



PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI

DECIZIE

**Nr. APD – 33
din 25.09.2014**

mun. Chișinău

Plenul Consiliului Concurenței,

acționând în temeiul art. 41 alin. (1) lit. h) și art. 93 alin. (5) ale Legii Concurenței nr. 183 din 11.07.2012, Hotărârii Parlamentului nr. 179 din 12.07.2013 privind numirea în funcție a membrilor Plenului Consiliului Concurenței, precum și Hotărârii Parlamentului nr. 220 din 27.09.2013 privind numirea în funcție a unui membru al Plenului Consiliului Concurenței,

analizând raportul de investigație asupra cazului inițiat prin Dispoziția Consiliului Administrativ al Agenției Naționale pentru Protecția Concurenței¹ nr.29 din 19.05.2011 și materialele acumulate în cadrul investigației,

A CONSTATAT:

Agenția Națională pentru Protecția Concurenței, examinând cererea depusă la data de 10.05.2011 de către Î.M. „Moldcell” S.A. prin care a denunțat acțiunea „Moldtelecom” S.A. privind lansarea la data de 29.03.2011 de către „Moldtelecom” S.A. a campaniei promoționale „Unite Familia” în cadrul căreia a oferit abonaților săi telefonie fixă plus telefonie mobilă în următoarele condiții:

- 1) telefon fix fără abonament lunar pentru toată viața;
- 2) tarif redus la apeluri în/între rețelele Moldtelecom și în afara rețelei Moldtelecom;
- 3) convorbiri gratuite în rețeaua de telefonie fixă și din rețeaua fixă către cea mobilă în cadrul unui grup creat, care nu are limită în numărul personal;
- 4) o singură factura pentru serviciile de telefonie fixă și mobilă pentru comoditatea abonatului,

pe care Î.M. „Moldcell” S.A. o califică ca abuz de poziție dominantă prin stabilirea unor prețuri monopoliste joase, a inițiat, prin Dispoziția nr. 29 din 19.05.2011, acțiunea referitor la semnele încălcării art. 6 din Legea nr. 1103-XIV din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței.

¹ Succesor de drepturi al Agenției Naționale pentru Protecția Concurenței este Consiliul Concurenței

1. Părțile implicate

„Moldtelecom” S.A. activează în baza licenței nr.020446, seria A MMII din 29.06.2006 privind prestarea serviciilor de telefonie mobilă celulară standardul CDMA 2000, în banda de frecvență 450 MHz.

Î.M. „Moldcell” S.A. face parte dintr-o familie mare de operatori GSM din Fintur Holdings BV, activează în baza licenței nr. 04 din 29.09.2008 de prestare a serviciilor de telefonie furnizate prin intermediul unor rețele publice mobile terestre.

2. Piața relevantă: *piața relevantă a produsului și piața geografică relevantă*

I. *Piața relevantă a produsului*

Piața relevantă a produsului cuprinde toate produsele considerate de consumatori ca interschimbabile sau substituibile datorită utilizării date acestora, datorită caracteristicilor fizice, funcționale și a prețului.

Consiliul Concurenței consideră că Serviciul de telefonie mobilă PrePay și Serviciul de telefonie mobilă PostPaid sînt substituibile, întrucît indiferent de modalitatea de plată, în avans sau ulterior furnizării, abonații beneficiază de același serviciu – serviciul de telefonie mobilă.

Astfel, în cadrul prezentei investigații se distinge următoarea piață a produsului: *piața prestării serviciilor de telefonie mobilă cu amănuntul*.

Atît „Moldtelecom” S.A. cît și Î.M. „Orange Moldova” S.A. activează pe piața prestării serviciilor de telefonie mobilă cu amănuntul și, prin urmare, sunt concurenți pe această piață.

II. *Piața geografică relevantă*

În conformitate cu datele oficiale prezentate de către ANRCETI în anul 2011, compania Î.M. „Moldcell” S.A. avea o acoperire a teritoriului Republicii Moldova cu semnal radio provenit din rețelele sale de generația a 2-a (2G) – de 97,35% și „Moldtelecom” S.A., cu semnal radio CDMA 2000 în bandă de frecvențe 450 MHz – de 97,78%. Conform situației din anul 2011, Î.M. „Moldcell” S.A. acoperea cu semnal radio 2G 96,81 % din populația Republicii Moldova și „Moldtelecom” S.A. – 98,62%. La aceeași perioadă, gradul de acoperire a teritoriului Republicii Moldova cu semnal radio al rețelei 3G a „Moldtelecom” S.A. constituia - 77,6% și al rețelei Î.M. „Moldcell” S.A. - 73%. Datele privind acoperirea populației cu semnal radio al rețelor 3G arată că în anul 2011 „Moldtelecom” S.A. avea o acoperire - de 59%, iar a Î.M. „Moldcell” S.A. - 51,15%.

Astfel, piața geografică aferentă pieței produsului de mai sus se definește ca *întreg teritoriul Republicii Moldova*.

Poziția dominantă

Reieșind din faptul că sub incidența prezentei investigații cade „Moldtelecom” S.A. în continuare se va stabili dacă „Moldtelecom” S.A. deține sau nu poziție dominantă pe piața prestării serviciilor de telefonie mobilă cu amănuntul în anul 2011, întrucât oferta reclamată de Î.M. „Moldcell” S.A. a fost lansată la data de 29.03.2011.

Potrivit art. 93 alin. (5) al Legii Concurenței nr.183 din 11.07.2012 plîngerile și cauzele ale căror proceduri de examinare de către ANPC nu s-au încheiat pînă la data intrării în vigoare a Legii concurenței se examinează conform normelor de procedură prevăzute de Legea concurenței.

Astfel, în conformitate cu alin. (3) de la art. 10 din Legea Concurenței nr. 183 din 11.07.2012 poziția dominantă rezultă dintr-o combinație de mai mulți factori care, luați separat, nu sînt neapărat hotărîtori. La evaluarea unei poziții dominante se va ține cont de structura concurențială și în special de următorii factori: **a)** poziția pe piață a întreprinderii dominante și a concurenților ei, **b)** expansiunea și intrarea pe piață și **c)** puterea compensatorie a cumpărătorilor.

a. Poziția pe piață a întreprinderii dominante și a concurenților ei

Potrivit raportului privind activitatea ANRCETI și evoluția piețelor de comunicații electronice, în anul 2010, pe piața comunicații mobile activau trei furnizori: Î.M. „Orange Moldova” S.A. și Î.M. „Moldcell” S.A., în standardele GSM și UMTS, și S.A. „Moldtelecom” sub marca comercială „Unite”, în standardele CDMA 2000 și UMTS.

În funcție de cifra de afaceri, Î.M. „Orange Moldova” S.A. a deținut, în anul 2011, o cotă de piață de 70,84%, Î.M. „Moldcell” S.A. – 25,57% și „Moldtelecom” S.A. – 5,59%.

După numărul de utilizatori cea mai semnificativă cotă a pieței de telefonie mobilă – de 57,32% – a continuat să fie deținută de Î.M. „Orange Moldova” S.A. Î.M. „Moldcell” S.A. a avut o cotă de piață de 36,61%, iar „Moldtelecom” S.A. – de 6,07%.

b. Expansiunea și intrarea pe piață

Piața prestării serviciilor de telefonie mobilă este caracterizată prin existența unor bariere înalte de intrare și de expansiune. Există bariere înalte la intrarea și la expansiunea pe piața menționată, legate de investiții necesare mari (taxe pentru eliberarea licenței, infrastructură), costuri irecuperabile înalte, prezența economiilor de scară și densitate și, în plus, pot exista bariere în calea extinderii serviciilor pentru furnizorii existenți (efect de rețea, puterea contractării etc.). Concomitent pe piața prestării serviciilor de telefonie mobilă există și bariere legale care 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. Astfel, potrivit Legii comunicațiilor electronice nr.241 din 15.11.2007 furnizarea

rețelelor și/sau serviciilor publice de comunicații electronice este supusă regimului de autorizare generală în conformitate cu prevederile prezentei legi (art.23). În același timp, dreptul de a utiliza una sau mai multe frecvențe sau canale radio în scopul furnizării de servicii de comunicații electronice se acordă furnizorului de către ANRCETI prin Licența de utilizare a canalelor sau frecvențelor radio (art.24).

c. Puterea compensatorie a cumpărătorilor

Presiunile concurențiale pot fi exercitate nu numai de concurenții actuali sau potențiali, ci și de clienți. O întreprindere cu o cotă de piață mare poate să nu fie capabilă să acționeze în mod independent față de clienții care au putere de negociere suficientă.

Puterea compensatorie a cumpărătorilor poate rezulta din dimensiunea clienților sau din importanța lor comercială pentru întreprinderea dominantă, precum și din capacitatea lor de a schimba ușor furnizorii, de a favoriza o nouă intrare pe piață sau de a integra vertical și de a amenința în mod credibil cu astfel de acțiuni.

În anul 2011, cota utilizatorilor de telefonie mobilă cu abonamente a fost de 26,29%, iar a utilizatorilor cu cartele preplătite - de 73,71%. Astfel, 73,71% din utilizatorii de telefonie mobilă beneficiază de aceste servicii în lipsa unui contract.

Prin urmare, utilizatorii pot trece ușor de la un furnizor la altul, întrucât aceștia nu sînt legați de furnizori prin contracte care să prevadă termene, penalități etc.

Avînd în vedere caracteristicile pieței analizate, pe care activează 3 furnizori (cote de piață a „Moldtelecom” S.A. fiind neesențială în comparație cu Î.M. ”Orange Moldova” S.A. și Î.M. „Moldcell” S.A.), caracterizată de existența unei puteri de cumpărare compensatorii a cumpărătorilor (capacitatea utilizatorilor de a schimba ușor furnizorii), precum și ținînd cont de prevederile pct. 13 din Regulamentul privind stabilirea poziției dominante pe piață și evaluarea abuzului de poziție dominantă, adoptat prin Hotărîrea Plenului Consiliului Concurenței nr. 16 din 30.08.2013, potrivit căroră cotele mici de piață reduse reprezintă un bun indicator al absenței unei puteri de piață semnificative. O poziție dominantă este puțin probabilă în cazul în care cota de piață a întreprinderii este mai mică de 40% pe piața relevantă, rezultă că nu se constată deținerea unei poziții dominante de către „Moldtelecom” S.A. pe piața prestării serviciilor de telefonie mobilă cu amănuntul în anul 2011.

3. Acte și fapte constatate

În cererea depusă Î.M. „Moldcell” S.A. a comunicat că la data de 29.03.2011 „Moldtelecom” S.A. prin lansarea campaniei în cadrul căreia a oferit Abonamentul Unite Familia cu următoarele avantaje:

- telefon fix fără abonament lunar pentru toată viața;
- tarif redus la apeluri în/între rețelele Moldtelecom și în afara rețelei

Moldtelecom;

- convorbiri gratuite în rețeaua de telefonie fixă și din rețeaua fixă către cea mobilă în cadrul unui grup creat, care nu are limită în numărul personal;
- o singură factura pentru serviciile de telefonie fixă și mobilă pentru comoditatea abonatului,

promovează o politică comercială, care nu poate fi repetată de către alți jucători de pe piața telecomunicațiilor fără a avea/suporta pierderi majore. Î.M. „Moldcell” S.A. presupune că această ofertă poate distorsiona concurența pe piața de telecomunicații și anume pe piața de telefonie mobilă din Republica Moldova.

În acest fel, după părerea Î.M. „Moldcell” S.A., „Moldtelecom” S.A. a încălcat interdicțiile stabilite prin lit. g) art. 6 ale Legii nr.1103-XIV din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței prin stabilirea unor prețuri monopoliste joase.

Totodată, Î.M. „Moldcell” S.A. a invocat faptul că „integrarea segmentului de telefonie fixă cu cea mobilă și posibilitatea de subsidiere încrucișată a serviciilor, permite apariția ofertelor sub sine cost în cadrul unei companii”.

Prin scrisoarea nr. 01-11-035881 din 06.07.2011 „Moldtelecom” S.A. a informat Consiliul Concurenței că campania de promovare „Unite Familia – economisești cu întreaga familie” a fost lansată prin ordinul nr.1080 din 25.10.2010 cu privire la lansarea comercială a serviciilor convergente pentru abonații de categoria I și II ai „Moldtelecom” S.A.

Printre serviciile convergente, aprobate și puse în aplicare prin ordinul nr.1080 din 25.10.2010, au fost următoarele abonamente destinate categoriei II de abonați (persoane fizice) ai „Moldtelecom” S.A. :

- Unite Familia 60;
- Unite Familia 100;
- Unite Familia 150;
- Unite Familia 200;
- Unite Familia 300;
- Unite Familia 500.

Potrivit Ordinului nr.1080 din 25.10.2010 serviciile convergente destinate abonaților de categoria I și II, precum și tarifele acestora au fost aprobate și puse în aplicare începând cu 01.11.2010.

De asemenea, conform Ordinului nr.1080 din 25.10.2010, minutele spre rețeaua Unite Moldtelecom incluse în abonamentele „Unite Familia” erau promoționale, oferite timp de 12 luni calendaristice de la conectare. După expirarea promoției, abonamentele conțin doar minutele incluse în coloana „Minute către alți operatori naționali”.

Conform condițiilor de conectare și migrare la abonamentele convergente (anexa nr.4 la ordinul „Moldtelecom” S.A. nr.1080 din 25.10.2010) ca bază pentru crearea conturilor cu abonamente convergente au fost utilizate conturile de telefonie fixă. În cazul în care clientul este deja abonat al telefoniei fixe tradiționale a „Moldtelecom” S.A. conectarea la abonamentele convergente a

fost gratuită. În cazul în care clientul nu este abonat al telefoniei fixe tradiționale a „Moldtelecom” S.A., dacă s-a conectat la telefonie fixă și a solicitat abonament convergent la momentul semnării contractului, acesta a achitat taxa de conectare la telefonie fixă cu o reducere în dependență de suma abonamentului convergent (de la 20% pînă la 100%). Reducerea a fost acordată în cazul în care a fost semnat un contract pe unul din pachetele convergente pe un termen minim de 24 luni. În cazul rezilierii înainte de termenul minim, abonatul achita o taxă de reziliere egală cu suma reducerii acordate.

Abonamentul „Unite Familia 60” nu putea fi comercializat separat abonaților de categoria a-II-a, ci doar în convergență cu abonamentul de date „Connect Familia”.

Analizînd metoda de desfășurare a ofertei menționate se constată faptul că circa 93% - 95% din minutele incluse în pachetele Unite Familia puteau fi utilizate doar în rețea Unite și Moldtelecom. În această ordine de idei, conform informațiilor din raportul ANRCETI „Evoluția piețelor de comunicații electronice în anul 2012”, se constată faptul că în anul 2011, traficul în rețeaua proprie a operatorilor de telefonie mobilă a constituit 3,5 mld. minute din volumul total al traficului de voce în rețelele mobile în valoare de 4,7 mld. minute. Astfel, se observă faptul că circa 74% din volumul total de trafic constituie traficul în propria rețea. Acest fapt se datorează costurilor reduse pentru serviciile în rețea, întrucît nu este necesară interconectarea rețelelor și operatorii de telefonie mobilă nu achită pentru terminarea apelurilor voce în rețeaua individuală mobilă, ceea ce permite operatorilor de telefonie mobilă de a practica promoții pentru serviciile în rețea.

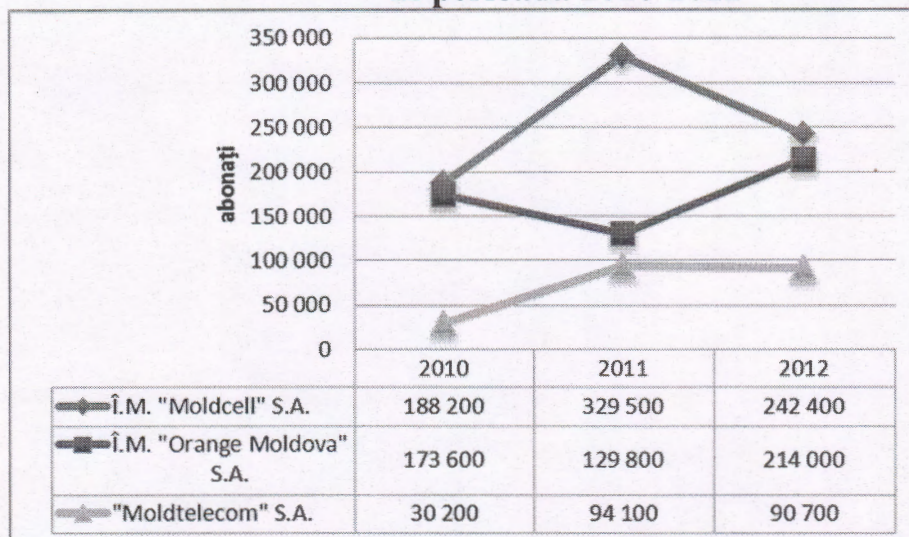
Un aspect important și esențial care urmează a fi analizat constituie faptul dacă acțiunea promoțională a limitat concurența sau au fost lezate interesele Î.M. „Moldcell” S.A. În această ordine de idei se constată următoarele.

Examinînd *Figura 1* observăm că în anul 2011, cînd a fost lansată acțiunea promoțională sus-menționată, cel mai mult a crescut baza de utilizatori ai Î.M. „Moldcell” S.A. – cu circa 329, 5 mii. Baza de clienți a acestui furnizor a sporit, față de 2010, cu 31,5%, și a ajuns la 1mil.360 mii. Numărul utilizatorilor Î.M. „Orange Moldova” S.A. a crescut cu 129,8 mii și a atins cifra de 2 mil.129 mii, iar ai S.A. „Moldtelecom” – cu 94,1 mii și a alcătuit 225,3 mii.

Conform informațiilor din raportul „Evoluția piețelor de comunicații electronice în anul 2012”, în anul 2012 cel mai mult a crescut baza de utilizatori ai Î.M. „Moldcell” S.A – cu circa 242,4 mii. Baza de clienți a acestui furnizor a sporit, față de 2011, cu 17,8%, și a ajuns la 1mil.603 mii. Numărul utilizatorilor de comunicații mobile ai Î.M. „Orange Moldova” S.A. a crescut cu 214,0 mii și a atins cifra de 2 mil. 343,5 mii, iar ai S.A. „Moldtelecom” – cu 90,7 mii și a alcătuit 316 mii.

Figura 1

Numărul de utilizatori noi ai operatorilor de telefonie mobilă în perioada 2010-2012



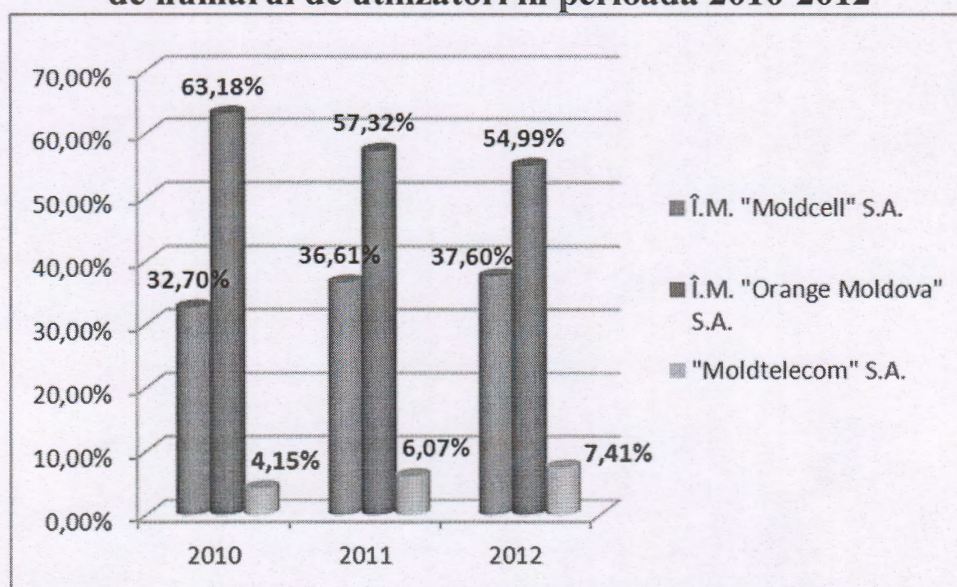
Sursa: Elaborată în baza informațiilor plasate pe site-ul ANRCETI

Din datele expuse mai sus rezultă că baza noilor clienți a crescut numeric cel mai mult la Î.M. „Moldcell” S.A.

Cea mai semnificativă cotă a pieței de comunicații mobile în anul 2011, în funcție de numărul de utilizatori,- de 57,32% - a fost deținută de Î.M. „Orange Moldova” S.A. Î.M. „Moldcell” S.A. a avut o cotă de piață de 36,61%, iar „Moldtelecom” S.A. – 6,07%, după cum urmează:

Figura 2

Evoluția cotelor de piață a operatorilor de telefonie mobilă în funcție de numărul de utilizatori în perioada 2010-2012



Sursa: Elaborată în baza informațiilor plasate pe site-ul ANRCETI

Analizînd *Figura 2*, în care este prezentată evoluția cotelor de piață a

operatorilor de telefonie mobilă în funcție de numărul de utilizatori în perioada 2010-2012, putem constata următoarele. Cel mai mult a crescut cota de piață în funcție de numărul de utilizatori a Î.M. „Moldcell” S.A. – în 2011 față de 2010 cu 3,91% și în 2012 față de 2011 cu 0,99%, ajungând la 37,6% la finele perioadei analizate. Deși baza de clienți ai Î.M. “Orange Moldova” S.A. a crescut (cu 129,8 mii în 2011 și 214 mii în 2012), operatorul a înregistrat o scădere continuă a cotei de piață în această perioadă - în anul 2011 cu 5,86% față de 2010, iar în 2012 cota de piață reducându-se încă cu 2,33%. Cota de piață în funcție de numărul de utilizatori a „Moldtelecom” S.A. a crescut cu 1,92% în 2011 și cu 1,34 % în 2012.

În această ordine de idei, ținând cont de faptul că baza de clienți și cota de piață după numărul de utilizatorii noi ai Î.M. „Moldcell” S.A. a crescut mai mult decât cea a “Moldtelecom” S.A., se constată faptul că lansarea comercială a serviciilor convergente analizată în prezenta decizie nu a limitat concurența și, astfel, interesele Î.M. „Moldcell” S.A. nu au fost lezate.

4. Calificarea legală a acțiunilor constatate

În conformitate cu lit. g) art.6 al Legii nr.1103-XIV din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței sînt interzise acțiunile agentului economic cu o situație dominantă pe piață, precum și acțiunile mai multor agenți economici ce dețin în comun o astfel de situație care duc sau care pot duce la limitarea concurenței și (sau) la lezarea intereselor unor alți agenți economici, precum și ale persoanelor fizice, inclusiv prin stabilire a unor prețuri monopoliste joase (dumping).

Astfel, subiect al componentei de încălcare descrisă în lit. g) art.6 din Legea nr.1103-XIV din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței poate fi doar agentul economic cu situație dominantă. „Moldtelecom” S.A. în anul 2011 nu deținea situație (poziție) dominantă pe piața prestării serviciilor de telefonie mobilă cu amănuntul.

În altă ordine de idei, potrivit pct. 90 din Regulamentul privind stabilirea poziției dominante pe piață și evaluarea abuzului de poziție dominantă, aprobat prin Hotărîrea Plenului Consiliului Concurenței nr. 16 din 30.08.2013 (Monitorul Oficial Nr. 206-211 (4524-4529) din 20.09.2013), Consiliul Concurenței poate să urmărească și practici de eliminare a concurenței aplicate de unele întreprinderi dominante pe piețe secundare pe care nu ocupă încă o poziție dominantă. În special, este mai probabilă identificarea de către Consiliul Concurenței a unui asemenea abuz în sectoare în care activitățile sunt protejate printr-un monopol legal. În timp ce întreprinderea dominantă nu are nevoie să aplice practici de eliminare a concurenței pentru a-și proteja poziția dominantă pe piața protejată prin monopolul legal, aceasta poate utiliza profiturile cîștigate pe piața de monopol pentru a realiza o subvenționare încrucișată a activităților sale pe o altă piață, amenințînd, astfel, să elimine concurența efectivă de pe cealaltă piață.

Astfel, ținînd cont de faptul că, după lansarea serviciilor convergente (Unite Familia), atît baza de clienți a Î.M. „Moldcell” S.A., cît și baza de clienți

a Î.M. „Orange Moldova” S.A. a crescut, se constată faptul că oferta analizată nu a condus la eliminarea concurenților activi de pe piață.

Prin urmare, în lipsa subiectului („Moldtelecom” S.A. nu deține poziție dominantă pe piață), precum și în lipsa efectului, acțiunea reclamată nu întrunește elementele constitutive ale componenței de încălcare prevăzute de lit.g) art.6 din Legea nr.1103-XIV din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței.

La data de 11.06.2014 prin scrisorile nr. APD-06/192-783 și APD-06/193-784 Consiliul Concurenței a remis părților implicate raportul asupra investigației pentru prezentarea de obiecții și propuneri asupra acestuia, însă la expirarea termenului de 30 de zile lucrătoare în cadrul Consiliului Concurenței nu au parvenit careva obiecții sau propuneri.

Reieșind din constatările expuse mai sus, în temeiul art.39 al Legii concurenței nr.183 din 11.07.2012, precum și art. 93, alin. (5) al Legii concurenței nr.183 din 11.07.2012 se propune Plenului Consiliului Concurenței,

DECIDE:

1. A înceta examinarea cazului inițiat prin Dispoziția nr. 29 din 19.05.2011 în legătura cu absența componenței de încălcare a art.6 lit. g) al Legii nr. 1103 din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței.
2. Prezenta Decizie intră în vigoare la data adoptării și va fi adusă la cunoștință părților.

**Președintele Plenului
Consiliului Concurenței**



Viorica CĂRARE