

Consultare publică cu privire la angajamentele formulate de către întreprinderile Cosmote Romanian Mobile Telecommunications S.A., Orange România S.A., RCS & RDS S.A. și Vodafone România S.A. în cadrul investigației declanșate prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011

Prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011 s-a dispus declanșarea din oficiu a unei investigații privind posibila încălcare a prevederilor art. 6 alin.(1) lit. c) din Legea concurenței nr.21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare¹ (numită în continuare *Legea concurenței*) și a prevederilor art. 102 din *Tratatul de Funcționare a Uniunii Europene* de către S.C. Cosmote Romanian Telecommunication Mobile S.A. (numită în continuare Cosmote), S.C. Orange România S.A. (numită în continuare Orange), S.C. RCS & RDS S.A. (numită în continuare RCS&RDS), respectiv S.C. Vodafone România S.A. (numită în continuare Vodafone) pe piețele relevante ale serviciului de terminare a apelurilor la punctele mobile ale fiecărei rețele individuale, operate de fiecare din întreprinderile identificate mai sus.

Îngrijorările concurențiale care au condus la declanșarea investigației

Investigația declanșată prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011 are ca obiect o posibilă practică anticoncurențială a operatorilor mobili de discriminare în ceea ce privește nivelul tarifului pentru serviciul de terminare a apelurilor la punctele mobile ale rețelei individuale (a fiecărui operator mobil). Până în prezent, tariful pentru serviciul de terminare a apelurilor la puncte mobile este semnificativ mai mare în situația în care serviciul de terminare a apelurilor la punctele mobile ale unei rețele individuale este furnizat întreprinderilor concurente (adică pe piața de gros), față de situația în care acest serviciu este auto-furnizat în vederea realizării de apeluri în propria rețea.

Un nivel ridicat al tarifelor de terminare a apelurilor practicat de către operatorii de telefonie mobilă în relația cu operatorii concurenți poate conduce la creșterea costurilor acestora pentru furnizarea serviciului de telefonie mobilă. Astfel, practicarea în relația cu concurenții a unui tarif ridicat pe piața de gros aferentă serviciului de terminare a apelurilor, corelată cu autofurnizarea acestui serviciu la costuri reduse, conduc la existența unor diferențe semnificative între tarifele pentru apelurile realizate între abonații din interiorul rețelelor și tarifele pentru apelurile realizate între abonați din rețele diferite. Acest aspect poate conduce la prejudicierea consumatorilor care vor plăti tarife mai mari și poate afecta mediul concurențial din acest domeniu prin limitarea dezvoltării rețelelor mai mici, menținerea artificială a cotelor pe piața de retail, afectarea migrării utilizatorilor către alte rețele.

Angajamentele propuse de întreprinderile investigate

Având în vedere disponibilitatea Consiliului Concurenței de a se angaja în discuții privind posibile angajamente în acest caz, în baza art.46² alin.(1) din *Legea concurenței*, întreprinderile investigate, în speță Cosmote, Orange, RCS&RDS, respectiv Vodafone au formulat angajamentele prezentate mai jos.

Consiliul Concurenței invită persoanele fizice sau juridice interesate de acțiunile întreprinderilor investigate pe piețele relevante să trimită observații cu privire la angajamentele propuse de Orange, Vodafone, Cosmote și RCS&RDS până la data de **30 august 2013**, prin fax la nr. 021.405.45.12, prin e-mail la adresa servicii@consiliulconcurentei.ro sau prin poștă la adresa Consiliului Concurenței, Piața Presei Libere nr. 1, corp D1, sector 1, București, cod poștal 013701.

¹ Aduse prin Ordonanța de Urgență nr.75/2010, aprobată, cu modificări și completări, prin Legea nr.149/2011.

**Propunerile de angajamente formulate de întreprinderea
Cosmote Romanian Mobile Telecommunications S.A.**

Anexa 1 – Angajamente Cosmote privind investigatia declansata prin Ordinul Presedintelui Consiliului Concurente nr. 403/22.02.2011

NECONFIDENTIAL

Cosmote propune urmatoarele angajamente (denumit in continuare „Angajamente”) care, in opinia Cosmote, vor elimina ingrijorarile Consiliului Concurente, astfel cum sunt descrise prin Ordinul Presedintelui nr. 403/22.02.2011:

- (a) Cosmote va dezvolta cel putin o oferta catre clientii sai prin care Cosmote va oferi posibilitatea clientilor sai de a folosi minutele incluse in oferta respectiva fara a diferentia intre apeluri on-net si off-net (denumita in continuare „Oferta”).

Cu alte cuvinte, clientii care achizitioneaza Oferta de mai sus pot utiliza minutele incluse in pachet pentru orice tip de convorbire nationala indiferent de destinatia apelurilor, in retea Cosmote si/sau in afara acesteia.

Oferta va fi disponibila pentru oricare dintre clientii de retail ai Cosmote, fara a se face vreo restrangere la o anumita categorie de astfel de clienti si, prin beneficiile incluse, va fi atractiva pentru clienti.

Oferta va fi disponibila atat pentru clientii pe baza de abonament cat si pentru clientii care platesc serviciile de care beneficiaza prin intermediul cartelelor preplatite.

Respectiva Oferta va fi dezvoltata in cel mai scurt timp posibil de la data primirii de catre Cosmote a deciziei Consiliului Concurente de acceptare a Angajamentelor, dar nu mai tarziu de o luna de zile de la aceasta data (in functie de considerentele de ordin tehnic legate de implementarea unei astfel de oferte – de exemplu sistemele IT de facturare etc.)

Oferta va fi promovata in conformitate cu politica uzuala de marketing a Cosmote.

Actualul nostru portofoliu de oferte este public si va putem oferi, spre exemplificare, cateva oferte existente la acest moment in portofoliul nostru care respecta, in acelasi timp, si principiile prevazute mai sus:

- oferta „All free 1.000” pentru clientii pe baza de abonament – la tariful de 16,94 Euro + TVA include 1.000 minute de convorbiri in orice retea, 1.000 sms-uri in orice retea si 400 MB (mega-biti) trafic de date;

- oferta „All free” pentru clientii pe baza de cartele pre-platite – la tariful de 5,89 Euro + TVA include 350 minute de convorbiri in orice retea, 350 sms-uri in orice retea si 100 MB trafic de date.

- (b) Cosmote isi rezerva dreptul de a decide conditiile comerciale ale portofoliului sau de oferte, inclusiv inlocuirea Ofertei cu alta. Totusi, Cosmote va mentine disponibila pentru clientii sai cel putin o oferta care este in conformitate cu principiile Angajamentelor.
- (c) Avand in vedere faptul ca Oferta Cosmote va fi o oferta publica ce va fi adusa la cunostinta potentialilor clienti prin mijloacele de comunicare uzuale, propunem ca monitorizarea indeplinirii Angajamentelor sa se realizeze intern de catre Consiliul Concurentei pe o perioada de maxim 2 (doi) ani de la comunicarea Deciziei de acceptare a Angajamentelor. In opinia noastra, o astfel de durata este suficienta pentru ca Angajamentele sa-si dovedeasca eficacitatea.

In cazul in care Consiliul Concurentei va considera ca monitorizarea ar trebui realizata de agenti externi, Cosmote isi exprima disponibilitatea de a participa la discutiile necesare in procesul de desemnare si stabilire a mandatului acestora.

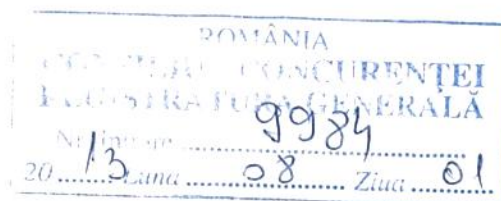
Cu deosebita consideratie,

Nikolai J.B. Beckers
Director General



**Cosmote Romanian Mobile
Telecommunications S.A.**

**Propunerile de angajamente formulate de întreprinderea
Orange România S.A.**



Orange România SA
Europe House
Bd. Lascar Catargiu, nr. 51-53
Sector 1, București, România
Tel +40 (21) 203 30 00
Fax +40 (21) 203 35 99
www.orange.ro

VARIANTA NECONFIDENȚIALĂ

REF 13/LT/33530/ASA

Către: Consiliul Concurenței
Piața Presei Libere 1, 013701

În atenția: Dl. Bogdan M. Chiritoiu – Președinte
Dl. Valentin V. Mircea - Vicepreședinte

Re: Procedura de angajamente în cadrul investigației declanșate prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011

Stimate Domnule Președinte,

Stimate Domnule Vicepreședinte,

Subscrisa Orange România S.A., societate comercială românească cu sediul social în Bd. Lascăr Catargiu nr. 51-53, Sector 1, București, România, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J40/10178/1996, Codul Unic de Înregistrare 9010105, Cod de înregistrare în scopuri de TVA RO9010105, capital subscris și vărsat 93.596.732,50 RON ("**Orange**"), legal reprezentată prin Jean-Francois Fallacher, Director Executiv,

Având în vedere următoarele:

- a) Prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011, a fost declanșată din oficiu o investigație privind posibla încălcare a prevederilor art. 6 alin. (1) lit. c) din *Legea Concurenței nr. 21/1996* și a prevederilor art. 102 din *Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene* de către Orange România, Vodafone România, Cosmote Romanian Telecommunication Mobile și RCS & RDS pe piața serviciului de terminare a apelurilor la puncte mobile în rețelele individuale operate de fiecare dintre aceste întreprinderi ("**Investigația**"),
- b) Conform art. 46² din *Legea Concurenței nr. 21/1996*, pe durata procedurii de investigație cu privire la o posibilă practică anticoncurențială, întreprinderile față de care a fost declanșată respectiva investigație pot propune angajamente în scopul înlăturării situației care a condus la declanșarea investigației,
- c) Condițiile și criteriile pe baza cărora asemenea angajamente sunt propuse și evaluate sunt detaliate în *Instrucțiunile Consiliului Concurenței privind condițiile, termenele și procedura pentru acceptarea și evaluarea angajamentelor, în cazul*

practicilor anticoncurențiale, aprobate prin Ordinul Consiliului Concurenței nr. 724/2010,

- d) Prin adresa din data de 4 septembrie 2012, Consiliul Concurenței a informat Orange că apreciază ca fiind oportună inițierea de discuții privind posibile angajamente, în temeiul art. 46² din Legea Concurenței nr. 21/1996; de asemenea, prin aceeași adresă, precum și prin adresa din data de 19 decembrie 2012, Consiliul Concurenței a comunicat îngrijorările sale concurențiale cu privire la faptele investigate și a invitat Orange să prezinte propuneri de angajamente pentru a înlătura aceste îngrijorări,
- e) Prin adresa din data de 14 februarie 2013 („**Propunerea Inițială**”), Orange a înaintat Consiliului Concurenței propunerea sa de angajamente, constând în anumite oferte all-net incluzând apeluri voce, SMS-uri și volum de trafic date;
- f) Prin adresa din data de 27 martie 2013, Consiliul Concurenței a solicitat Orange să aducă clarificări și completări propunerii de angajamente,
- g) Prin adresa din data de 3 aprilie 2013 („**Propunerea Suplimentară**”), Orange a înaintat Consiliului Concurenței clarificările și completările cu privire la Propunerea Inițială,
- h) Urmare a concluziilor rezultate din corespondența și convorbirile purtate ulterior cu Dl. Vicepreședinte Valentin Mircea, conform cărora Orange va depune o versiune consolidată a propunerii sale de angajamente, prin integrarea Propunerii Inițiale și a Propunerii Suplimentare,

Orange înaintează Consiliului Concurenței, în temeiul art. 46² din Legea Concurenței, propunerile de angajamente în contextul Investigației, reprezentând o ofertă serioasă, fermă, neechivocă, precisă, completă, necondiționată și irevocabilă.

Precizăm faptul că prezentele propuneri de angajamente constituie versiunea consolidată a Propunerilor Inițiale și Suplimentare, completate cu planul tarifar aferent opțiunii *pre-paid* ce urmează a fi introduse de Orange.

Propunere de angajamente
În cadrul investigației Consiliului Concurenței
declanșată prin Ordinul nr. 403/22.02.2011



Orange România SA
Europe House
Bd. Lascar Catargiu, nr. 51-53
Sector 1, București, România
Tel +40 (21) 203 30 00
Fax +40 (21) 203 35 99
www.orange.ro

I. Context

Astfel cum reiese din adresele Consiliului Concurenței (menționate mai sus), autoritatea de concurență este îngrijorată de structura tarifelor practicate de Orange pentru apelurile furnizate pe piața cu amănuntul (apeluri naționale on-net și off-net), în raport cu nivelul tarifelor practicate pentru serviciile de terminare a apelurilor în rețeaua proprie pe piața de gros. În special, Consiliul Concurenței pare să fie îngrijorat de faptul că tariful pentru serviciul de terminare este mai mare în ceea ce privește apelurile inițiate în alte rețele, în comparație cu tariful implicit pentru apelurile inițiate și terminate în rețeaua Orange.

În acest context, considerăm că anumite angajamente comportamentale asumate de Orange ar fi în măsură să înlăture îngrijorările concurențiale ale Consiliului Concurenței; după cum a sugerat autoritatea de concurență în adresa sa din data de 19 decembrie 2012¹, un asemenea angajament ar putea consta în nediscriminarea (temporară) între apelurile on-net și off-net furnizate abonaților Orange pe piața cu amănuntul.

Astfel, angajamentele prezentate mai jos sunt menite să răspundă în mod corespunzător și în întregime îngrijorărilor concurențiale exprimate de Consiliul Concurenței, fiind apte să conducă la eliminarea acestor îngrijorări.

Menționăm faptul că prezenta propunere de angajamente nu constituie o recunoaștere din partea Orange, în mod explicit sau implicit, în mod direct sau indirect, a existenței vreunei încălcări cu privire la oricare lege sau regulament, inclusiv *Legea Concurenței nr 21/1996* și *Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene*. Angajamentele de mai jos sunt propuse cu scopul de a înlătura situația care a determinat declanșarea investigației și de a contribui la îmbunătățirea mediului concurențial.

Prezenta scrisoarea conține:

- Descrierea angajamentelor propuse (Secțiunea II);
- Descrierea modului în care angajamentele propuse răspund îngrijorărilor concurențiale ale Consiliului Concurenței, având în vedere mediul concurențial din România (Secțiunea III); și
- Descrierea modului în care angajamentele propuse îndeplinesc condițiile legale pentru a fi acceptate (Secțiunea IV).

¹ Fiind conștienți de faptul că angajamentele propuse urmează să fie evaluate din perspectiva eficienței lor, pentru a se stabili dacă acestea înlătură complet îngrijorările concurențiale, am inclus în prezenta explicații cu privire la modul în care angajamentele propuse înlătură situația care a condus la declanșarea investigației.

II. Descrierea angajamentelor propuse

Oferta actuală Orange este structurată astfel încât să răspundă tuturor segmentelor de abonați. În plus, pentru a răspunde îngrijorărilor concurențiale exprimate de Consiliul Concurenței, în scopul eliminării acestor îngrijorări, Orange se angajează să ofere clienților săi, atât celor existenți cât și celor noi, un pachet atractiv, conținând apeluri on-net și off-net, la un tarif nediferențiat.

Așadar, angajamentele propuse constau în introducerea unei game de oferte *post-paid* și opțiuni *pre-paid*, toate *all-net*; aceste oferte și opțiuni vor completa în mod atractiv ofertele și opțiunile Orange deja existente și vor fi disponibile diferitelor segmente de clienți, reprezentând majoritatea clienților actuali și potențiali Orange.

Precizăm faptul că ofertele *post-paid* și opțiunile *pre-paid* propuse prin prezenta constituie mai mult decât o singură ofertă/ opțiune: acestea constituie de fapt o întreagă gamă de oferte și opțiuni *all-net*, considerate a fi atractive pentru cât mai mulți consumatori. În funcție de reacția pieței/ clienților, asemenea oferte *post-paid* și opțiuni *pre-paid* vor putea fi diversificate și suplimentate.

Prezenta propunere de angajamente are la bază următoarele **principii**:

- (i) angajamentele propuse se referă atât la ofertele *post-paid*, cât și la opțiunile *pre-paid*;
- (ii) ofertele *post-paid* și opțiunile *pre-paid* respective sunt valabile pentru toate rețelele naționale în care se apelează (*all-net*), fără a diferenția între apelurile naționale în rețea (*on-net*) și cele în afara rețelei (*off-net*);
- (iii) angajamentele propuse sunt disponibile pentru toți clienții actuali sau potențiali, fiind concepute astfel încât să răspundă unei game largi de nevoi și bugete, fără a fi limitate la anumite segmente de clienți;
- (iv) angajamentele propuse sunt atractive pentru clienții actuali sau potențiali Orange, fiind concepute ca pachete de minute voce și SMS-uri și/sau volum de trafic date, cu tarife agregate în media tarifelor medii practicate în prezent pentru pachete similare (respectiv, media tarifelor ajustată pe baza pachetelor în rețea și în afara rețelei existente).

Precizăm faptul că o comparație a ofertelor și opțiunilor propuse prin prezenta cu cele existente deja în portofoliul Orange ar fi mai relevantă dacă ar fi bazată pe tariful pachetelor de voce/ SMS/ date (decât dacă ar fi bazată pe tariful per minut pentru apeluri voce, paramentru oricum dificil de calculat), deoarece:

- (a) tariful per minut pentru apeluri voce *all-net* nu poate fi comparat de o manieră relevantă cu tariful per minut pentru apeluri voce *on-net* sau *off-net*;
- (b) consumatorii compară de obicei tarifele pachetelor voce/ SMS/ date, iar nu tarifele per minut de apeluri voce;
- (c) tarifele per minut actuale pentru apeluri voce nu pot fi identificate în mod adecvat, deoarece toate ofertele curente sunt bazate pe pachete de voce/ SMS/ date.

1. Angajamente referitoare la ofertele *post-paid*:

Orange se angajează să introducă pe piață o gamă de oferte *post-paid* (nu doar o singură ofertă), bazată pe următoarele principii:

1.1 Ofertele *post-paid* vor fi *all-net*, ceea ce înseamnă că nu vor face diferențiere între apelurile voce sau SMS-urile naționale, fie acestea în rețea sau în afara rețelei.

1.2 Ofertele *post-paid* vor conține o anumită combinație de minute de apeluri voce și SMS-uri și/sau volum de trafic date. Combinarea acestor resurse va fi particularizată de Orange, tocmai pentru ca ofertele să fie competitive și atractive pentru toți clienții potențiali, în funcție de cererea din piață.

1.3 Conținutul și prețul ofertelor *post-paid* vor rămâne neschimbate în primele [***], după care ofertele vor putea fi modificate, în funcție de evoluția pieței, dar respectând principiile prezentate în prezenta propunere de angajamente, pentru a menține atractivitatea ofertelor.

1.4 Prețul ofertelor *post-paid* va fi atractiv pentru majoritatea clienților Orange și va fi situat la nivelul mediei prețurilor actuale ale ofertelor Orange ce constituie în prezent majoritatea contractelor *post-paid* Orange (medie calculată prin raportare atât la pachetele în rețea, cât și la pachetele în afara rețelei). În acest fel, ofertele *post-paid* se vor adresa majorității clienților Orange.

1.5 Angajamentele vor fi efective de la decizia Consiliului Concurenței de acceptare a acestora.

1.6 În ceea ce privește comunicarea, ofertele *post-paid* vor fi susținute cu toate mijloacele de promovare folosite la lansarea unei noi oferte.

1.7 Disponibilitatea în timp a ofertelor *post-paid* nu va fi limitată; în consecință, ofertele *post-paid* vor avea un impact pe piață semnificativ.

1.8 Ofertele *post-paid* vor fi disponibile pentru toți abonații, fie ca o nouă achiziție, fie prin înlocuirea unui abonament existent (în conformitate cu normele standard de migrare, disponibile pentru toate planurile tarifare Orange).

1.9 Ofertele *post-paid* pot include o gamă (subvenționată) de telefoane mobile.

Prima dintre ofertele *post-paid* ce urmează a fi introdusă de Orange în baza prezentelor angajamente este constituită din următoarele planuri tarifare:

	Plan Tarifar 8	Plan Tarifar 11	Plan Tarifar 16
preț	8 euro / lună	11 euro / lună	16 euro / lună
preț cu/fără TVA	6.45 euro / lună	8.87 euro / lună	12.90 euro / lună
minute naționale (rețele fixe și mobile) și minute internaționale (rețele fixe, anumite destinații)	300 minute	450 minute	750 minute
SMS naționale	300 SMS	450 SMS	750 SMS
trafic de internet pe mobil (MB)	75 MB	100 MB	200 MB

Tarifele pentru serviciile ce exced volumele din pachet: tarife nediferențiate indiferent de rețea (all-net) – voce 0,18 euro/min, SMS 0,062 euro/unit, date 0,50 euro/50 MB.

2. Angajamente referitoare la opțiunile *pre-paid*:

Orange se angajează să introducă pe piață opțiuni *pre-paid*, bazate pe următoarele principii:

2.1 Opțiunile *pre-paid* vor fi *all-net*, ceea ce înseamnă că nu vor face diferențiere între apelurile voce sau SMS-urile naționale, fie acestea în rețea sau în afara rețelei.

2.2 Opțiunile *pre-paid* vor conține o anumită combinație de minute de apeluri voce și SMS-uri și/sau volum de trafic de date. Combinarea acestor resurse va fi particularizată de Orange, tocmai pentru ca opțiunile să fie competitive și atractive pentru clienți, în funcție de cererea din piață. Aceste opțiuni pot fi activate pe toate cartelele SIM *pre-paid* Orange.

2.3 Conținutul și prețul opțiunilor *pre-paid* vor rămâne neschimbate în primele [***], după care acestea vor putea fi modificate, în funcție de evoluția pieței, dar respectând principiile prezentate în prezenta propunere de angajamente, pentru a menține atractivitatea opțiunilor.

2.4 Prețul opțiunilor *pre-paid* va fi atractiv pentru majoritatea clienților Orange și va fi situat la nivelul mediei prețurilor actuale ale opțiunilor *pre-paid* Orange ce constituie în prezent majoritatea acestor opțiuni (medie calculată prin raportare atât la pachetele în

rețea, cât și la pachetele în afara rețelei). În acest fel, opțiunile *pre-paid* se vor adresa majorității clienților Orange.

2.5 Angajamentele vor fi efective de la decizia Consiliului Concurenței de acceptare a acestora.

2.6 În ceea ce privește comunicarea, opțiunile *pre-paid* vor fi susținute cu toate mijloacele de promovare folosite la lansarea unei noi oferte.

2.7 Disponibilitatea în timp a opțiunilor *pre-paid* nu va fi limitată, astfel încât acestea vor avea un impact de lungă durată asupra pieței.

2.8 Opțiunile *pre-paid* vor fi disponibile pentru toți clienții, fie aceștia existenți, fie noi.

Opțiunea *pre-paid* ce urmează a fi introdusă de Orange în baza prezentelor angajamente este constituită din următorul plan tarifar:

Preț	7 euro
Preț fără TVA	5.6 euro
Minute naționale (rețele fixe și mobile)	300 minute
SMS naționale	300 SMS
Trafic de internet pe mobil (MB)	150 MB

În secțiunea următoare, prezentăm modul în care aceste angajamente vor răspunde îngrijorărilor concurențiale exprimate de Consiliul Concurenței.

III. Angajamentele propuse răspund în mod corespunzător oricărei îngrijorări concurențiale și contribuie la creșterea bunăstării consumatorilor

Orange menționează faptul că în aprilie 2008, BKartA (*Bundeskartellamt*, autoritatea de concurență din Germania) a deschis o investigație cu privire la structura de prețuri practicate de T-Mobile și Vodafone. Investigația a fost închisă la sfârșitul anului 2009, după ce BKartA a constatat că operatorii ofereau din ce în ce mai multe planuri tarifare all-net.²

A doua observație făcută de BKartA, în cadrul aceleiași investigații, se referă la faptul că probabila scădere a tarifului de terminare a apelurilor în Germania, ca urmare a deciziilor de reglementare ale autorității competente, va conduce la limitarea îngrijorărilor rezultate din diferențele de tarifyare dintre on-net și off-net. Orange constată că scăderile succesive a tarifulor de terminare operate în România anul trecut, de la 5,03 eurocenți/min la 4,05 eurocenți/min, și apoi la 3,07 eurocenți/min, ca rezultat al reglementărilor ANCOM, se înscriu în linia aceluiași raționament.

Pe baza acestei abordări, Orange consideră că angajamentele sale cu privire la introducerea unui plan tarifar all-net vor răspunde în mod adecvat îngrijorărilor Consiliului Concurenței, și de asemenea vor conduce la promovarea concurenței pe piața românească și la creșterea bunăstării consumatorilor. Această evaluare ține cont de mediul puternic concurențial existent în piață, de reglementările referitoare la tarifyele de terminare a apelurilor, ceea ce implică faptul că orice îngrijorări de natură concurențială vor fi înlăturate.

Această secțiune descrie în continuare modul în care:

- Angajamentele propuse sunt proporționale, având în vedere competitivitatea crescută pe piața serviciilor mobile din România; și
- Angajamentele propuse vor beneficia consumatorilor și vor consolida concurența pe piață.

1. Piața serviciilor mobile de comunicații din România este competitivă

Orange consideră că introducerea unui plan tarifar all-net pe piața cu amănuntul, care nu distinge între apelurile naționale efectuate în rețea și cele efectuate în afara rețelei, este proporțională, având în vedere concurența puternică existentă dintre operatorii de rețele mobile activi în România. Orange menționează faptul că operatorii intrați mai târziu pe piața românească au avut posibilitatea să-și consolideze poziția într-o perioadă mai scurtă de timp decât în alte țări. Ca o consecință a acestei evoluții, cotele de piață ale Orange și Vodafone au scăzut substanțial. Acest fapt demonstrează în mod direct că prețurile practicate în prezent nu au avut niciun efect anticoncurențial.

În cadrul investigației Consiliului Concurenței, în răspunsul la o solicitare de informații a acestuia³, Orange a furnizat o descriere detaliată a mediului concurențial de pe piața serviciilor mobile, pe baza unei analize efectuate de Frontier Economics. Cele mai

² "Examination of possible abuse of a dominant position by T-Mobile and Vodafone by charging lower on-net tariffs for mobile voice telephony services", rezumatul cazului, publicat în aprilie 2010, ref B7-170/07, data deciziei 28.12.2009.

³ Răspunsul la adresa Consiliului Concurenței nr. 17226-22.12.2011.

importante aspecte, precum și concluziile cu privire la competitivitatea pieței, sunt sumarizate mai jos, ținând cont și de informațiile ce au devenit disponibile între timp.

Piața din România este caracterizată printr-un grad scăzut de concentrare

Analizând cotele de piață, se poate observa că niciun operator, singur sau în comun cu alți operatori, nu deține o poziție dominantă pe piață. Astfel, de la începutul anului 2007 până în septembrie 2012⁴:

- RCS&RDS a lansat servicii comerciale și a dobândit o cotă de piață de [***]%;
- Numărul total de abonați a crescut cu [***]%, de la [***] milioane la [***] milioane (deși există unele semne de contracție în 2012);
- Cota de piață Cosmote a crescut de la [***]% la [***]%;
- Cota de piață Orange a scăzut de la [***]% la [***]%; și
- Cota de piață Vodafone a scăzut de la [***]% la [***]%.

Prezența unui număr de cinci operatori de rețele mobile demonstrează că România are una dintre cele mai competitive piețe din Europa.

Figura 1: Cota de piață în decembrie 2006 (sus) și septembrie 2012 (jos) (calculate pe baza numărului de clienți)

[***]

2006

⁴ Sursa: Telegeography.

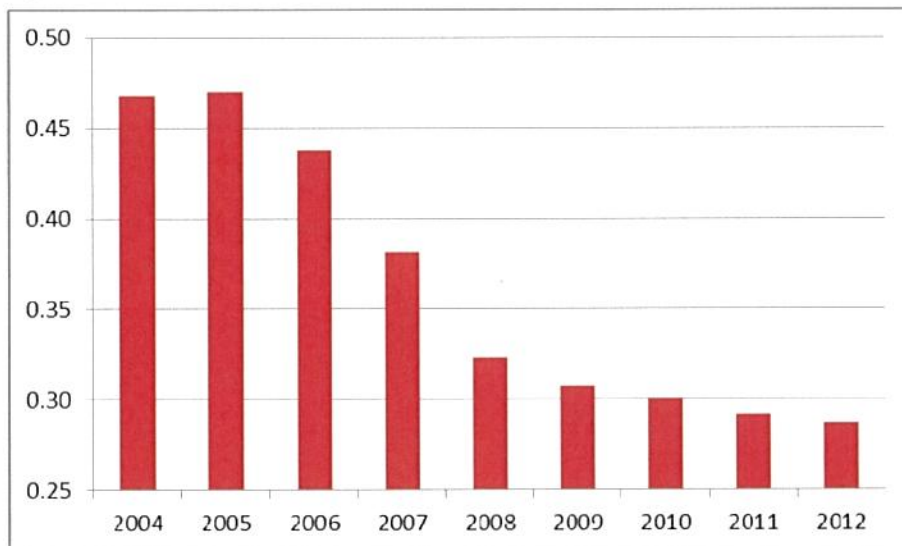
[**]

2012

Sursa: Telegeography, Cosmote include Zapp în 2012

Competitivitatea pieței românești este ilustrată de faptul că IHH (Indicele Hirschman Herfindahl) în România a scăzut considerabil începând din 2003 și continuă să scadă, ceea ce semnifică scăderea concentrației pieței (respectiv, creșterea competitivității pieței) - a se vedea figura de mai jos.

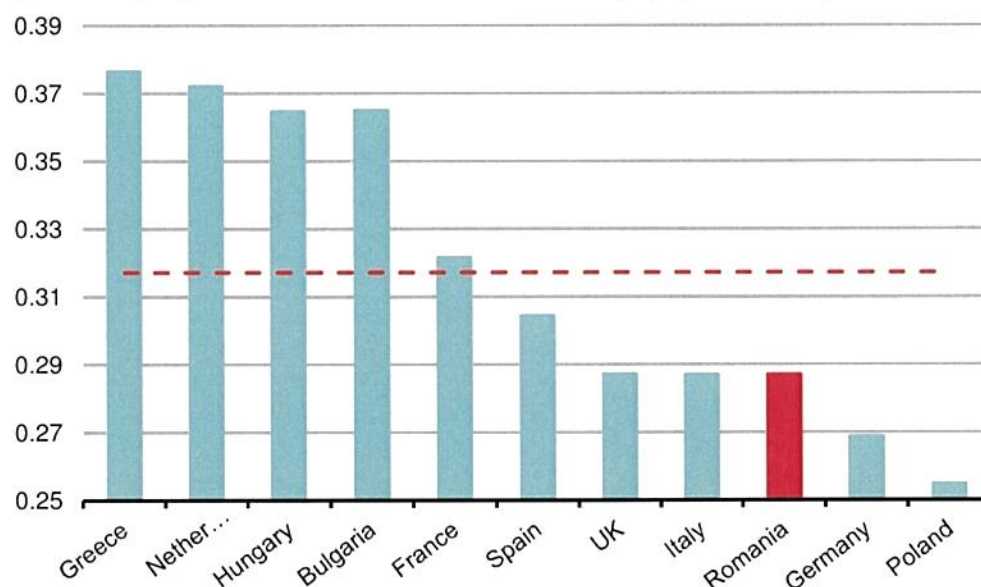
Figura 2. Indicele Herfindahl-Hirschman de-a lungul timpului



Sursa: Calculele Frontier Economics, bazate pe datele Telegeography privind cotele de piață măsurate în funcție de abonați în luna septembrie a fiecărui an

În plus, IHH corespunzător pieței serviciilor de telecomunicații mobile din România este mai mic decât IHH mediu la nivelul UE, precum și decât IHH corespunzător piețelor existente în cele mai multe dintre alte state importante din UE aflate în vecinătate (incluzând Polonia, țara cu cea mai scăzută concentrație din UE, a se vedea figura de mai jos). Aceasta indică nu numai faptul că în România există mai mulți operatori de rețele mobile decât în alte state importante din UE aflate în vecinătate, ci și faptul că operatorii activi în România au reușit să atragă un număr semnificativ de abonați.

Figura 3. Comparație a Indicelui Herfindahl-Hirschman în Europa (septembrie 2012)



Sursa: Analiza Frontier Economics a datelor Telegeography; media eșantionului calculată folosind media aritmetică simplă; analiza nu include România

Operatorii concurează printr-o gamă largă de factori

Operatorii de servicii mobile în România concurează printr-o gamă largă de factori, iar nu doar prin preț.

Spre exemplu, cercetarea de piață Orange arată că abonații apreciază un număr de factori, printre care:

- Planul tarifar global și volumele de minute, SMS și date incluse;
- Terminalele mobile;
- Acoperirea rețelei (inclusiv acoperirea interioară);
- Calitatea rețelei; și
- Imaginea brand-ului.

Luând în considerare toți acești factori, chiar dacă investițiile în calitatea rețelei realizate de către Orange sunt de natură să ne diferențieze de ceilalți operatori, acest fapt nu furnizează în mod necesar un avantaj concurențial pentru Orange pe care ceilalți operatori să nu-l poată depăși; aceasta, tocmai datorită faptului că nu toți factorii prin care operatorii concurează se referă la calitatea rețelei.

Mai mult, unii operatori de servicii mobile oferă o gamă largă de servicii, ceea ce înseamnă că aceștia sunt capabili să ofere servicii mobile la pachet cu toate tipurile de servicii fixe (inclusiv date). Acest lucru permite operatorilor să concureze mai bine pe piața serviciilor mobile, cu oferte care nu pot fi reproduse de către operatorii de servicii mobile, precum Orange, care nu poate furniza la pachet servicii mobile cu servicii fixe de date. De exemplu, în prezent, prin pachetul DigiMobil Plus, RCS&RDS oferă abonaților săi servicii de date fixe, plus servicii gratuite sau la pret redus de voce mobilă și fixă, plus servicii de date mobile și TV.⁵

Cosmote și Romtelecom au o ofertă comună, prin care acordă abonaților o reducere de 2,48 Euro pe lună cu privire la ambele servicii, mobile și fixe (voce, internet și televiziune), pentru primele zece luni (respectiv, o reducere de 24,80 Euro pe întreaga perioadă).⁶ Oferta „5000+Care” oferă un pachet de 5000 de minute în rețeaua Cosmote, 5000 de minute în rețeaua Romtelecom și 5000 de SMS în rețeaua Cosmote pentru un tarif lunar fix.⁷

Au existat intrări de succes pe piață

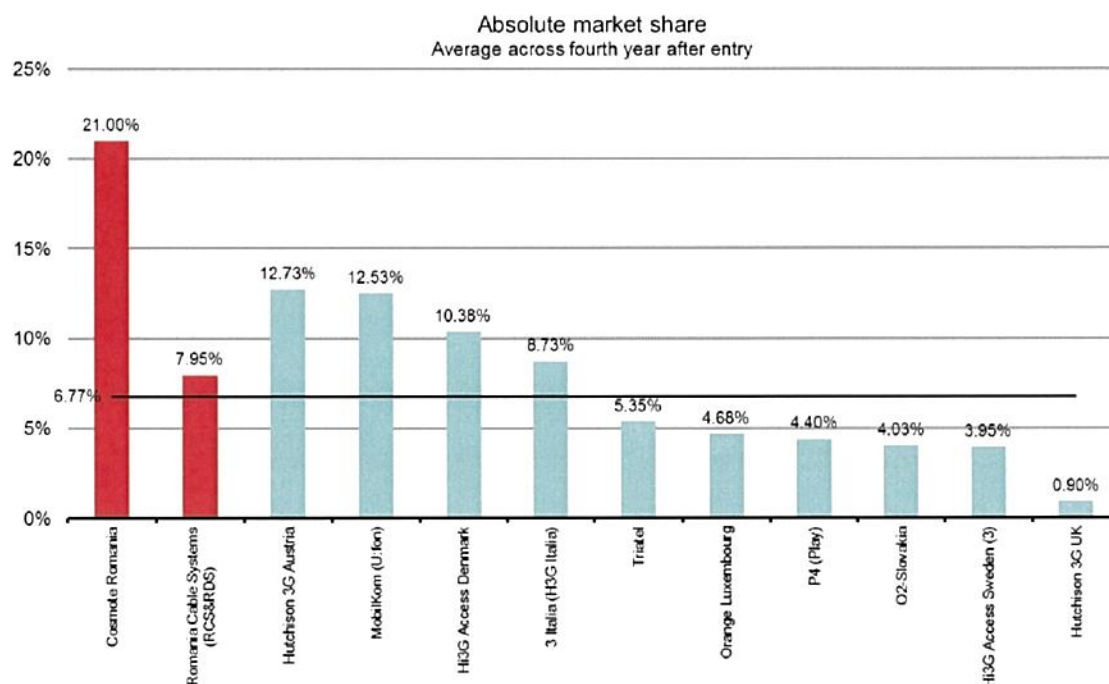
Ambii operatori intrați mai târziu pe piața serviciilor mobile din România au câștigat cote de piață semnificative în primii câțiva ani de operare. La doar patru ani de la intrarea pe piață, Cosmote și RCS&RDS obținuseră cote de piață de 21% și respectiv aproape 8%, pe baza numărului total de abonați de servicii mobile (media pe cele patru trimestre ale anului relevant, a se vedea figura de mai jos). Aceasta depășește cota medie de piață care a fost obținută, după primii patru ani de la intrarea pe piață, de către grupul nostru de operatori nou-intrați pe diverse piețe din UE, utilizat pentru comparație (această cotă medie de piață fiind de numai 6,77%). Acest fapt nu este în concordanță cu teoria posibilului comportament anticoncurențial avansată de către Consiliul Concurenței.

⁵ Sursa: <http://www.rcs-rds.ro/internet-digi-net/fiberlink/pachete> accesat la data de 12 februarie 2013

⁶ Sursa: <http://www.cosmote.ro/ro/content.aspx?style=styles&ns=-10000&cid=20677> accesat la data de 5 februarie 2012

⁷ Sursa: <http://www.romtelecom.ro/personal/servicii-si-pachete-cosmote/cosmote-5000/> accesat la data de 5 februarie 2013

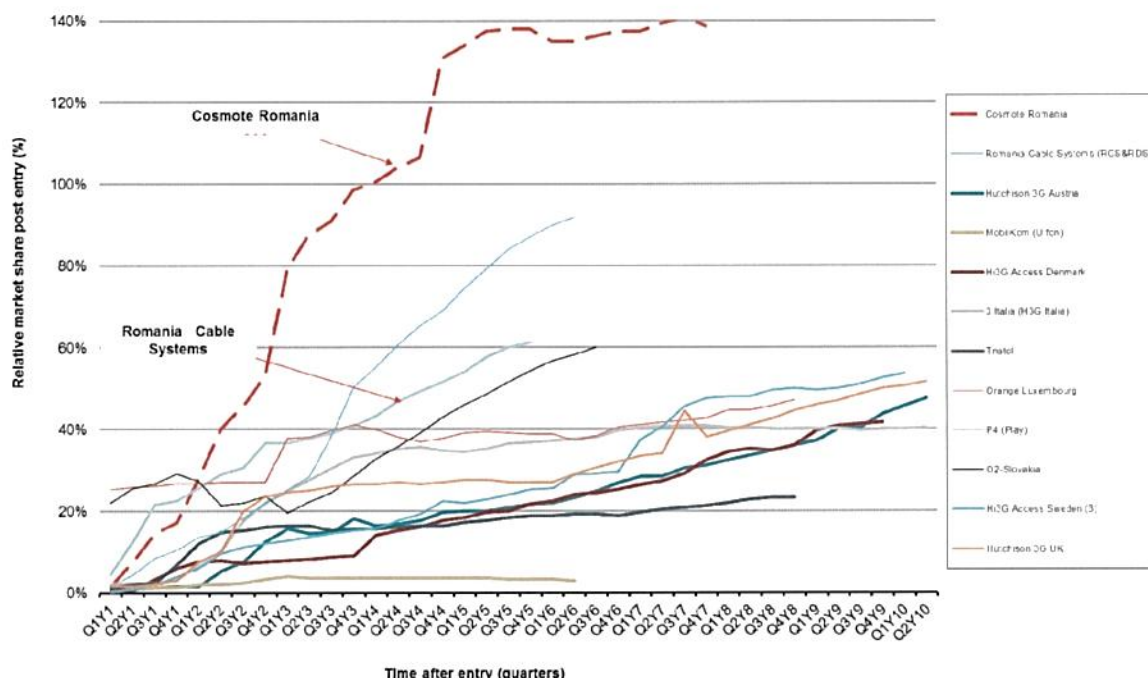
Figura 4: Cota de piață absolută a operatorilor la patru ani de la intrarea pe piața românească, comparativ cu alți operatori europeni



Sursa: Telegeography, analiza Frontier Economics

De asemenea, analizând cota de piață estimată, este evident faptul că atât Cosmote Romania cât și RCS&RDS surclasează majoritatea operatorilor din cadrul grupului de comparație (a se vedea figura de mai jos). Acest aspect este evidențiat prin calcularea „cotei de piață relative” care măsoară numărul de abonați ai unui operator, prin raportare la numărul de abonați pe care respectivul operator i-ar avea în cazul în care cotele de piață ar fi egale pentru toți operatorii activi pe piață. În mod special, Cosmote a avut o cotă relativă de piață care este de peste 100%, deoarece a fost capabil să atragă mai mulți abonați decât ar fi fost cazul dacă abonații ar fi distribuiți în mod egal (respectiv, la un număr de șase operatori activi pe piață, Cosmote avea o cotă de piață mai mare de o șesime). Acest aspect, combinat cu creșterea pieței, sugerează că barierele la expansiune sunt scăzute pe piața românească de servicii mobile, și că operatorii ce beneficiază de o poziție consolidată pe piață nu dispun de un avantaj concurențial semnificativ, avantaj pe care ceilalți operatori să nu îl poată depăși. Această concluzie este susținută și de cercetarea de piață efectuată de Orange cu privire la percepția consumatorilor.

Figura 5: Cota de piață relativă a operatorilor după intrarea pe piață



Sursa: Telegeography, analiza Frontier Economics

În plus, evoluția pozitivă a nou-intraților pe piața românească a fost recunoscută implicit de către autoritatea națională de reglementare (ANCOM), atunci când a stabilit, începând cu luna martie 2012, același nivel al tarifelor pentru terminarea apelurilor pentru toți operatorii, pe o bază simetrică. În special, Orange menționează faptul că a fost reținut de către Comisia Europeană că tarifele de terminare asimetrice pot fi justificate „*prin diferențele substanțiale cu privire la datele intrării pe piață*”, însă numai pentru o perioadă tranzitorie limitată, până când operatorul se adaptează la condițiile de piață.⁸ În aceste condiții, stabilirea unor tarife de terminare simetrice reflectă opinia autorității naționale de reglementare, în sensul că operatorii intrați mai târziu dețin o poziție suficient de stabilă pe piață.

8 A se vedea *EC Explanatory note accompanying the EC recommendation on the regulatory treatment of fixed and mobile termination rates in the EU, 2008*. Acest punct de vedere a fost exprimat, de asemenea, de către Grupul European de Reglementare (ERG) în Common Position (ERG (07) 83 2008) care a descris modul în care asimetriile pot fi justificate din cauza dimensiunilor mici ale rețelei. De asemenea, Comisia Europeană reține că asimetria „ar putea fi justificată prin diferențe obiective de cost în afara controlului operatorilor în cauză” (de exemplu, diferențe în alocarea spectrului de frecvențe). Având în vedere decizia ANCOM de a se îndrepta spre tarife simetrice, rezultă că asimetria nu a fost justificată prin diferențe obiective de cost. Cu toate acestea, ANCOM nu a furnizat pe site-ul său o descriere a raționamentului care se află în spatele deciziei de a elimina asimetriile.

Există și alte elemente indicând o concurență intensă între operatori

În plus față de cotele de piață și de indicele Herfindahl-Hirschman, există și alte elemente indicând o concurență intensă între operatorii de servicii mobile din România. În special:

- Concurența intensă a determinat scăderea reală a prețurilor pentru consumatori;
- Numărul mediu de minute utilizate a continuat să crească mai rapid decât în alte țări;
- Costurile aferente trecerii clienților de la un operator la altul sunt reduse;
- Portabilitatea numerelor mobile a crescut; și
- Există o rată ridicată de dezabonare pe piață.

Datorită concurenței intense, operatorii și-au sporit semnificativ numărul de minute incluse în pachete

Analiza ofertelor cu amănuntul, realizată în scrisorile transmise anterior de Orange către Consiliul Concurenței, arată un nivel ridicat al concurenței între operatorii mobili, atât pentru clienții pachetelor „pre-pay” cât și pentru clienții pachetelor „post-pay”.

Între 2007 și 2011, operatorii au îmbunătățit semnificativ ofertele, atât pentru clienții pachetelor „pre-pay” cât și pentru clienții pachetelor „post-pay”. După cum Orange a menționat în scrisorile transmise anterior către Consiliul Concurenței, există dovezi ale unui proces competitiv dinamic în care operatorii au încercat să egaleze sau să depășească ofertele celorlalți de-a lungul timpului.

Numărul de minute de utilizare (MU) a crescut constant de-a lungul timpului

După cum reiese din scrisorile anterioare transmise de Orange către Consiliul Concurenței în contextul investigației, consumatorii din România au beneficiat de scăderea prețurilor pentru serviciile mobile pe întreaga perioadă începând cu anul 2007. Aceste reduceri de prețuri constituie probabil unul dintre factorii care au condus la creșterea semnificativă a utilizării serviciilor mobile de-a lungul acestei perioade – un alt aspect care a sporit beneficiile consumatorilor în ceea ce privește serviciile mobile.

Figura de mai jos compară numărul mediu de minute utilizate de-a lungul timpului de către clienții Orange cu cel utilizat de către clienții altor operatori de rețele mobile din alte țări europene. Se poate observa nu doar că numărul de minute de utilizare este mai mare în România, dar și că acest număr a crescut mai rapid decât în țările de referință.

Figura 6. Comparație privind minutele de utilizare (per client per lună) înregistrate de-a lungul timpului

[***]

Sursa: Merrill Lynch și informațiile Orange, datele Merrill Lynch pentru 2012 se referă la trimestrul al doilea

MU includ atât apelurile on-net, cât și apelurile off-net, pentru Orange România și țările de referință

Costurile aferente trecerii clienților de la un operator la altul sunt reduse

În România, clienții serviciilor mobile pot schimba relativ ușor furnizorii acestor servicii. Acest fapt este de natură să ridice gradul de concurență pe piață și a permis, după cum am prezentat mai sus, ca operatorii nou-intrați să își consolideze rapid poziția pe piață.

Clienții cartelelor „pre-pay” pot trece liber și relativ rapid de la un operator la altul, întrucât aceștia nu se supun unor durate contractuale minime.

Terminalele mobile achiziționate pentru serviciile „pre-pay” pot fi deblocate în mod gratuit. Pentru contractele „post-pay”, duratele minime ale contractelor se aplică în cazul în care terminalele mobile sunt subvenționate (de regulă de la 12 la 24 de luni). Nu există nicio taxă suplimentară pentru rezilierea anticipată a contractului, în afară de chiria aferentă lunilor rămase din contract. Taxele de deblocare a terminalelor mobile sunt rareori percepute de către Orange (de exemplu, în anul 2011, mai puțin de 0,5% dintre abonații care au părăsit rețeaua Orange au fost taxați) deoarece abonații obțin telefoane gratuite sau cu un discount semnificativ ca parte a contractului încheiat de aceștia cu noul operator.

Portabilitatea numerelor mobile (Mobile Network Portability – „MNP”) a fost disponibilă în România începând din luna septembrie 2008. Până în luna octombrie 2012, peste 500.000 de numere au fost portate în România de la introducerea MNP (a se vedea figura de mai jos).

Trebuie menționat faptul că, deși regulile de portabilitate stabilite de ANCOM permit operatorilor să perceapă o taxă clienților care își poartă numerele, niciun operator nu a practicat un astfel de tarif.

Tabel 1. MNP în România (octombrie 2012)

Operator	Numarul total de numere portate
Cosmote	195,349
Orange	189,508
RCS&RDS	5,894
Vodafone	194,774
Zapp	719

Sursa: raport ANCOM⁹

În ultima perioadă, timpul necesar pentru portarea unui număr a scăzut de la 10 zile la 3 zile, astfel că Orange se așteaptă ca volumul de numere portate să crească în timp, iar piața să devină tot mai fluidă. MNP reduce „costurile de tranzacționare” asociate cu schimbarea furnizorului (precum timpul necesar pentru a informa persoanele din agendă cu privire la un nou număr de telefon). Cercetarea de piață realizată de Orange sugerează că MNP a crescut capacitatea clienților de a răspunde la ofertele tarifare și a redus loialitatea în rândul clienților.

De asemenea, cercetarea de piață realizată de Orange sugerează că MNP a contribuit la creșterea mobilității între diferite oferte o dată cu scăderea gradului de loialitate al clienților, în mare măsură ca răspuns la ofertele tarifare (de exemplu, bonusul mare primit la portarea în planurile tarifare „post-pay”, precum subvenții suplimentare de telefoane și tarife mai scăzute).

Cercetarea de piață realizată de Orange indică de asemenea că majoritatea abonaților care părăsesc rețeaua Orange optează pentru Cosmote (58%), și că majoritatea abonaților care se poartază în rețeaua Orange provin din rețeaua Vodafone (97%).¹⁰ Aceste date vin să demonstreze și ele succesul operatorilor care au intrat mai târziu pe piața serviciilor mobile românească.

Există o rată de dezabonare relativ ridicată pe piață

Caracterul dinamic și competitiv al pieței de servicii mobile din România a condus la o rată de dezabonare a clienților relativ ridicată în rândul operatorilor. Acest nivel ridicat al ratei (actuale și potențiale) de dezabonare contribuie suplimentar la creșterea oportunității operatorilor nou-intrați de a-și crește cota de piață, cu efecte benefice din perspectiva concurenței pe piața cu amănuntul din România. De exemplu, rata estimată de dezabonare a clienților Orange Romania este mai mare decât rata medie de

⁹ Raport ANCOM: *Patru ani de portabilitate în România*, 18.10.2012, <http://www.ancom.org.ro/patru-ani-de-portabilitate-n-romnia> 4876

¹⁰ Sursa: studiul de marketing Orange din februarie 2011 bazat pe un sondaj efectuat la sfârșitul anului 2010.

dezabonare din alte state importante din UE aflate în vecinătate, începând din anul 2008 și până în prezent (a se vedea figura de mai jos.).

Figura 7. Rata lunară de dezabonare în România și țările de referință

[***]

Sursa: România, în baza datelor Orange; alte țări, în baza mediei ratei de dezabonare la nivel național raportată de Merrill Lynch (calculată de Merrill Lynch ca media lunară a abonaților care sunt deconectați de la fiecare rețea, ca procent din baza medie de abonați pentru perioada respectivă)

În plus, trebuie ținut cont de faptul că rata de dezabonare are tendința de a subestima fluiditatea pieței, deoarece nu reflectă rata de dezabonare internă, respectiv situația în care clienții optează să rămână abonați la furnizorul existent, însă încheie un contract nou la expirarea contractului anterior; sau, pentru segmentul "pre-pay", situația în care clienții au în vedere trecerea la un alt operator înainte de reînnoirea creditului.

2. Planul Tarifar propus va aduce beneficii consumatorilor și va consolida concurența pe piață

Orange consideră că angajamentele propuse sunt de natură să contribuie la consolidarea mediului concurențial din sectorul serviciilor mobile din România și să sporească bunăstarea consumatorilor din acest sector, în special deoarece:

(i) Planul Tarifar propus va crește traficul off-net inițiat în rețeaua Orange: aceasta deoarece abonatul va efectua mai multe apeluri off-net pentru un tarif lunar dat, iar minutele consumate în afara celor incluse în planul tarifar vor fi taxate la un preț mai mic. În consecință, veniturile operatorilor mai mici obținute din serviciile de terminare a apelurilor vor crește, fapt ce va conduce la consolidarea capacității acestora de a concura pe piața cu amănuntul.

(ii) Planul Tarifar propus va crește gradul de transparență a planurilor tarifare Orange și astfel va reduce costurile de transfer ale clienților.

(iii) Planul Tarifar propus va spori bunăstarea abonaților care subscriu la aceasta.

Aceste beneficii sunt descrise în continuare.

(i) Impactul asupra volumelor de apel off-net

Operatorii mobili concurează pentru atragerea de clienți, cărora le este asociată o valoare estimată net pozitivă. Valoarea netă a unui client depinde de venitul pe care acel client îl generează. Operatorii mobili obțin venituri pentru servicii furnizate din două surse:

- venituri din serviciile cu amănuntul furnizate clienților (apeluri, SMS, etc.); și
- venituri din serviciile cu ridicata de terminare a apelurilor primite de respectivii clienți.

Aceste venituri obținute din serviciile cu ridicata depind de tarifele percepute de operatori pentru terminarea apelurilor în rețelele proprii. Prin urmare, în evaluarea capacității operatorilor mai mici de a concura prețurile practicate de operatorii mari, este important să fie luate în considerare veniturile pe care operatorii mobili le încasează din serviciile de terminare a apelurilor.

Planul Tarifar propus de Orange conține un preț off-net real mai mic decât multe dintre ofertele actuale Orange. Orange se așteaptă ca un număr semnificativ de clienți să considere atractiv transferul către Planul Tarifar propus. În acest fel, acești clienți vor avea parte de o reducere a costului efectiv al efectuării apelurilor în afara rețelei Orange (inclusiv apeluri către rețele fixe). Astfel, ne așteptăm ca persoanele care aleg Planul Tarifar să reacționeze prin creșterea volumului de apeluri în afara rețelei Orange. La rândul său, acest fapt va conduce la creșterea veniturilor obținute de operatorii mai mici din serviciile de terminare a apelurilor.

Creșterea numărului de apeluri off-net efectuate de către clienții Orange va rezulta într-o plată directă de la Orange către ceilalți operatori de rețele mobile. Într-adevăr, creșterea veniturilor per client din serviciile de terminare a apelurilor va fi relativ mai mare pentru operatorii mai mici din piață.

Din perspectiva mecanismului economic, atunci când ratele de terminare a apelurilor sunt stabilite la un nivel care permite operatorilor să recupereze unele dintre costurile fixe și comune asociate serviciului de terminare (ceea ce este cazul în prezent în România), o creștere a traficului de terminare permite o recuperare mai mare a costurilor fixe și comune. Operatorii mai mici vor putea folosi aceste venituri pentru a concura cu Orange și, potențial, pentru a oferi prețuri mai mici pe piața de retail. Cu alte cuvinte, veniturile pot fi folosite, de exemplu, pentru a "finanța" reducerile de tarife percepute pentru apelurile efectuate, sau creșterile în subvenționarea terminalelor mobile. Aceasta deoarece acești operatori vor avea relativ mai puține costuri fixe și comune de recuperat din tarifele percepute pe piața de retail.

Cele de mai sus sunt valabile și pentru operatorii mobili cu rețele fixe semnificative, întrucât veniturile încasate din terminarea apelurilor în rețelele fixe sunt mai mari decât costul marginal corespunzător (având în vedere că ratele de terminare la puncte fixe permit acelor operatori să recupereze unele dintre costurile fixe și comune asociate acestui serviciu); de asemenea, volumul apelurilor efectuate de clienții Orange către rețelele fixe este de așteptat să crească, ca urmare a introducerii Planului Tarifar propus.

(ii) *Creșterea transparenței pe piață*

Planul Tarifar propus va permite abonaților să compare mai ușor planurile tarifare ale diferiților operatori de rețele mobile, în special în cazul în care și alți operatori oferă planuri tarifare all-net.

Prin optarea pentru un plan tarifar care include minute all-net la un tarif nediferențiat, fără distincție între apelurile în rețea și cele în afara rețelei, abonații respectivi nu vor avea nevoie să se raporteze la modelul lor de apelare (numărul de minute on-net/off-net) pentru a putea compara diversele oferte existente pe piață. În plus, noul website

ANCOM (ce urmează a fi lansat în curând) va facilita comparația între planurile tarifare oferite de operatori.

Planul Tarifar propus va crește transparența ofertei pe piață, din următoarele motive:

- 1) este posibil ca de fapt clienții să nu cunoască exact câte minute în rețea, respectiv câte minute în afara rețelei consumă (spre exemplu, dacă nu primesc facturi detaliate);
- 2) creșterea gradului de portabilitate a numerelor mobile rezultă în aceea că nu este întotdeauna posibil să se determine dacă un apel este efectuat în rețea sau în afara rețelei până ce apelul nu este efectiv plasat; și
- 3) chiar și atunci când clienții își cunosc modelul de apelare (numărul de minute on-net/off-net), ei nu cunosc în mod necesar modul în care acesta va evolua pe perioada contractului.

După cum am descris mai sus, există o concurență puternică pe piață, costurile de transfer sunt relativ reduse, deoarece duratele contractuale sunt relativ scăzute iar portabilitatea numerelor mobile este populară în România. În plus, prin facilitarea comparării prețurilor practicate de diverși operatori, costurile de căutare ale abonaților vor scădea, iar transferul între rețele operate de operatori diferiți va deveni și mai ușor. Cu alte cuvinte, Planul Tarifar propus va contribui la creșterea concurenței pe piață.

(iii) Beneficii pentru abonații noului plan tarifar

Planul Tarifar propus este conceput pentru a oferi abonaților o combinație optimă de minute voce, SMS și date. Cu alte cuvinte, acesta este conceput pentru a oferi abonaților o gamă completă de servicii. Într-adevăr, planul tarifar a fost conceput pentru a se adresa unei părți substanțiale a pieței, prin introducerea celor trei niveluri în cadrul tarifului (Planul Tarifar 8, 11 și 16).

Abonații vor selecta noul plan tarifar numai în cazul în care acesta le oferă beneficii mai mari decât primesc în prezent. Aceste beneficii pot consta fie în costuri lunare mai mici pentru aceleași servicii primite, fie într-un volum de servicii mai mare pentru același preț (precum volumuri mai mari de apeluri de voce sau de trafic de date). Astfel, noul plan tarifar este de natură să conducă la creșterea bunăstării consumatorilor care optează pentru el.

Un alt avantaj de care vor beneficia abonații care vor opta pentru Planul Tarifar propus va consta în faptul că aceștia vor putea să-și gestioneze mai bine factura, datorită volumului nediferențiat de apeluri on-net și off-net pentru un tarif dat. Astfel, respectivii abonații nu vor trebui să ia în considerare volumul de apeluri/ SMS efectuate către destinații diferite (on-net/ off-net), ci numai volumul total de apeluri naționale/ SMS efectuate. Acest avantaj se va concretiza în aceea că respectivilor abonați le va fi mai ușor să rămână în limita tarifului lunar aferent Planului Tarifar și să evite depășirea acestuia, prin consumarea unor volume suplimentare de voce/ SMS/ date, tarificate distinct.

În final, Orange menționează că planurile tarifare all-net sunt oferite tot mai mult de către operatorii din alte jurisdicții europene. Spre exemplu, în Marea Britanie, care este considerată în general a fi o piață competitivă, cele mai multe planuri tarifare nu disting

între apelurile on-net și cele off-net. Planurile tarifare lunare Vodafone și O2 includ apeluri indiferent de rețea, iar apelurile on-net și off-net efectuate în afara planului tarifar sunt facturate la același nivel. Același regim este aplicabil voucherelor și minutelor în afara pachetului pentru consumatorii de servicii de telefonie preplătite. EE oferă planuri tarifare 4G conținând volume de apeluri voce și SMS nelimitate, indiferent de destinație (on-net/ off-net).

- 3. În concluzie, Orange consideră că planurile Tarifare propuse vor soluționa orice posibile îngrijorări concurențiale pe care Consiliul Concurenței le-ar avea și vor contribui la consolidarea concurenței pe piața serviciilor mobile din România, în beneficiul pe termen lung al consumatorilor români.**

Am prezentat mai sus beneficiile pe care planurile tarifare propuse le vor aduce pe piață. Pe scurt, cu toate că este deja una dintre cele mai competitive piețe de servicii mobile din Europa, Orange consideră că angajamentele propuse vor contribui suplimentar la dezvoltarea concurenței pe piața românească, prin creșterea capacității operatorilor mai mici de a concura pe piață, precum și prin creșterea transparenței și reducerea costurilor de transfer.

IV Angajamentele propuse îndeplinesc condițiile legale pentru a fi acceptate

Orange consideră că toate cerințele impuse de legislația secundară aplicabilă (respectiv, *Instrucțiunile Consiliului Concurenței* din 28 decembrie 2010) pentru acceptarea angajamentelor sunt îndeplinite.

a) Condiții de bază

- i. Procedura clemenței nu este disponibilă în cazul unui presupus abuz de poziție dominantă; prin urmare, Orange nu avea posibilitatea de a iniția o asemenea procedură
- ii. Angajamentele propuse sunt relevante și au capacitatea de a înlătura complet îngrijorările concurențiale care au condus la declanșarea investigației Consiliului Concurenței; luând în considerare structura competitivă existentă a pieței serviciilor mobile din România, ofertele și opțiunile *all-net* nediferențiate propuse au capacitatea de a înlătura toate îngrijorările exprimate de Consiliul Concurenței cu privire la structura tarifară aplicată de Orange pe piețele din amonte și din aval
- iii. Angajamentele propuse sunt în măsură să conducă la înlăturarea îngrijorărilor concurențiale într-o perioadă scurtă de timp: ofertele și opțiunile *all-net* vor fi efective de la data deciziei Consiliului Concurenței
- iv. Angajamentele propuse sunt în măsură să conducă la îmbunătățirea mediului concurențial, într-o manieră mai eficientă decât s-ar fi realizat prin posibila continuare a investigației, și posibila adoptare de măsuri la final
- v. Angajamentele propuse nu sunt în măsură să afecteze interesele vreunor terțe părți, fie acestea alți operatori mobili sau consumatori.

b) Condiții de formă

Prezenta propunere de angajamente constituie o ofertă fermă, precisă, necondiționată și irevocabilă, validă pe întreaga perioadă de evaluare, până la decizia Consiliului Concurenței.

c) Monitorizarea

Natura angajamentelor propuse (angajamente simple, iar nu complexe) face ca implementarea acestora să fie simplu de monitorizat: atât conținutul, cât și validitatea ofertelor și opțiunilor *all-net* vor fi aduse la cunoștința publicului pe site-ul Orange, astfel încât acestea să poată fi ușor de verificat în raport cu angajamentele propuse.

Mai mult, Orange se angajează să indice pe site-ul său faptul că disponibilitatea și conținutul noilor planuri tarifare sunt obligatorii în temeiul deciziei Consiliului Concurenței.

În plus, Orange se angajează să furnizeze Consiliului Concurenței rapoarte semestriale cu privire la evoluția numărului de abonați care au optat pentru noile planuri tarifare,

precum și orice alte informații și documente necesare pentru monitorizarea angajamentelor, la solicitarea Consiliului Concurenței.

De asemenea, Orange se angajează să contracteze extern orice studiu de piață relevant pe care Consiliul Concurenței l-ar considera necesar pentru a analiza efectele angajamentelor propuse și evoluția pieței.

Astfel, Orange consideră că nu este nevoie de un agent de monitorizare pentru a garanta eficacitatea angajamentelor și pentru a permite Consiliului Concurenței să se asigure că angajamentele propuse vor fi îndeplinite cu un grad suficient de certitudine.

În acest context, Orange consideră că implementarea angajamentelor propuse poate fi în mod efectiv direct monitorizată de Consiliul Concurenței cu asistența deplină din partea Orange, fără a se recurge la numirea unui agent de monitorizare.



**Propunerile de angajamente formulate de întreprinderea
RCS & RDS S.A.**

- (18) Disponibilitatea Autorității pentru acceptarea unui angajament de nediscriminare on-net și off-net (în principal), respectiv a unui angajament privind nivelul tarifului de interconectare (în subsidiar). Prin Adresa nr. 9327/16.07.2013, Consiliul Concurenței a menționat că atât propunerea RCS & RDS privind practicarea unui tarif de terminare al apelurilor de 1 eurocent pe minut, cât și propunerea RCS & RDS privind varianta extraopțiunii pe segmentul post-paid și pre-paid „satisfac *prima facie* cerințele unui angajament care să înlăture îngrijorările concurențiale care stau la baza declanșării” Investigației.
- (19) Concluzia Societății. În baza celor comunicate prin Adresa sus-menționată și în contextul unor întrevederi cu reprezentanții Consiliului Concurenței, RCS & RDS înțelege să formuleze o propunere finală de angajamente care să cuprindă următoarele aspecte:
- În principal, formularea unui angajament final de a nu discrimina între apelurile generate în propria rețea (on-net) și cele către rețelele celorlalți operatori de servicii de telefonie mobilă (off-net);
 - În subsidiar, formularea unui angajament ca – în cazul în care ANCOM nu va emite deciziile de scădere a tarifelor de interconectare la punctele mobile sau dacă Autoritatea nu va accepta propunerea de angajamente așa cum vor fi formulate de RCS & RDS, Societatea va reiterna angajamentul de a reduce tariful de interconectare pentru servicii de terminare a apelurilor la punctele mobile din propria rețea la nivelul tarifului de 1 eurocent pe minut.

2. Precizările Societății cu privire la domeniul de aplicare, durata și mijloacele de monitorizare referitoare la Angajamentele RCS & RDS

a. Asumarea pe deplin a Angajamentelor

RCS & RDS confirmă că își asumă propunerea de angajamente și că acestea pot fi supuse testului de piață, în forma finală propusă de RCS & RDS în cadrul Anexei (A sau B) la prezenta.

b. Domeniul de aplicare al Angajamentelor

Prin ultima adresă comunicată Consiliului cu nr.10834/04.04.2013, RCS & RDS a făcut precizarea că Angajamentele se aplică și în cazul serviciilor de telefonie mobilă de tip prepay.

Precizăm că – în prezent – oferta RCS & RDS pentru segmentul preplatit se bazează pe un număr de minute care vor putea fi folosite în orice rețea, inclusiv în rețeaua proprie. În acest fel considerăm că se asigură principiul nediscriminării între destinațiile on-net și off-net.

c. Momentul de început pentru implementarea Angajamentelor

În ceea ce privește durata de implementare a noilor pachete în oferta sa comercială, RCS & RDS menționează că un termen de 60 de zile pentru pregătirea completă și corectă a implementării Angajamentelor este unul minim având în vedere că – pentru implementarea acestora – RCS & RDS trebuie să întreprindă o serie de acțiuni comerciale, de marketing și promovare, dar nu în ultimul rând operaționale.

Astfel, această durată de 60 de zile reprezintă durata minimă posibilă și are în vedere operațiunile comerciale preliminare absolut necesare pentru lansare. Acestea includ, printre altele, pregătirea și testarea sistemelor de facturare (care presupun modificări ale sistemelor software utilizate), evaluarea și pregătirea sistemelor tehnice, evaluarea și pregătirea cadrului

contractual, planificarea și implementarea condițiilor comerciale, instruirea personalului propriu și al distribuitorilor, elaborarea și pregătirea materialelor de marketing pentru diverse medii de comunicare, pregătirea și testarea serviciului de relații cu clienții, stabilirea unor condiții/limitări în vederea eliminării posibilității de a utiliza serviciul de telefonie mobilă al Societății în alt scop decât cel al unei utilizări obișnuite, respectiv cu scopul de a produce prejudicii Societății.

Având în vedere toate cele menționate mai sus, considerăm că un termen mai scurt ar putea genera probleme operaționale și de facturare, care ar fi de natură să afecteze relația cu utilizatorii finali, neputând fi evitate și existența unor eventuale erori pe parcursul procesului de implementare a Angajamentelor, fapt ce ar risca să producă prejudicii de imagine și comerciale în dauna Societății.

d. Durata Angajamentelor

Societatea consideră că implementarea Angajamentelor asumate atât pentru serviciile post-paid, cât și cele pre-paid pentru o durată de maximum 2 ani ar fi în deplină măsură să înlăture îngrijorările de concurență identificate de Autoritate la deschiderea Investiției, cât și pe parcursul acesteia.

Reafirmăm că Angajamentele privesc doar Societatea, cu mențiunea că Societatea are așteptarea legitimă ca orice alte eventuale îngrijorări care au stat la baza deschiderii Investiției (care privesc pe lângă RCS & RDS și pe ceilalți operatori concurenți) vor fi în mod corespunzător și temeinic înlăturate de Consiliul Concurenței prin măsurile impuse de legislația în domeniu.

În concluzie, considerăm că durata sus-menționată este suficientă având în vedere condițiile actuale ale pieței unde durata maximă a contractelor de servicii de telefonie mobilă este limitată la 24 de luni.

e. Monitorizarea respectării Angajamentelor de către RCS & RDS

Societatea propune ca mecanism de monitorizare informarea promptă a Autorității cu privire la ofertele on-net și off-net ale RCS & RDS, respectiv informare Consiliului Concurenței de către RCS & RDS cu privire la termenii tuturor ofertelor relevante pentru domeniul de aplicare a Angajamentelor - la momentul lansării pe piață a acestora - sau a eventualelor modificări subsecvente.

3. Conținutul Angajamentelor RCS & RDS

Având în vedere clarificările Autorității și completările aduse de-a lungul timpului de RCS & RDS, vă rugăm să găsiți în Anexa la prezenta formă finală și fermă a angajamentelor RCS & RDS, astfel:

- **Anexa A - "Angajamentul principal"** care include angajamentul propriu-zis de nediscriminare între apelurile on-net și off-net pentru serviciile de telefonie mobilă cu amănuntul;
- **Anexa B - "Angajamentul subsidiar"** care include asumarea reducerii de către RCS & RDS a tarifului de interconectare la nivelul de 1 (unu) eurocent per minut (determinat pe baza calculației de costuri comunicată la solicitarea Consiliului Concurenței).

Mentionăm că paginile 1-6, Anexa A și Anexa B reprezintă în totalitate documente confidențiale, iar Anexa A.1 și Anexa B.1 reprezintă variantele neconfidențiale ale angajamentelor RCS & RDS.

V. B. R. S. A.

... ..





RCS & RDS
Societate cu răspundere limitată
Sediul: București, Calea Victoriei nr. 130
Telefon: 0211 311 11 11
Fax: 0211 311 11 12
E-mail: info@rds.ro

ANEXA A

ANGAJAMENTUL PRINCIPAL

Având în vedere că prin Ordinul nr. 403/22.02.2011 – Consiliul Concurenței a dispus declanșarea din oficiu a investigației privind posibila încălcare a dispozițiilor art.6 (1) din Legea nr.21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pe piața serviciului de terminare a apelurilor la puncte mobile în rețeaua individuală operată de fiecare dintre operatorii de telefonie mobilă – S.C. Orange România S.A., S.C. Vodafone România S.A., S.C. Cosmote Romanian Mobile Telecommunications S.A. și Societatea („Investigația”)

Având în vedere că RCS & RDS a fost conștient de existența unor asemenea îngrijorări concurențiale cu privire la toți operatorii de servicii de telefonie mobilă din România, Societatea a propus în mod prompt formularea unui angajament cu privire la reducerea tarifelor de interconectare la propria rețea de telefonie mobilă

Având în vedere că Autoritatea a comunicat Societății disponibilitatea cu privire la oportunitatea inițierii de discuții privind propunerca de angajamente în contextul Investigației,

Având în vedere că îngrijorarea inițial exprimată de Consiliul Concurenței a vizat existența unor tarife de interconectare semnificativ mai mari în situația în care serviciul de terminare a apelurilor la puncte mobile ale unei rețele individuale este furnizat serviciilor concurențe (piața de gros - off-net), față de situația în care acest serviciu este auto-furnizat în vederea realizării de apeluri în propria rețea (on-net),

Având în vedere că – pe parcursul Investigației – Consiliul Concurenței a considerat în mod suplimentar că orice angajament oferit în cadrul acestei Investigații nu va trebui să implice doar eventuale corecții comportamentelor la nivelul pieței en-gros de terminare a apelurilor la rețele mobile, ci – mai mult – un asemenea angajament ar trebui să asigure disponibilitatea unor servicii de telefonie mobilă (on-net și off-net) la un preț corect către clienții finali,

Având în vedere că tarifele RCS & RDS reflectă suma costurilor suportate de RCS & RDS (e.g., costurile legate de rețea, de facturare, operaționale, marketing, etc.) la care se adaugă o marjă rezonabilă

S.C. RCS & RDS S.A. („RCS & RDS”, „Societatea”) formulează prezentele angajamente ferme cu privire la propriile oferte de servicii de telefonie mobilă pe piața cu amănuntul, astfel:

- i. În cazul existenței unor abonamente sau a unei extraopțiuni valabile pentru serviciile care permit trafic nelimitat on-net, RCS & RDS se angajează să lanseze o extraopțiune care să permită clienților efectuarea de trafic nelimitat și către alte rețele naționale (off-net) în schimbul unui tarif lunar cuprins între 10 – 25 Euro plus TVA, care va putea varia în funcție de nivelul tarifului de interconectare practicat de ceilalți operatori sau stabilit de ANCOM, precum și în funcție de numărul mediu de minute conform rapoartelor ANCOM;
- ii. În cazul existenței unor oferte care acordă clienților un anumit număr de minute fie în schimbul unui abonament/extraopțiuni, fie în schimbul achiziționării serviciului de telefonie pre-paid, RCS & RDS se angajează să lanseze (i) fie o extraopțiune care să permită clienților dreptul de a utiliza același număr de minute atât on-net, cât și off-net, (e.g. cele 400 minute disponibile vor putea fi consumate atât on-net, cât și off-net) (ii) fie o extraopțiune care să permită clienților dreptul de a utiliza un număr suplimentar egal de minute și pentru apeluri off-net, (e.g. pentru 400 minute on-net clientul va putea

ANEXA A

Angajamentul Principal

achiziționa și 400 minute off-net), atât în cazul (I), cât și în cazul (II), clientul urmând să plătească un tarif lunar corespunzător în funcție de nivelul tarifului de interconectare practicat de ceilalți operatori sau stabilit de ANCOM.

Prin asumarea angajamentelor de mai sus, RCS & RDS a avut în vedere următoarele aspecte:

- Angajamentele se vor aplica - după caz - atât serviciilor tip post-paid, cât și celor pre-paid furnizate clienților;
- Angajamentele se vor aplica atât serviciilor furnizate persoanelor fizice, cât și celor furnizate persoanelor juridice, însă numai pentru utilizarea în scop non comercial;
- Prețul cu privire la apeluri off-net va fi direct determinat în funcție de tarifele de terminare a apelurilor la puncte mobile aplicate de ceilalți operatori. RCS & RDS nu își asumă nicio obligație sau angajament cu privire la nivelul tarifelor percepute de ceilalți operatori în rețeaua cărora se vor termina apelurile generate din rețeaua RCS & RDS, având așteptarea legitimă ca asemenea tarife să fie rezultatul unor calcule rezonabile de cost ale acestora.

RCS & RDS își va asuma aceste angajamente doar cu privire la apelurile efectuate în scopul utilizării obișnuite de către clienți a serviciilor de telefonie mobilă și doar pentru nevoile normale de comunicare, fiind exclusă utilizarea în scop comercial. Astfel, în situația în care serviciul este utilizat în alt scop decât pentru nevoile normale de comunicare - scop comercial, call center etc., deși serviciile sunt contractate inițial de client pentru nevoi personale - RCS & RDS va aplica o tarifară diferită corespunzătoare care va fi prezentată la momentul contractării și prin alte mijloace de comunicare. RCS & RDS își rezervă totodată dreptul de a introduce în relația cu clienții săi condiții care să limiteze riscul de fraudă în utilizarea apelurilor on-net și/sau off-net.

RCS & RDS va introduce, în termen de 60 de zile de la data primirii deciziei de acceptare a prezentelor angajamente de către Consiliul Concurenței, în oferta sa comercială abonamente/extraopțiuni conforme cu aceste angajamente.

Menționăm că angajamentul RCS & RDS nu constituie sub nicio formă recunoașterea vreunei încălcări a legislației concurenței.

RCS & RDS SA

În calitate de reprezentant legal al RCS & RDS SA, eu, [nume], în calitate de [funcție], declar că conținutul prezentei declarații este corect și veridic.





1. The first step is to identify the problem.
 2. The second step is to analyze the problem.
 3. The third step is to develop a solution.
 4. The fourth step is to implement the solution.
 5. The fifth step is to evaluate the results.

ANEXA B
ANGAJAMENTUL SUBSIDIAR

Având în vedere că prin Ordinul nr. 403/22.02.2011 - Consiliul Concurenței a dispus declanșarea din oficiu a investigației privind posibila încălcare a dispozițiilor art.6 (1) din Legea nr.21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pe piața serviciului de terminare a apelurilor la puncte mobile în rețeaua individuală operată de fiecare dintre operatorii de telefonie mobilă - S.C. Orange România S.A., S.C. Vodafone România S.A., S.C. Cosmote Romanian Mobile Telecommunications S.A. și Societatea („Investigația”)

Având în vedere că RCS & RDS a fost conștient de existența unor asemenea îngrijorări concurențiale cu privire la toți operatorii de servicii de telefonie mobilă din România, Societatea a propus în mod prompt formularea unui angajament cu privire la reducerea tarifelor de interconectare la propria rețea de telefonie mobilă.

Având în vedere că Autoritatea a comunicat Societății disponibilitatea cu privire la oportunitatea inițierii de discuții privind propunerea de angajamente în contextul investigației,

Având în vedere că îngrijorarea inițial exprimată de Consiliul Concurenței a vizat existența unor tarife pentru serviciile de terminare a apelurilor la puncte mobile ca fiind semnificativ mai mari în situația în care serviciul de terminare a apelurilor la puncte mobile ale unei rețele individuale este furnizat serviciilor concurente (piața de gros- off-net), față de situația în care acest serviciu este auto-furnizat în vederea realizării de apeluri în propria rețea (on-net),

Având în vedere că - în prezența unor competențe legale ale Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații cu privire la nivelul tarifelor de interconectare - Consiliul Concurenței rămâne responsabil să se asigure că operatorii de telefonie mobilă nu vor putea să folosească alte mecanisme - inclusiv legate de tarifele de interconectare - pentru a menține bariere tarifare între rețelele lor;

Având în vedere că - pe parcursul Investigăției - Consiliul Concurenței a considerat în mod suplimentar că orice angajament oferit în cadrul acestei Investigății nu va trebui să implice doar eventuale corecții comportamentelor la nivelul pieței en-gros de terminare a apelurilor la rețele mobile, ci - mai mult - un asemenea angajament ar trebui să asigure disponibilitatea unor servicii de telefonie mobilă (on-net și off-net) la un preț corect către clienții finali,

Având în vedere că tarifele RCS & RDS reflectă suma costurilor suportate de RCS & RDS (e.g., costurile legate de rețea, de facturare, operaționale, marketing, etc.) la care se adaugă o marjă rezonabilă

Având în vedere că S.C. RCS & RDS S.A. anticipează că o reducere de către Societate a propriului tarif de interconectare la rețeaua de telefonie mobilă va determina în mod legitim și implicit o reducere corespunzătoare a prețului serviciilor cu amănuntul practicate de operatorii beneficiari ai tarifului redus de interconectare

S.C. RCS & RDS S.A. („RCS & RDS”, „Societatea”) formulează prezentul angajament:

În subsidiar, dacă Angajamentul Principal din Anexa A, nu este de natură să înlăture toate îngrijorările concurențiale al Consiliului Concurenței, RCS & RDS își asuma în mod ferm și neechivoc angajamentul de a reduce nivelul tarifului de interconectare pentru serviciul de terminare a apelurilor la punctele mobile în rețeaua RCS & RDS la nivelul tarifului de 1(unu)

21 灰、砂、石、水

1. *Phragmites australis* (Cav.) Trin. ex Steud.

These results suggest that the use of a single, non-validated questionnaire to assess the prevalence of mental health problems in the community may be unreliable. The use of a validated questionnaire, such as the GHQ-12, may be more reliable and valid for assessing the prevalence of mental health problems in the community.

2

eurocent per minut, determinat pe baza calculației de costuri comunicată la solicitarea Consiliului Concurenței.

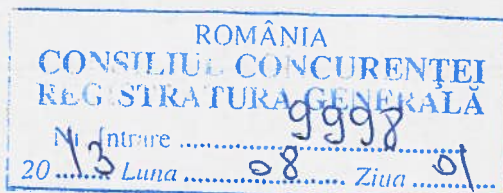
Menționăm că, în cazul în care este aplicabil tuturor operatorilor de telefonie mobilă din România un nivel maximal al tarifului de interconectare la puncte mobile ca urmare a aplicării unor reglementări specifice ale Autorității Naționale de Reglementare în Comunicații - autoritatea competentă în domeniul telecomunicațiilor, iar Consiliul Concurenței apreciază că acel tarif nu este de natură să producă îngrijorări concurențiale, RCS & RDS urmează să aplice tariful respectiv.

RCS & RDS va modifica în termen de 60 de zile de la data primirii deciziei de acceptare a prezentelor angajamente de către Consiliul Concurenței orice ofertă comercială neconformă cu angajamentele.

Menționăm că angajamentul RCS & RDS nu constituie sub nicio formă recunoașterea vreunei încălcări a legislației concurenței.



**Propunerile de angajamente formulate de întreprinderea
Vodafone România S.A.**



Către: **CONSILIUL CONCURENȚEI**

Piața Presei Libere nr. 1, corp D1

București, sector 1, 013701

În atenția: D-lui Vicepreședinte **Valentin MIRCEA**

D-lui Consilier de concurență Dan **IONESCU**

D-lui Consilier de concurență László **GYERKÓ**

Fax: 021 318 4910, 021 405 4412, 021 405 4505

Re: Investigația deschisă prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011

Nr.: 286/RA/01.08.2013

Stimați domni,

Având în vedere investigația deschisă prin Ordinul Președintelui Consiliului Concurenței nr. 403/22.02.2011 privind posibila încălcare a art. 6 alin. (1) lit. c) din Legea concurenței nr. 21/1996 și a prevederilor art. 102 din Tratatul de Funcționare a Uniunii Europene de către S.C. Orange România S.A., S.C. Vodafone România S.A., S.C. Cosmote Romanian Telecommunications Mobile S.A., respectiv S.C. RCS & RDS S.A. pe piața serviciului de terminare a apelurilor la punctele mobile în rețelele individuale ale fiecăreia dintre întreprinderile identificate mai sus (în continuare „Investigația”),

Având în vedere observațiile și clarificările făcute cu ocazia discuțiilor dintre părți, precum și propunerile făcute de societatea noastră prin adresele nr.173/RA/22.04.2013 și nr.265/RA/17.07.2013, vă prezentăm în continuare angajamentele pe care Vodafone Romania S.A. înțelege să le propună Consiliului Concurenței în vederea înlăturării îngrijorărilor semnalate de către autoritatea de concurență:

În primul rând, dorim să precizăm că angajamentele constau în definirea și asumarea de către compania noastră a unor principii generale care vor sta la baza politicii comerciale în perioada de

Vodafone Romania S.A.

International CDG Center, 15th Charles de Gaulle Plaza,
District 1, 011857 Bucharest, Romania

www.vodafone.ro

Registered in Romania: J40/9852/1996, Unique registration code: 8971726

Legal & External Affairs Department

T +40 372 02 4653

monitorizare, atât în ceea ce privește serviciile de telefonie mobilă oferite pe bază de abonament, cât și cele pentru care plata se realizează în avans (preplătite).

Compania noastră va avea în vedere lansarea și menținerea unor pachete de servicii la un nivel tarifar accesibil pentru utilizatorii finali și care să fie în măsură să acopere nevoile acestora de comunicare atât cu utilizatorii din aceeași rețea, cât și din celelalte rețele naționale de telefonie mobilă, prin includerea unui număr suficient de minute și mesaje scurte (SMS) către ambele categorii de destinații.

În ceea ce privește nivelul tarifar, societatea noastră se angajează să ofere pachete comerciale al căror preț să nu depășească nivelul mediu al planurilor tarifare disponibile în perioada de monitorizare. În acest mod, apreciem că problema accesibilității serviciilor de telefonie mobilă de către toate categoriile de utilizatori (în funcție de venituri) va fi adresată în mod corespunzător.

Referitor la serviciile pentru care plata se realizează în avans, Vodafone va lansa planuri tarifare pentru utilizatorii de cartele preplătite care să nu diferențieze între destinația în rețea sau în afara rețelei a apelurilor, similar ofertei pentru serviciile pe bază de abonament. Cel puțin o astfel de extraopțiune va fi disponibilă comercial utilizatorilor finali în cel mai scurt termen (maxim 60 de zile) de la data acceptării angajamentelor, având în vedere implementările de ordin tehnic necesare (facturare, IT, marketing, etc.). Cu titlu de exemplu, extraopțiunea în valoare de 7 Euro/lună (fără TVA) nu va diferenția între destinația în rețea sau în afara rețelei a apelurilor și va conține:

- 250 minute către orice rețea națională (aceste minute sunt eligibile și pentru destinațiile fixe din Uniunea Europeană);
- 250 SMS către orice rețea națională;
- 150 MB trafic Internet.

Exemplul de mai sus se încadrează, din punct de vedere al prețului, în zona tarifară medie a planurilor disponibile în acest moment utilizatorilor finali și al căror preț variază între 5 și 12 euro pe lună.

Acest pachet tarifar se adresează utilizatorilor finali cu nevoi de comunicare „medii” din punct de vedere al volumului total de trafic care nu doresc să se preocupe de destinația apelurilor, având totodată un control asupra costurilor.

Având în vedere cele prezentate mai sus, considerăm că pachetul tarifar propus este accesibil utilizatorilor de cartele preplătite, raportul calitate-preț fiind unul optim pentru client.

Vodafone Romania S.A.

International CDG Center, 15th Charles de Gaulle Plaza,
District 1, 011857 Bucharest, Romania

www.vodafone.ro

Registered in Romania: J40/9852/1996, Unique registration code: 8971726

Legal & External Affairs Department

T +40 372 02 4653

Referitor la **durata** pentru care vor fi disponibile, înțelegem să propunem ca planurile tarifare să fie menținute pentru o perioadă de 1 an de la data lansării, respectiv de la data emiterii deciziei Consiliul Concurenței prin care va conferi forță obligatorie angajamentelor propuse de Vodafone.

De asemenea, având în vedere caracterul public al ofertelor comerciale ale furnizorilor de servicii de telefonie mobilă, disponibile în rețeaua de magazine și pe pagina de internet, apreciem că monitorizarea se poate realiza direct de către reprezentanții Consiliului Concurenței, fără a fi necesară angajarea unui mandatar în acest sens.

Pentru a sintetiza propunerile formulate anterior, Vodafone Romania va acționa cu respectare următoarelor principii:

1. Pentru asigurarea disponibilității serviciilor către toate categoriile de utilizatori finali, angajamentele asumate vizează atât serviciile oferite pe bază de abonament, cât și cele pentru care plata se realizează în avans.
2. Ofertele de servicii vor conține tarife nediferențiate pentru apelurile în rețea sau în afara rețelei în limita unui număr de minute incluse care se va încadra în media numărului de minute oferite în celelalte planuri tarifare disponibile.
3. Pentru garantarea accesibilității din punct de vedere comercial (tarifar) de către utilizatorii finali, nivelul tarifar al pachetelor de servicii nu va depăși media planurilor tarifare din portofoliul societății noastre.
4. Perioada de valabilitate a acestor oferte va fi de un an de la data emiterii deciziei Consiliului Concurenței.

În concluzie, angajamentul privind serviciile oferite pe bază de abonament va avea următorul cuprins:

Pentru o perioadă de 1 (un) an de la data deciziei Consiliului Concurenței prin care se va accepta prezentul angajament, Vodafone va menține în vigoare oferta de abonamente bazată pe minute naționale, fără a diferenția tarifele în funcție de destinația în rețea sau în afara rețelei a apelurilor.

Al doilea angajament privind serviciile preplătite va avea următorul cuprins:

Pentru o perioadă de 1 (un) an de la data deciziei Consiliului Concurenței prin care se va accepta prezentul angajament, Vodafone va menține cel puțin o ofertă pentru cartele preplătite bazată pe

Vodafone Romania S.A.

International CDG Center, 15th Charles de Gaulle Plaza,
District 1, 011857 Bucharest, Romania
www.vodafone.ro
Registered in Romania: J40/9852/1996, Unique registration code: 8971726

Legal & External Affairs Department

T +40 372 02 4653



minute naționale, fără a diferenția tarifele în funcție de destinația în rețea sau în afara rețelei a apelurilor.

Cu deosebită considerație,

Florina TĂNASE

Director Juridic și Afaceri Publice

Vodafone Romania S.A.



Vodafone Romania S.A.

International CDG Center, 15th Charles de Gaulle Plaza,
District 1, 011857 Bucharest, Romania

www.vodafone.ro

Registered in Romania: J40/9852/1996, Unique registration code: 8971726

Legal & External Affairs Department

T +40 372 02 4653