor.** O putere de contracarare ridicată a utilizatorilor poate împiedica apariția puterii semnificative colective pe o piață relevantă;
7. **Maturitatea pieții.** Un grad ridicat de maturitate a pieței relevante îngreunează intrarea pe piață și atragerea de noi clienți;
8. **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;
9. **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;
10. **Cotă de piață similară.** Adoptarea unui comportament similar pe piață de către furnizori poate fi favorizată de existența unor cote de piață asemănătoare;
11. **Barierile înalte la intrare.** Existența puterii semnificative colective pe o piață relevantă este favorizată de barierele ridicate la intrarea pe piață;
12. **Absența capacităților în exces.** Existența capacităților în exces poate împiedica apariția sau menținerea unor înțelegeri între furnizori, aceștia fiind stimulați să utilizeze capacitățile suplimentare în scopul măririi profiturilor;
13. **Lipsa concurenților potențiali.** Perspectiva intrării pe piața relevantă specifică a unor noi concurenți limitează posibilitatea apariției puterii semnificative colective pe acea piață;
14. **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;
15. **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;
16. **Lipsa concurenței sau gradul redus de concurență la nivelul prețurilor.** În cazul în care furnizorii anticipează o concurență puternică la nivelul prețurilor, aceștia pot încerca să evite concurența efectivă între ei prin înțelegeri asupra prețurilor de pe piață.