



Raport

EVOLUȚIA CONCURENȚEI ÎN SECTOARE CHEIE

2021

Cuprins

CUVÂNT ÎNAINTE	2
1. EVOLUȚIA ECONOMIEI NAȚIONALE ȘI CONTEXTUL ECONOMIC GLOBAL.....	5
2. ANALIZA EVOLUȚIEI PRESIUNII CONCURRENTIALE	11
3. IMPACTUL CRIZEI COVID-19 PE PIEȚELE AUTOHTONE	15
4. EVOLUȚIA PREȚURILOR PRINCIPALELOR BUNURI DE CONSUM.....	27
5. TENDINȚE ÎN SFERA BUNURILOR DE CONSUM CU MIȘCARE RAPIDĂ.....	33
6. DIGITALIZAREA SERVICIILOR BANCARE	51
7. PROCESUL DE LIBERALIZARE A ACTIVITĂȚII DE FURNIZARE CĂTRE CONSUMATORII CASNICI A GAZELOR NATURALE ȘI ENERGIEI ELECTRICE	66
8. CONSIDERAȚII FINALE.....	81

Raport elaborat în cadrul Direcției Cercetare – Unitatea Economistului Șef și aprobat de Plenul Consiliului Concurenței în cadrul ședinței din data de 26 octombrie 2021.

CUVÂNT ÎNAINTE



Anul 2021 a fost marcat de o revenire susținută a economiei globale, după o lungă perioadă de incertitudini și restricții, pe fondul progresului campaniilor de vaccinare și al pachetelor guvernamentale de susținere financiară nemaîntâlnite până în prezent.

Progresul nu este însă unul lipsit de provocări, în condițiile în care pandemia a expus vulnerabilități preexistente și a trasat o evoluție neuniformă la nivelul statelor, dar și la nivelul diferitelor sectoare de activitate, iar efectele de pe piețele globale de materii prime și de pe lanțurile de producție și distribuție se reflectă acum în dinamica prețurilor bunurilor de consum și a tarifelor serviciilor. În cazul României, evoluția a fost una peste așteptări, până la acest moment. Suntem prima țară din Europa Centrală care a recuperat scăderea de PIB din pandemie și ne așteptăm să înregistrăm una dintre cele mai mari creșteri din Uniunea Europeană în acest an. Rămâne însă de văzut care va fi parcursul viitor, în condițiile impactului pe care noul val pandemic îl poate avea asupra economiei.

La mai bine de un an de la declanșarea crizei, ne aflăm în fața unei schimbări de perspectivă. În perioada de început a pandemiei, accentul era pus pe formularea unui răspuns rapid, menit să amortizeze într-o cât mai mare măsură impactul economic, prin sprijinirea domeniilor și a întreprinderilor aflate în dificultate. A fost o perioadă caracterizată de un ritm alert de adaptare și reacție, una în care am fost, la rândul nostru, flexibili. Am avut deschidere către anumite demersuri ale companiilor, justificate de noile condiții, pentru a facilita reșezarea piețelor după șocul inițial și am depus toate eforturile necesare pentru a susține măsurile de sprijin ale statului, în calitate de autoritate de contact în domeniul ajutorului de stat.

Optica este acum una diferită. Atenția este concentrată pe construirea unor măsuri cu bătaie mai lungă. Dintre multiplele schimbări de abordare pe care pandemia le-a făcut posibile, poate cea mai importantă este aceasta - contextul și resursele necesare pentru de a gândi politici publice pe termen mediu și lung și un răspuns coordonat al statelor subordonat unor obiective strategice de reziliență economică și sustenabilitate.

Țintirea unor efecte imediate, fragmentarea planurilor de acțiune și predispoziția de a planifica pornind de la ceea ce este cunoscut și prea puțin prin raportare la incertitudini, a făcut ca, până acum, obiectivele de creștere pe termen scurt să fie prioritare.

Avem oportunitatea de a depăși aceste obstacole. Bugetul pe termen lung al Uniunii Europene și instrumentul temporar dedicat redresării economice *Next Generation EU* formează împreună un pachet de stimulente fără precedent la nivel comunitar, destinat unor direcții strategice, precum tranziția digitală, obiective de mediu sau creșterea rezilienței economiei europene.

Facilitatea de redresare și reziliență finanțează reformele pe care Uniunea Europeană le consideră necesare în planurile naționale. Succesul acestor demersuri va depinde de capacitatea administrativă de a absorbi fondurile și de a le utiliza eficient. Vom fi implicați pe această zonă, pentru a promova debirocratizarea, reformele structurale în economie, precum și redresarea companiilor de stat, subiecte pe care ne dorim ca, în anii următori, să fie înregistrate progrese mai rapide decât până acum.

Traversăm, în același timp, o perioadă dificilă din punct de vedere ideologic. Demonstrarea eficienței piețelor, sub amprenta funcționării mecanismelor de piață, devine o provocare, în condițiile în care ne întoarcem mai mult decât oricând, după 1989, la intervenția statului pentru depășirea unor situații contextuale. Se creează, în același timp, o vulnerabilitate a politicilor publice la măsuri populiste. Obiectivul nostru, la acest nivel, este acela de a pleda pentru demersuri care să țină cont de rolul piețelor pe termen mediu și lung în procesul de redresare economică.

Cuvântul de ordine în contextul discuțiilor despre schimbare este *digitalizarea*. Ea impune transformări în activitatea întreprinderilor, în interacțiunea acestora cu clienții și concurenții, dar și în relația cu instituțiile publice. Am ales, astfel, ca temă principală a raportului asupra stării concurenței de anul acesta transformarea digitală. Subiectul este tratat atât din perspectiva unui domeniu care a înregistrat un progres susținut de adoptare a noilor tehnologii în ultimii ani (sectorul bancar), cât din cea a unui domeniu care a fost pus în fața unei transformări accelerate pe fondul pandemiei (zona de retail preponderent alimentară).

Suntem, la rândul nostru, parte a acestei schimbări. Proiectul Big Data, pe care l-am demarat în 2018, a transformat complet procesele de lucru. Automatizarea fluxurilor operaționale, arhiva electronică, alături de implementarea semnăturii electronice și a registraturii electronice sunt demersuri de eficientizare a activității, dar care ne-au oferit și o flexibilitate deosebită în perioada de pandemie.

Nu doar procesele de lucru se transformă. Conectarea la dinamica sectoarelor presupune și instrumente specifice de colectare a datelor (tehnica utilizată în inspecții) și de analiză (platforma Big Data). Este necesară, în același timp, și o îmbunătățire a bazei legale. Directiva europeană ECN+ privind independența și mai buna funcționare a autorităților naționale de concurență, care a intrat în vigoare anul trecut și pe care o vom transpune în perioada următoare, aduce în prim plan necesitatea adecvării competențelor de investigare pentru a răspunde provocărilor legate de aplicarea legii în mediul digital.

Apar și noi arii de competență. Acestea vizează, în special, relația între întreprinderile mai mari și cele mai mici. Pe zona de digital, există și aplicăm deja un regulament european împotriva discriminării de către platforme a întreprinderilor care le utilizează drept canal de vânzare. Urmează, în perioada următoare, să fie transpusă și o directivă care vizează relația între lanțurile de magazine și micii producători agricoli. Dincolo de aceste zone, vizate de legislația europeană, ne propunem să acoperim treptat și celelalte sectoare de activitate.

Rolul nostru, în acest context dinamic, este de a ne asigura că schimbările produse la nivelul piețelor sunt benefice, din perspectivă concurențială, că există un cadru propice derulării afacerilor (avansului tehnologic, adoptării noilor modele) și un instrumentar adecvat pentru identificarea și sancționarea eventualelor abateri.

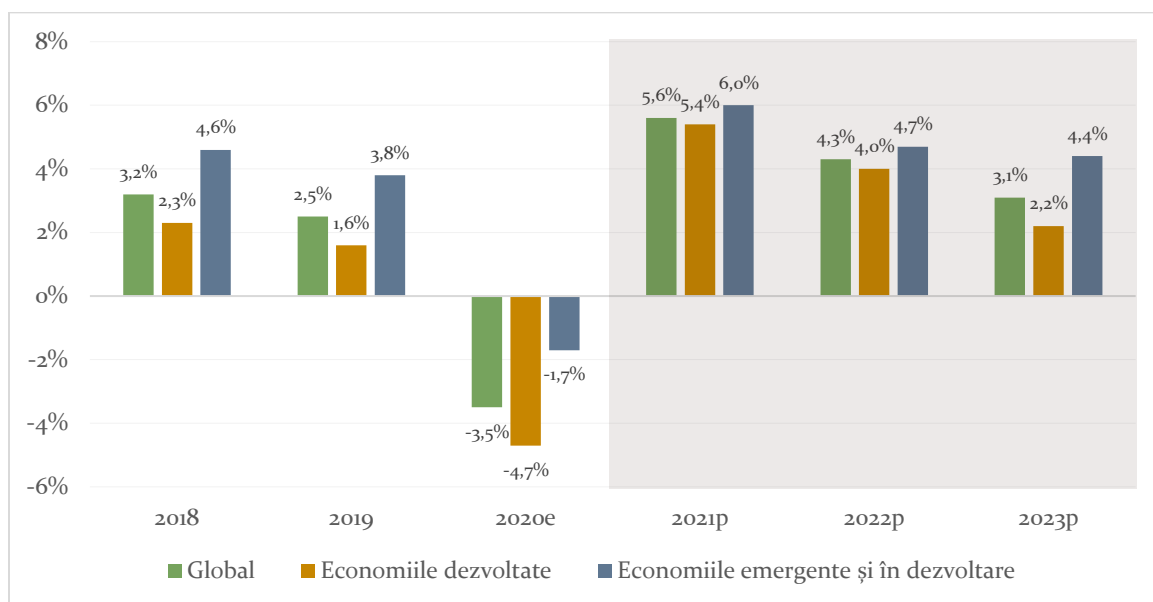
Bogdan M. Chirițoiu

Președintele Consiliului Concurenței

1. EVOLUȚIA ECONOMIEI NAȚIONALE ȘI CONTEXTUL ECONOMIC GLOBAL

După declinul din anul 2020, economia globală experimentează o revenire susținută. Banca Mondială prognozează, în scenariul de bază, o creștere economică globală de 5,6% pentru anul 2021 (cel mai puternic ritm post-recesiune din ultimii 80 de ani), în timp ce Fondul Monetar Internațional estimează un avans de 6%. Această creștere susținută nu este însă uniformă din punct de vedere teritorial. În timp ce economiile dezvoltate își revin puternic, multe dintre economiile emergente sau aflate în dezvoltare rămân în urmă. Se așteaptă ca aproximativ 90% dintre economiile avansate să își recapete venitul pe cap de locuitor deținut înainte de pandemie, față de numai o treime dintre economiile emergente sau aflate în dezvoltare, provocând în rândul acestora din urmă o agravare a insecurității alimentare și inversând câștigurile obținute anterior în ceea ce privește reducerea sărăciei. Mai mult decât atât, revenirea economică nu este sigură la nivel global, fiind amenințată de factori sanitari, precum noile valuri ale pandemiei COVID-19 sau întârzieri ale procesului de vaccinare, dar și de factori economici, cum ar fi creșterea nesustenabilă a gradului de îndatorare a statelor, blocajele la nivelul lanțurilor de producție globale și creșterea presiunilor inflaționiste.

Figura 1.1. Evoluția economiei globale și prognoze



Sursa datelor: Banca Mondială, *Global Economic Prospects*, June 2021

Revenirea economică a fost posibilă cu precădere în rândul țărilor unde măsurile fiscale expansioniste au fost ridicate (în special, în economiile dezvoltate). Pe de altă parte, aceste măsuri au condus, în multe cazuri, la acumulări record ale datoriei publice, fiind necesare programe de management al datoriei pe termen mediu și lung. Aceste provocări sunt cu atât mai importante pentru țările emergente și pentru cele în dezvoltare, deoarece nivelurile ridicate ale dobânzilor și ale serviciului datoriei publice deviază resursele financiare necesare investițiilor în domenii precum sănătatea, educația, infrastructura și altor nevoi critice pentru stimularea unei dezvoltări economice pe termen lung.

Figura 1.2. Măsuri de sprijin fiscal ca răspuns la criza COVID-19 începând cu ianuarie 2020 (% din PIB) – date publicate la finalul sem. I 2021

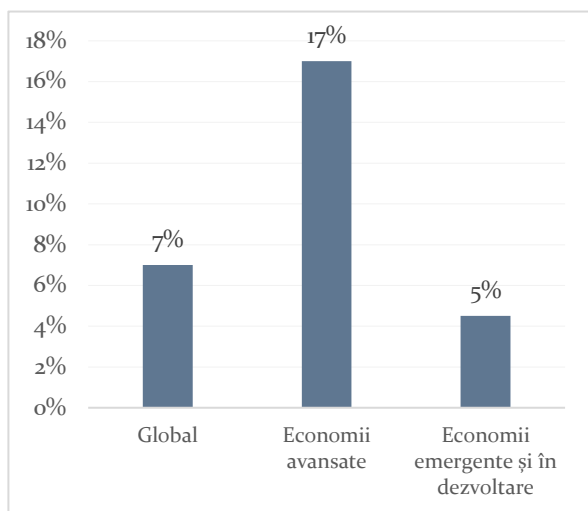
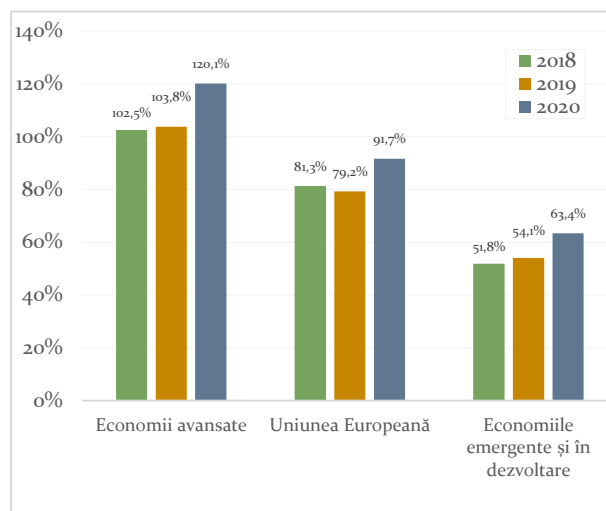


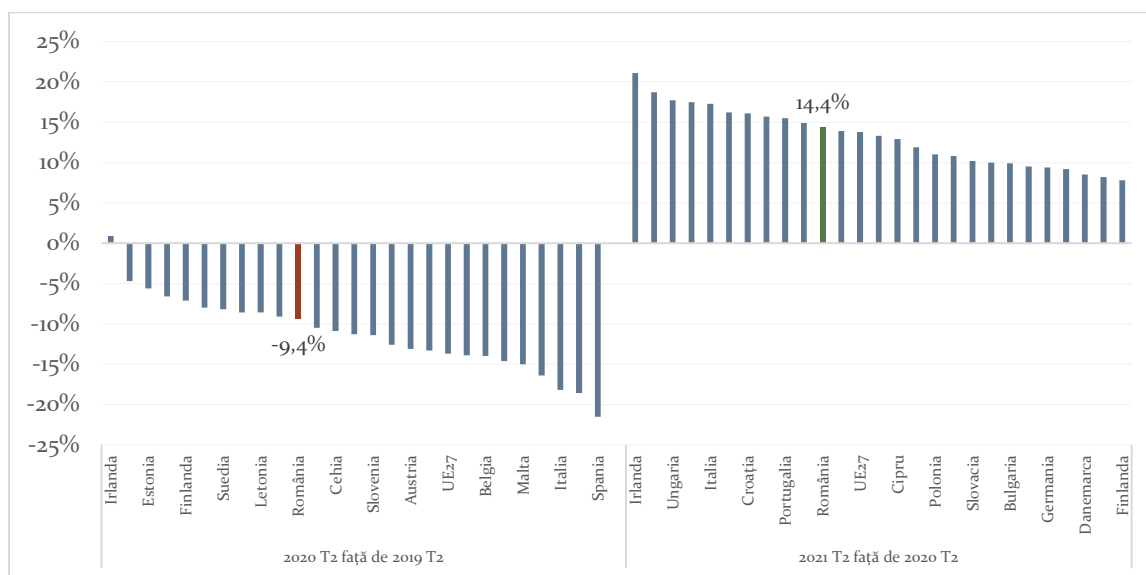
Figura 1.3. Evoluția datoriei publice (% din PIB)



Sursa datelor: Fondul Monetar Internațional, Banca Mondială

În acest context global, Produsul Intern Brut din România a înregistrat o creștere de 14,4% în trimestrul 2 din anul 2021 față de același trimestru din anul 2020, nivel comparativ mediei europene (13,8%). Mai mult decât atât, economia românească a înregistrat o creștere peste nivelul aceluiași trimestru din anul 2019 (cu 3,3%), marcând revenirea economică după criza generată de pandemie.

Figura 1.4. Evoluția Produsului Intern Brut



Sursa datelor: Eurostat

În ceea ce privește evoluția prețurilor la nivel global, presiunile inflaționiste au fost în continuă creștere pe parcursul anului 2021, fiind cauzate, în principal, de discrepanțele temporare dintre cererea și oferta de bunuri și servicii, discrepanțe generate, la rândul lor, de ajustările economiei globale la contextul post-pandemic. Se remarcă, în acest sens, creșterea puternică a costurilor cu transportul mărfurilor la nivel global, blocajele pe lanțurile de aprovizionare, creșterea prețului la energie, penuria de produse industriale esențiale (precum criza chip-urilor/semi-conductoarelor sau a materiilor prime), coroborate cu creșterea rapidă a cererii din partea populației și a producătorilor industriali după perioada de acalmie din anul precedent.

Figura 1.5 relevă evoluțiile relativ similare ale prețurilor în România, Uniunea Europeană/Zona Euro și în Statele Unite ale Americii, ceea ce indică faptul că factorii care au determinat creșterea prețurilor sunt mai degrabă globali și comuni și nu țin neapărat de specificul economiei naționale.

Conform datelor Eurostat, prețurile de consum din economiile ce fac parte din Zona Euro au crescut cu 3,4% în luna septembrie (o dinamică mai ridicată comparativ față de lunile anterioare), cel mai înalt nivel din ultimii 10 ani, pe fondul creșterii tarifelor la energia electrică și la produsele alimentare.

Figura 1.5. Evoluția dinamicii indicelui prețurilor de consum armonizat (față de aceeași perioadă din anul precedent)

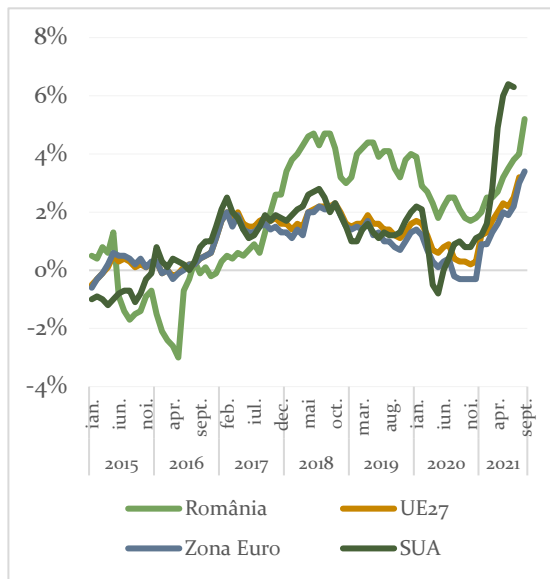
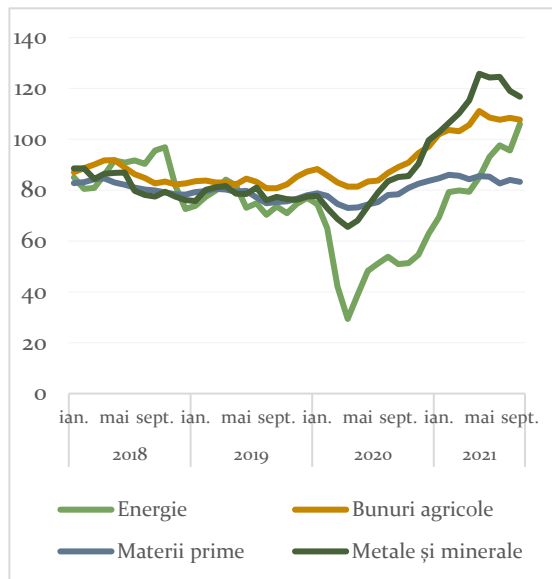


Figura 1.6. Evoluția indicilor lunari ai cotațiilor materiilor prime la nivel global (2010=100)



Sursa datelor: Eurostat, Banca Mondială

În ceea ce privește inflația din România, indicele prețurilor de consum a fost mai mare cu 7,3% în luna septembrie 2021 față de ianuarie 2020 (atunci când efectele pandemiei asupra economiei românești nu-și făcuseră încă simțit efectul), cea mai mare creștere fiind înregistrată în cazul bunurilor nealimentare (8,6%). De asemenea, comparația anuală indică o creștere de 6,3% a indicelui prețurilor de consum (septembrie 2021 față de septembrie 2020), în timp ce, față de începutul anului trecut, se observă o creștere cu 4,2% (septembrie 2021 față de ianuarie 2020), marcând presiunile inflaționiste din economia națională.

Figura 1.7. Evoluția indicelui prețurilor de consum în România

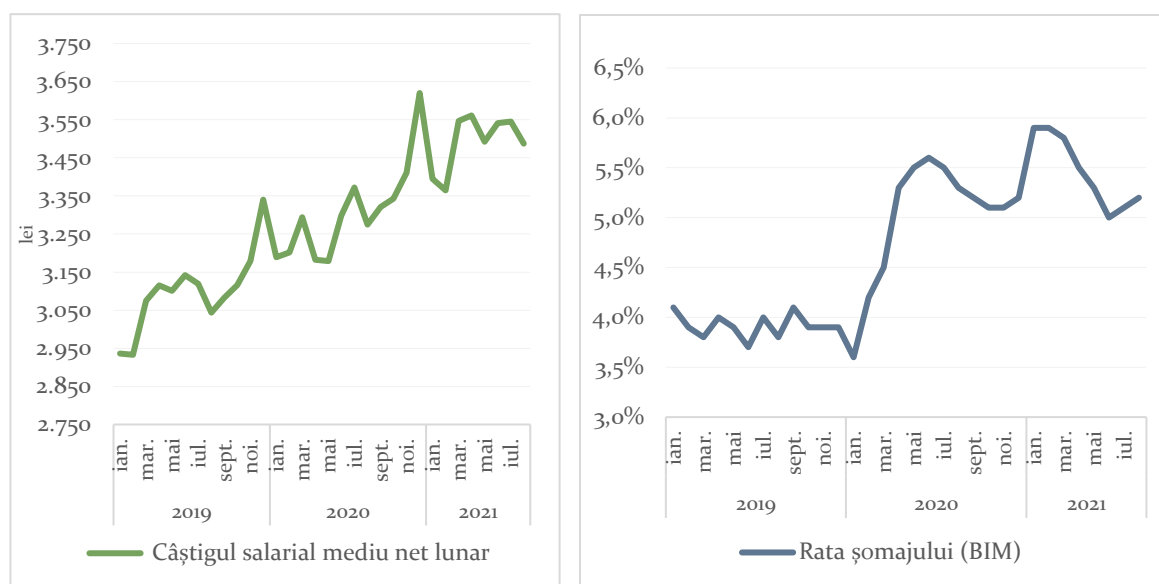
Septembrie 2021 față de:	Total	Mărfuri alimentare	Mărfuri nealimentare	Servicii
Ianuarie 2020	7,3%	6,3%	8,6%	5,7%
Septembrie 2020	6,3%	4,3%	8,7%	3,8%
Ianuarie 2021	4,2%	3,3%	5,2%	3,2%

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Dinamica prețurilor la nivel național și factorii determinanți sunt analizați în detaliu în capitolul dedicat evoluției prețurilor.

Factorilor internaționali care exercită presiuni inflaționiste li s-au alăturat și determinanții interni, precum revenirea consumului privat, stimulat inclusiv de îmbunătățirea condițiilor de pe piața muncii, precum creșterea veniturilor în rândul populației (salariul mediu net a crescut de la 3.395 lei, la începutul anului 2021, la 3.487 lei, în luna august 2021) și reducerea șomajului, după vârful înregistrat în prima parte a anului.

Figura 1.8. Evoluția câștigului salarial mediu net
Figura 1.9. Evoluția ratei șomajului



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Datele Institutului Național de Statistică confirmă revenirea consumului privat, după scăderea puternică cauzată de măsurile de distanțare fizică, atât în ceea ce privește bunurile de consum, cât și în ceea ce privește serviciile adresate în special populației. De altfel, închiderea temporară a anumitor domenii din economie a permis un nivel al economisirii susținut, după cum arată evoluția depozitelor. Conform datelor Băncii Naționale a României, depozitele *overnight* și cele la termen au crescut de la aproximativ 223 miliarde lei în luna ianuarie 2020, la 271 de miliarde lei în august 2021.

Figura 1.10. Evoluția indicilor valorici ai cifrei de afaceri (2015 = 100)

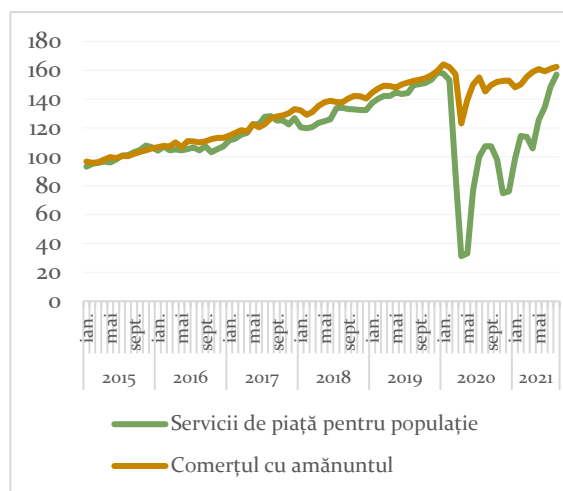
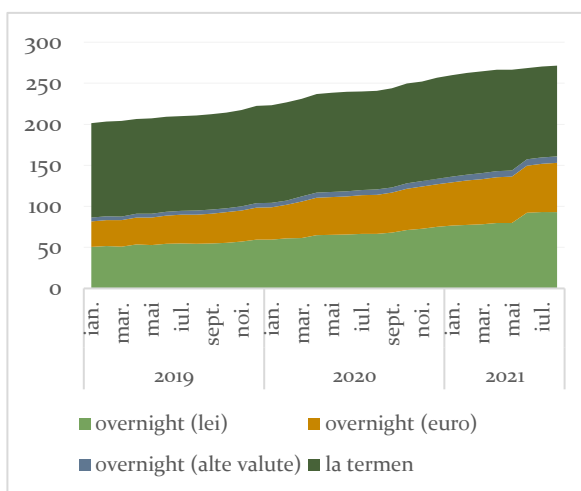


Figura 1.11. Evoluția depozitelor gospodăriilor



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică, Banca Națională a României

Un alt element ce determină creșterea prețurilor și a tarifelor constă în deprecierea monedei naționale în raport cu Euro (de la un curs mediu lunar de 4,77 la începutul anului 2020, la 4,95 în luna septembrie 2021), pe fondul accentuării constante a deficitului comercial al României în raport cu partenerii comerciali. Deficitul lunar mediu al României în primele 8 luni ale anului 2021 a fost de 1,82 miliarde euro, comparativ cu 1,53 miliarde euro în 2020 și 1,44 miliarde euro pe parcursul anului 2019.

Figura 1.12. Evoluția cursului leu/euro

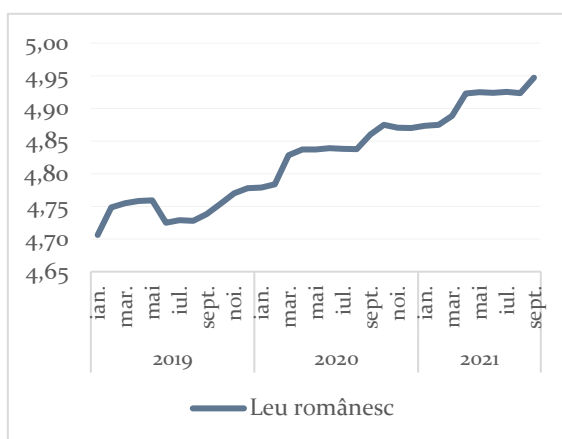


Figura 1.13. Evoluția soldului comercial (mld. Euro)



Sursa datelor: Eurostat, Institutul Național de Statistică

2. ANALIZA EVOLUȚIEI PRESIUNII CONCURENȚIALE

Indicele Agregat de Presiune Concurențială (denumit în continuare IAPC) este un instrument analitic dezvoltat de Consiliul Concurenței pentru a măsura înclinarea spre concurență a industriilor din economia națională.

IAPC face obiectul unei evaluări anuale la nivelul unui set predefinit de industrii, cu un nucleu stabil de la o evaluare la alta. Industriile sunt selectate astfel încât evaluarea periodică să contureze o imagine de ansamblu asupra stării concurenței și a dinamicii acesteia la nivelul segmentelor definitorii pentru economia românească. Pentru fiecare industrie în parte, IAPC măsoară această predispoziție spre concurență, prin agregarea unui set de 21 de indicatori primari reprezentativi.

Cei 21 de indicatori evaluați pentru fiecare industrie, grupați în 4 categorii de importanță, sunt:

- Categoria A+ are un singur element: barierele la intrare, acestea fiind considerate cel mai important factor ce inhibă manifestarea concurenței;
- Categoria A – 8 indicatori: numărul de concurenți, gradul de concentrare, gradul de inovare, gradul de transparență, elasticitatea cererii în funcție de preț, omogenitatea produsului, asociațiile de afaceri sau patronale și concurenții „rebeli”;
- Categoria B – 7 indicatori: simetria cotelor de piață, legăturile structurale, simetria costurilor, marketing și comunicare, șocurile cererii, puterea de negociere a cumpărătorilor și deschiderea către concurența externă;
- Categoria C – 5 indicatori: rata de creștere a industriei, stabilitatea cotelor de piață, interacțiunile pe mai multe piețe, profitabilitatea și nivelul prețului.

Metodologia actualizată de agregare IAPC 2.0. este prezentată în detaliu în *Raportul privind evoluția concurenței în sectoare cheie 2020*.

În esență, IAPC este calculat ca raport între punctajul agregat al factorilor primari ce caracterizează o anumită industrie și suma punctajelor maxime pe care factorii respectivi le pot înregistra. Situațiile potențial problematice din punct de vedere concurențial la nivelul factorilor primari primesc un scor mai mic, iar situațiile pro-concurențiale au alocate scoruri mai ridicate, ceea ce face ca, la nivel agregat, o valoare mai redusă a IAPC să fie asociată unei industrii cu o presiune concurențială limitată.

IAPC funcționează ca un instrument de *screening* primar sau de diagnoză, el fiind conceput să arate măsura în care industriile naționale analizate se apropie de o situație ideală, care facilitează pe deplin manifestarea liberă a concurenței, dar nu măsoară (și nici nu își propune să măsoare) intensitatea concurenței efective de pe piețele ce compun aceste industrii. De altfel, concurența se manifestă cu intensitate diferită pe fiecare piață în parte, în funcție de condițiile concrete.

IAPC este, de asemenea, utilizat și în analizele și procedurile investigative ale Consiliului Concurenței, ca instrument primar de evaluare a concurenței la nivelul unor paliere mai restrânse – sectoare, segmente, piețe relevante etc., în funcție de obiectivul specific urmărit.

IAPC are o cuprindere generală, la nivel de industrie și din perspectivă națională, în timp ce cazurile investigate de Consiliul Concurenței au în vedere situații concrete existente la nivelul piețelor relevante, de multe ori definite local. Abordarea este una de tip *top-down*, astfel că IAPC furnizează o imagine de ansamblu a presiunii concurențiale la nivel de industrie națională, folosind ca punct de plecare substituibilitatea la nivelul ofertei. În cazurile instrumentate de autoritatea de concurență, abordarea are la bază piețe relevante, definite în sens restrâns, pornind de la substituibilitatea la nivelul cererii.

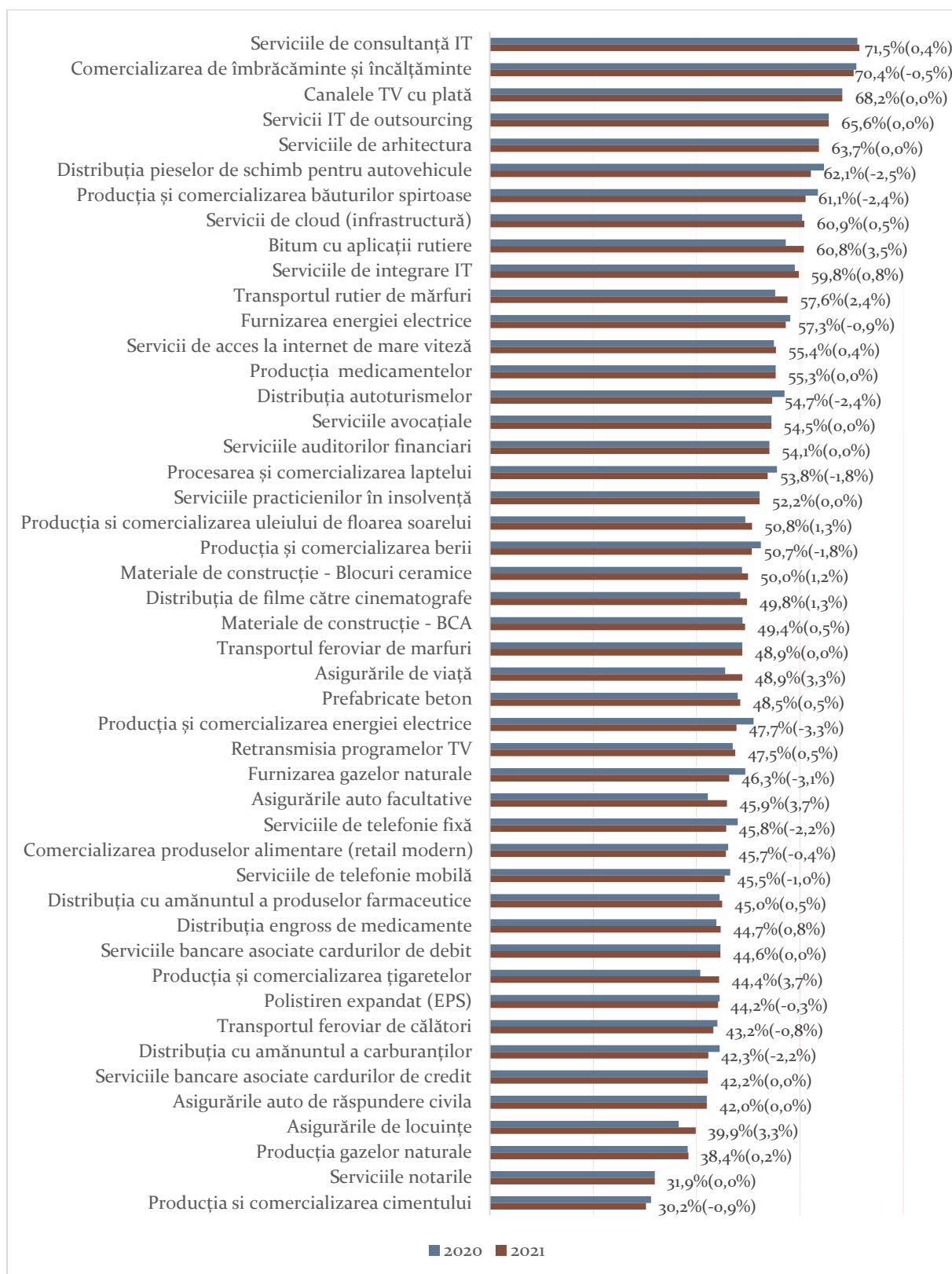
Din punct de vedere al interpretării rezultatului, un scor mic al IAPC sugerează existența unor riscuri, cele mai multe de natură structurală, însă acest lucru nu presupune automat existența unor perturbări ale concurenței în industria analizată. Astfel de situații se determină de la caz la caz. De asemenea, un scor foarte ridicat nu exclude automat existența riscurilor sau a unor comportamente anticoncurențiale.

Rezultatele obținute anul acesta se regăsesc în Figura 2.1. Clasamentul industriilor este, în linii mari, similar celui din anii precedenți.

Serviciile de consultanță IT și comercializare de îmbrăcăminte și încălțăminte se mențin în topul clasamentului.

La polul opus, se regăsesc producția și comercializarea cimentului și serviciile notariale, ale căror rezultate se datorează unor indicatori ce surprind caracteristici structurale, care nu sunt predispuse modificării.

Figura 2.1. Rezultatele evaluării IAPC pentru anul 2021



Prezentăm, pe scurt, câteva din industriile care înregistrează modificări la nivelul IAPC.

Bitum. În cazul acestei industrii, creșterea valorii IAPC vine, în principal, din motive nefaste pentru economie în ansamblu, în primul rând pe fondul unei scăderi abrupte a cererii în prima jumătate a anului și a șocului asupra ofertei dat de explozia de la Petromidia. Astfel de evoluții produc modificări la nivelul factorilor primari din construcția IAPC (teoria economică sugerează că, pe o piață în care există șocuri și cererea este în scădere, înțelegerile anticoncurențiale sunt mai greu de pus în practică și de menținut).

Producția și comercializarea de țigarete. Aici se poate observa o creștere a presiunii concurențiale provenită, în mare parte, de adoptarea de către clienți pe scară mai largă a inovației privind tutunul încălzit, ceea ce face ca țigările tradiționale să aibă un grad de substituibilitate mai ridicat.

Producția și furnizarea de energie electrică. În ceea ce privește propensiunea spre concurență a industriei producției de energie electrică, caracteristicile structurale ale pieței au suferit transformări. După reducerea cererii anul trecut, pe fondul pandemiei, anul acesta, împreună cu revenirea economică, creșterea masivă a prețului privind certificatele de emisii de CO₂ (care s-a tradus și în creșterea prețului energiei electrice) a permis producătorilor de energie electrică care nu sunt nevoiți să cumpere certificate de emisii de CO₂ să obțină profituri ridicate. Cotele de piață ale producătorilor de energie electrică foarte stabile, împreună cu cererea inelastică pentru energie electrică accentuează, de asemenea, acele caracteristici structurale ale pieței care pot produce efecte anticoncurențiale. Mergând mai departe pe lanț, la furnizorii de energie electrică, se remarcă insolvența Getica, întreprindere care avea, în 2020, o cotă de piață de aproximativ 9,3%. Evenimentul poate conduce la o scădere semnificativă a cotei de piață și la o redistribuire a clienților spre alte întreprinderi.

Producția și furnizarea de gaze naturale. În ceea ce privește producția de gaze naturale, piața este foarte concentrată, împărțită între 2 mari producători ale căror cote de piață rămân relativ neschimbate față de anul 2020. Cu toate acestea, producătorii resimt presiune concurențială, deoarece furnizorii au acces foarte facil la gaz din import. În ceea ce privește industria furnizării de gaze naturale, aceasta a suferit modificări structurale care îi diminuează gradul de concurență, prin faptul că E.ON a atins o cotă de piață apropiată de cea a lui ENGIE și, împreună, acoperă aproximativ 90% din piață.

RCA. Trendul de concentrare a pieței se poate observa încă din anul 2019, piața însă devenind foarte puternic concentrată în 2020. Falimentul City Insurance și efectele acestuia se vor putea observa abia anul viitor în indicele IAPC, când foștii clienți ai City își vor face polițe de asigurare la asiguratorii rămași pe piață.

3. IMPACTUL CRIZEI COVID-19 PE PIEȚELE AUTOHTONE

Declanșată în primăvara anului 2020 în România, criza COVID-19 s-a materializat din punct de vedere micro și macroeconomic într-o succesiune de șocuri, atât la nivelul ofertei, cât și la nivelul cererii. Pe latura ofertei, principalele cauze au constat în blocajele de pe lanțurile de producție, întreruperea sau oprirea completă a anumitor industrii/piețe, dificultățile întâmpinate de producători în procurarea de bunuri intermediare necesare derulării activității, precum și în ajustări la nivelul forței de muncă date fiind condițiile de distanțare fizică/carantină. Toți acești factori au avut ca efect scăderea semnificativă a activității economice pe majoritatea piețelor, în special în cazul celor vulnerabile, ca urmare a dependenței de anumite materii prime și a măsurii în care lanțurile de producție corespunzătoare acestora au fost afectate.

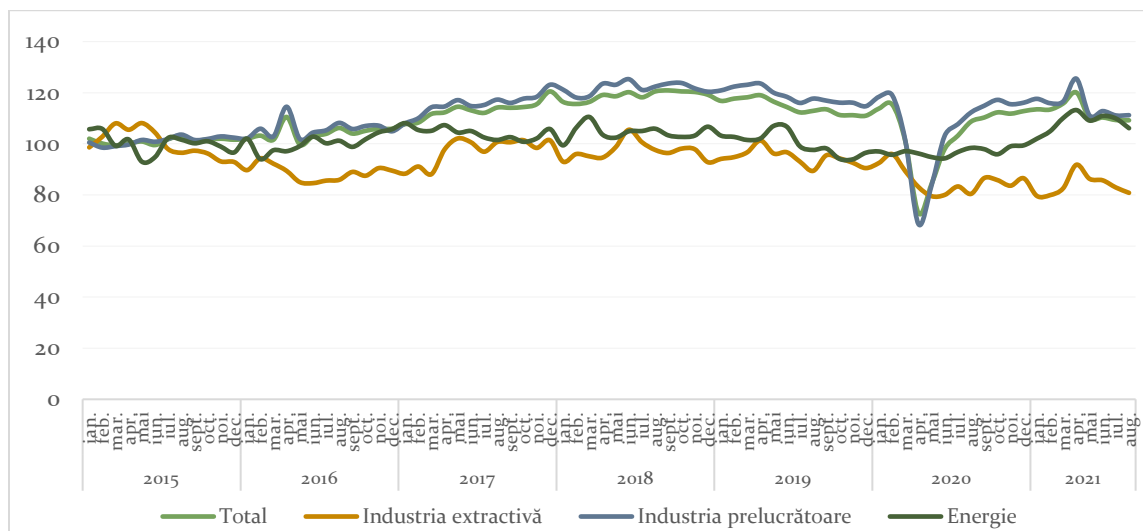
Acestor factori li s-au adăugat șocurile specifice cererii agregate, precum impunerea restricțiilor de deplasare de către autorități, scăderea încrederii în economie a consumatorilor, reducerea veniturilor în cazul angajaților aflați sau trimiși în șomaj (inclusiv șomaj tehnic), dar și creșterea economisirii. Toți acești factori au generat modificarea comportamentului de consum al gospodăriilor, rezultând, într-o primă etapă, într-o reducere bruscă a consumului privat, în special în cazul bunurilor și serviciilor considerate neesențiale.

În cazul României, efectul cumulat al șocurilor produse de pandemie (atât pe latura ofertei, cât și pe cea a cererii agregate) s-a reflectat în evoluția indicelui producției industriale și în evoluția economico-financiară a întreprinderilor.

Anterior izbucnirii pandemiei, producția industrială din România se afla pe un trend descendent (după creșterile din anii anteriori). Începând cu luna aprilie 2020, aceasta a fost puternic afectată, în urma perturbării lanțurilor de aprovizionare și a întreruperii activității în numeroase ramuri industriale. Depășirea șocului inițial a durat aproximativ un trimestru, nivelul producției industriale revenind la un nivel comparabil perioadei pre-pandemice la începutul anului 2021.

În primele 8 luni ale anului 2021, cifra de afaceri totală din industrie (atât piața internă, cât și piața externă) a crescut cu 23,3% în termeni nominali, în timp ce producția efectivă a crescut cu 13,1% comparativ cu aceeași perioadă din anul precedent.

Figura 3.1. Evoluția indicelui producției industriale (2015=100)



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Impactul la nivelul fiecărei ramuri industriale în parte poate fi observat în figura următoare, realizată pe baza datelor Institutului Național de Statistică. Se observă cum impactul izbucnirii crizei se reflectă asupra majorității ramurilor, acestea recuperând șocul acut din aprilie-mai 2020 cu ritmuri diferite.

Figura 3.2. Impactul pandemiei asupra indicelui producției industriale la nivelul diferitelor ramuri

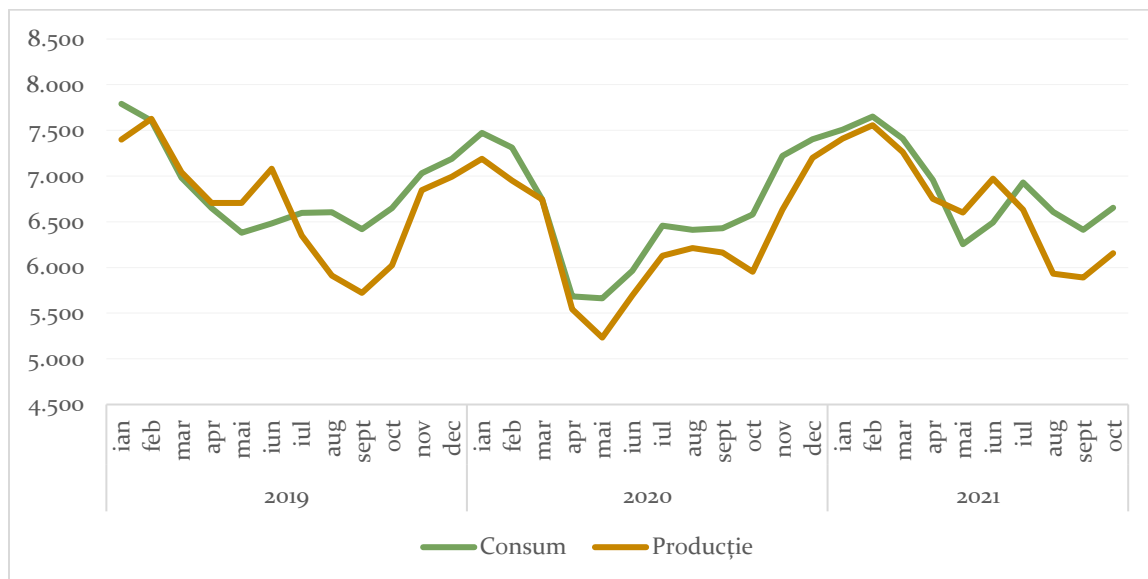
	2019	2020	2021
Industria alimentară			
Fabricarea băuturilor			
Fabricarea produselor din tutun			
Fabricarea produselor textile			
Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte			
Prelucrarea lemnului			
Fabricarea de mobilă			
Fabricarea hârtiei și a produselor din hârtie			
Fabricarea produselor de cocserie și a produselor obținute din prelucrarea țițeiului			
Fabricarea substanțelor și a produselor chimice			
Fabricarea produselor farmaceutice de bază și a preparatelor farmaceutice			
Fabricarea produselor din cauciuc și mase plastice			
Industria metalurgică			
Industria construcțiilor metalice și a produselor din metal, exclusiv mașini, utilaje și instalații			
Fabricarea calculatoarelor și a produselor electronice și optice			
Fabricarea echipamentelor electrice			
Fabricarea de mașini, utilaje și echipamente n.c.a.			
Fabricarea autovehiculelor de transport rutier, a remorcilor și semiremorcilor			

Notă: culoare roșie indică o producție industrială redusă comparativ cu media ramurii, în timp ce culoare verde indică o producție sporită față de media ramurii (în perioada analizată).

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

O altă situație ce reflectă efectele economice ample ale șocurilor provocate de pandemie este cea privind nivelul producției și al consumului de energie electrică. Deși consumul și producția sunt caracterizate de sezonalitate, datele indică o scădere mult mai accentuată în timpul primelor luni de pandemie, atunci când producția și consumul de energie electrică (unul dintre cei mai importanți factori de producție) s-au redus semnificativ în urma contracției activității industriale.

Figura 3.3. Evoluția producției și a consumului de energie electrică (MW)



Sursa datelor: Transelectrica

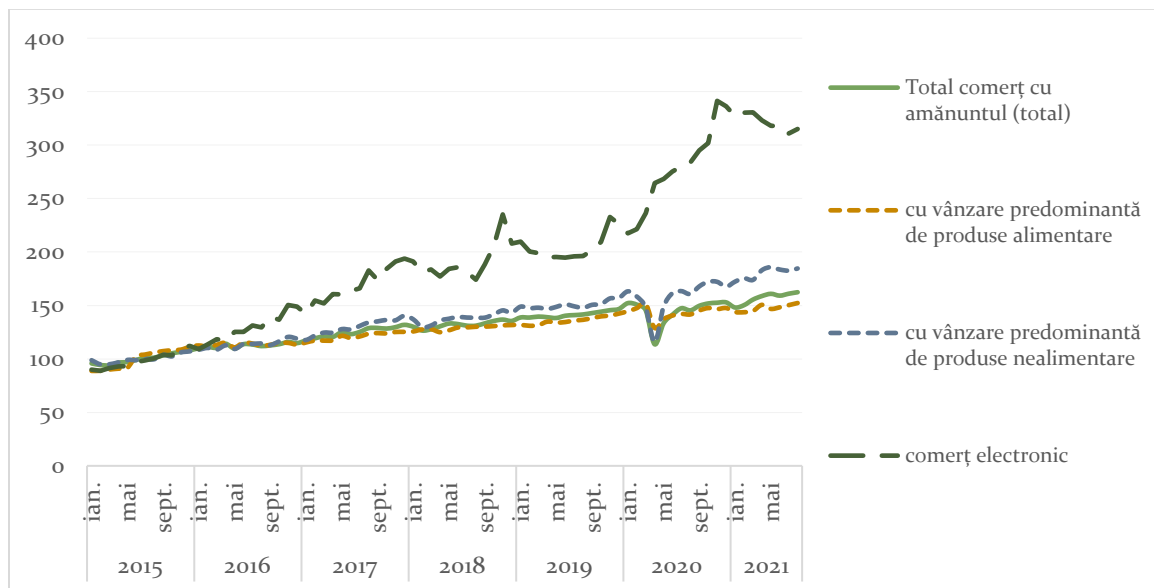
Dacă o parte dintre aceste reduceri de activitate pot fi puse pe seama impactului pe termen scurt al pandemiei (cum este cazul producției de autovehicule), în alte domenii, acestea s-au suprapus cauzelor structurale. Cel mai relevant exemplu în acest sens îl reprezintă industria textilă națională, afectată de reducerea constantă a producției din cauza capacității limitate a întreprinderilor din domeniu de a atrage forță de muncă, ca urmare a salariilor reduse.

Pentru evaluarea impactului pandemiei pe termen scurt asupra producătorilor și a modului în care efectele economice negative s-au menținut pe termen mediu și lung pe piețele naționale, au fost analizați indicii lunari ai volumului cifrei de afaceri. De asemenea, au fost folosite seriile de timp cu bază fixă în anul 2015 (serie ajustată în funcție de numărul de zile

lucrătoare și de sezonalitate), pentru a distinge măsura în care o industrie/piață și-a revenit la nivelul anterior crizei.

În cazul comerțului cu amănuntul de bunuri alimentare sau nealimentare (sector căruia îi corespunde o pondere de aproximativ 80% în coșul de consum din anul 2021), impactul asupra volumului cifrei de afaceri a fost relativ de scurtă durată, la nivel agregat, fiind întins în principal pe parcursul stării de urgență. Conform datelor Institutului Național de Statistică, pandemia a modificat comportamentul de consum al gospodăriilor, accelerând trendul de creștere al vânzărilor din mediul on-line începând cu luna martie 2020, pe fondul restricțiilor de mobilitate.

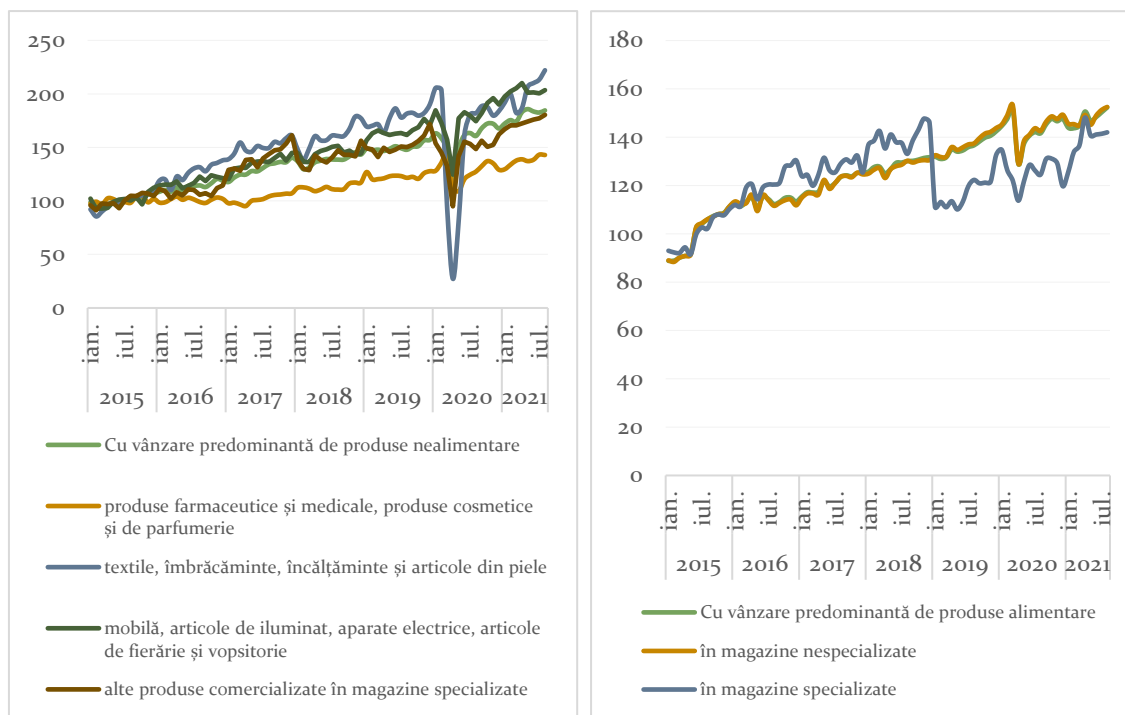
Figura 3.4. Comparația ritmurilor de creștere în comerțul cu amănuntul pe domenii - evoluția indicilor volumului cifrei de afaceri din comerțul cu amănuntul (2015=100)



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Cele mai mari reduceri ale vânzărilor s-au înregistrat în cazul agenților economici cu vânzare predominantă de produse nealimentare (în special textile, articole de îmbrăcăminte, încălțăminte și articole din piele). La polul opus, s-au aflat comercianții nespecializați care vând predominant alimente, ale căror vânzări nu au suferit scăderi semnificative în timpul pandemiei.

Figura 3.5. Evoluția indicilor volumului cifrei de afaceri din comerțul cu amănuntul cu vânzare predominantă de produse nealimentare (grafic stânga) și alimentare (grafic dreapta) (2015=100)

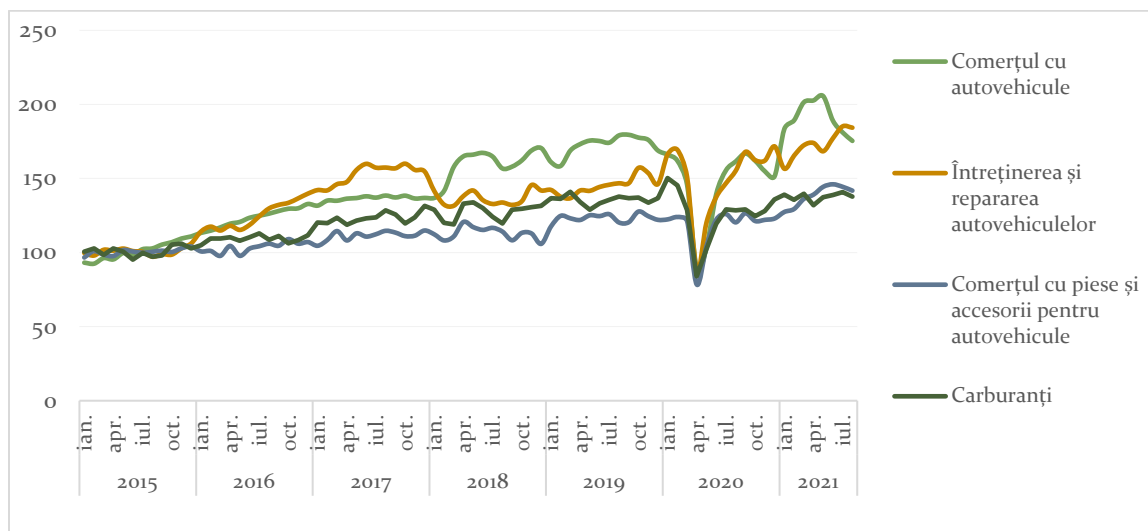


Sursa datelor: Institutul Național de Statistică;

Piața de autovehicule noi a fost, de asemenea, afectată semnificativ de reducerea cererii. Volumul cifrei de afaceri în comerțul cu autovehicule a scăzut cu 49% în aprilie 2020 față de aceeași perioadă din 2019, alături de celelalte piețe conexe (întreținere/reparații auto, respectiv piese de schimb). De asemenea, comerțul cu amănuntul al carburanților a scăzut cu 34,8% în perioada analizată.

Impactul nu a fost însă unul de lungă durată, pe piețele menționate anterior, fiind înregistrate reveniri substanțiale ale vânzărilor în cazul comerțului cu autoturisme noi, dar și în ceea ce privește serviciile de întreținere și reparare auto, precum și reveniri parțiale în cazul comerțului cu piese și carburanți.

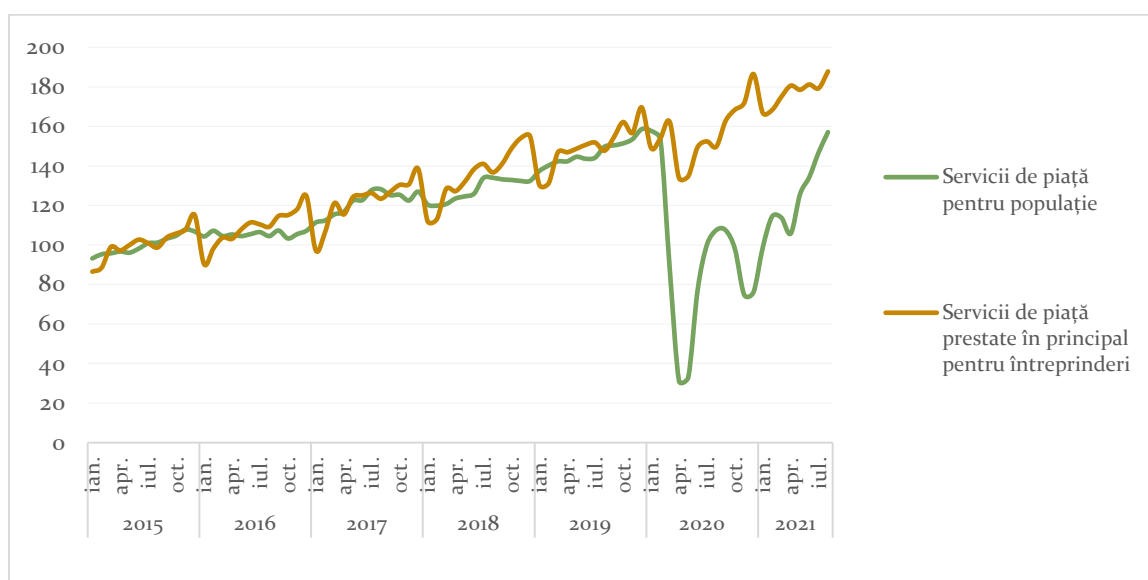
Figura 3.6. Evoluția indicilor volumului cifrei de afaceri în comerțul și repararea autovehiculelor (2015=100)



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Dacă în cazul comerțului cu bunuri, precum și al serviciilor prestate în principal pentru întreprinderi, impactul pandemiei a fost mai redus ca severitate și durată, nu același lucru se poate spune și despre serviciile adresate în principal consumatorilor, unde măsurile de distanțare fizică au avut un impact mult mai accentuat și întins pe o perioadă mai lungă de timp.

Figura 3.7. Evoluția indicilor volumului cifrei de afaceri pentru servicii de piață (2015=100)

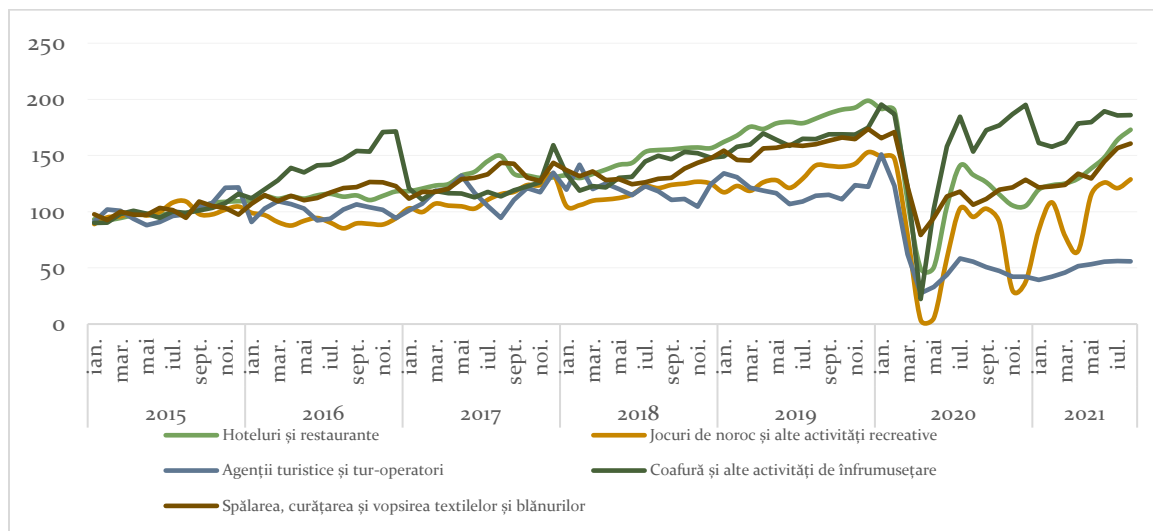


Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Încasările prestatorilor de servicii de piață adresate în principal întreprinderilor au fost afectate semnificativ pe parcursul stării de urgență, însă și-au revenit până la începutul toamnei. Cea mai afectată industrie din acest segment de servicii a fost cea de transporturi aeriene.

Impactul crizei asupra cifrei de afaceri a fost cel mai mare la nivelul serviciilor adresate în principal consumatorilor, nivelul încasărilor nefiind recuperat încă la nivel agregat. Piața cea mai afectată de scăderea veniturilor a reprezentat-o cea a agențiilor de turism și a tur-operatorilor, al cărei volum de activitate/încasări se află la jumătatea nivelului din anul 2015, urmată în acest top negativ de industria hotelieră (aflată la un nivel al veniturilor de 56%, în luna august, față de cel din 2015). În schimb, reveniri importante ale veniturilor s-au materializat în cazul restaurantelor și al serviciilor de coafură și alte activități de înfrumusețare.

Figura 3.8. Evoluția indicilor volumului cifrei de afaceri pentru servicii de piață adresate consumatorilor (2015=100)



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

La nivelul unora dintre cele mai afectate industrii din România, datele Eurostat reflectă faptul că, în ciuda unei reveniri pe parcursul anului 2021, nu s-a atins încă nivelul pre-pandemic. Acesta este cazul activității turistice, de exemplu, așa cum este ea reflectată de numărul de nopți petrecute într-o unitate de cazare. Numărul zborurilor comerciale, în schimb, a revenit în luna august 2021 la niveluri comparabile cu cele de dinaintea izbucnirii pandemiei.

Figura 3.9. Noapțile petrecute la unitățile de cazare turistică (modificarea procentuală față de aceeași perioadă de acum doi ani)

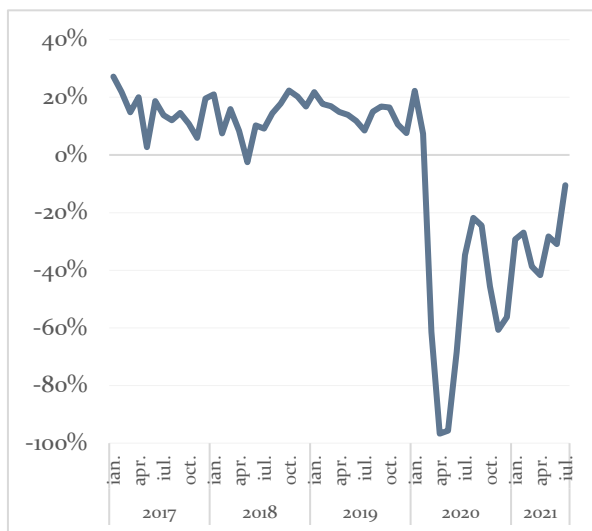


Figura 3.10. Numărul de zboruri comerciale efectuate din România



Sursa datelor: Eurostat

În domeniul lucrărilor de construcții, datele indică faptul că efectele pandemiei au fost limitate în 2020 și 2021, fiind înregistrate evoluții relativ constante în perioada 2019-2021 pe segmentul non-rezidențial, precum și o creștere semnificativă în cazul segmentului rezidențial.

De asemenea, numărul de autorizații de construcție eliberate a crescut în primele 8 luni ale anului 2021 (34.215 de autorizații, mai mult cu 30% față de aceeași perioadă din anul precedent), indicând faptul că acest sector își va continua expansiunea în perioada următoare, în ciuda costurilor materiilor prime în creștere și a dificultăților întâmpinate de întreprinderi în atragerea de forță de muncă specializată.

Figura 3.11. Evoluția producției în construcții (2015=100)

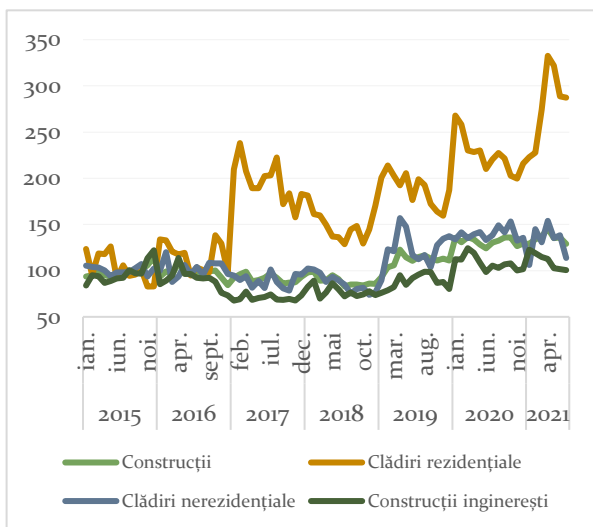
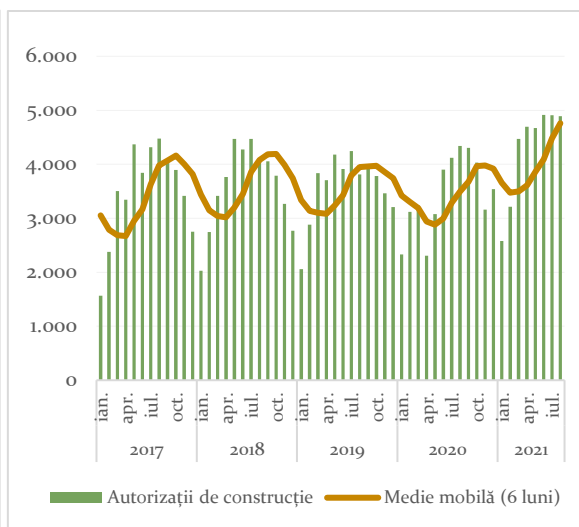


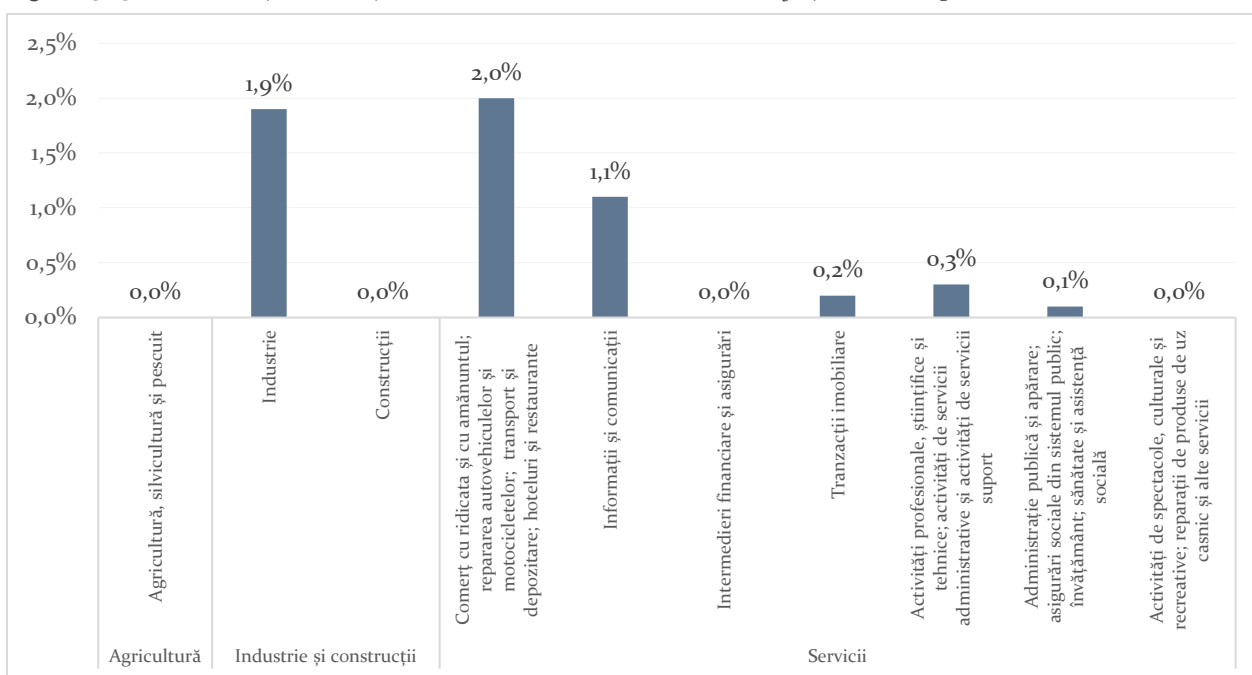
Figura 3.12. Numărul autorizațiilor de construcție eliberate



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Rezultatul cumulat al acestor evoluții sectoriale se reflectă într-o creștere a Produsului Intern Brut cu 6,5% în semestrul 1 din 2021 față de aceeași perioadă din 2020. Principalele sectoare care au contribuit la creșterea economică au fost comerțul și segmentul HoReCa (2%), industria (1,9%), respectiv domeniul IT (1,1%).

Figura 3.13. Contribuția la creșterea PIB în semestrul 1 din 2021 față de anul precedent



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Evoluția vânzărilor din lunile precedente, respectiv modificarea altor variabile esențiale din activitatea întreprinderilor (în principal, cele referitoare la evoluția costurilor) au determinat o serie de anticipări cu privire la industriile/piețele analizate. Conform anchetelor conjuncturale efectuate de Institutul Național de Statistică, percepțiile managerilor companiilor chestionate cu privire la evoluția activității economice pentru perioada septembrie-noiembrie 2021 sunt următoarele:

- managerii din industria prelucrătoare preconizează o creștere moderată a volumului producției, cea mai mare creștere fiind estimată în cazul produselor de cocserie și a produselor obținute din prelucrarea țițeiului. Tot în cadrul industriei prelucrătoare, se anticipează o relativă stabilitate a numărului de salariați și o continuare a trendului de creștere a prețurilor produselor industriale;
- în domeniul construcțiilor, managerii estimează o relativă stabilitate a producției și a numărului de salariați, dar și o creștere a prețurilor lucrărilor de construcții;
- în sectorul comerțului cu amănuntul, este estimată o creștere moderată a activității economice (volumul comenzilor adresate furnizorilor de mărfuri de către unitățile comerciale urmând a înregistra o creștere), alături de o creștere a numărului de lucrători și a prețurilor de vânzare a bunurilor;
- o tendință de creștere a activității economice, volumul comenzilor adresate furnizorilor de mărfuri de către unitățile comerciale urmând a înregistra o creștere moderată, alături de o creștere a prețurilor de vânzare a bunurilor;
- la nivelul serviciilor, se așteaptă o creștere pe toate palierele: cerere, salariați și tarife.

Figura 3.14. Anticipările managerilor întreprinderilor pentru perioada septembrie-noiembrie 2021

Evoluții	Industria prelucrătoare		Construcții		Comerțul cu amănuntul		Servicii	
	aug. – oct.	sept. – noi.	aug. – oct.	sept. – noi.	aug. – oct.	sept. – noi.	aug. – oct.	sept. – noi.
Activitatea economică	↗	→	↗	→	↗	↗	↗	↗
Nr. salariați	→	→	→	→	↗	↗	→	→
Prețurile	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗

Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Anticipările pozitive ale managerilor din diferitele sectoare ale economiei confirmă trendul de revenire al indicelui sentimentului economic (indicator care măsoară gradul de încredere a reprezentanților mediului de afaceri și a consumatorilor cu privire la evoluția economiei). Acest indice a scăzut abrupt în primele luni ale pandemiei, urmând ulterior o revenire lentă, dar constantă și în strânsă legătură cu severitatea restricțiilor din fiecare domeniu al economiei (cel mai sugestiv exemplu este cel al serviciilor, în cazul cărora măsurile de limitare a răspândirii virusului au fost ridicate mai târziu).

Figura 3.15. Evoluția sentimentului economic (agregat – grafic dreapta și pe domenii – grafic stânga)

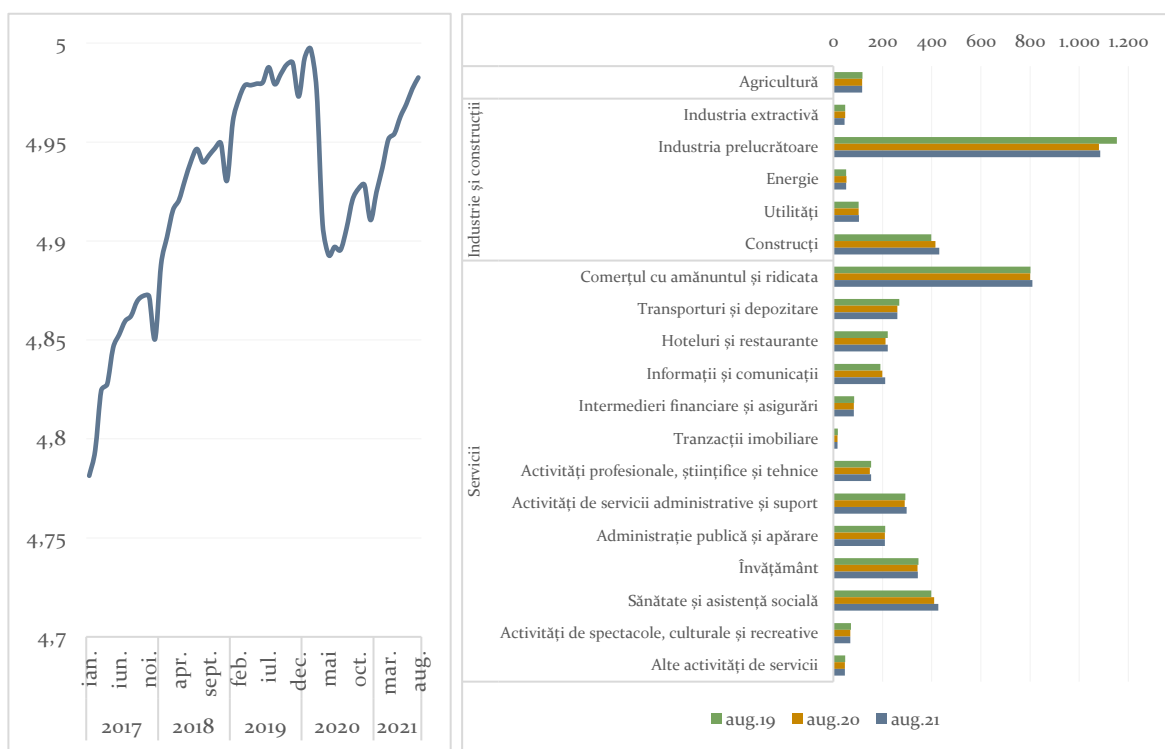


Sursa datelor: Eurostat

În ceea ce privește evoluția efectivului de salariați, impactul pandemiei s-a tradus printr-o scădere de aproximativ 104,2 de mii de locuri de muncă din februarie 2020 până în luna mai a aceluiași an, atunci când s-a înregistrat cel mai scăzut nivel al numărului de salariați din ultimii 3 ani (4,9 milioane). În ciuda faptului că numărul locurilor de muncă a urmat o revenire pe parcursul anului 2020 și 2021, încă nu s-a atins vârful din februarie 2020, pe fondul capacității limitate a întreprinderilor, în noul context economic, de a reține forța de muncă, respectiv de a atrage forță de muncă suplimentară.

În perioada menționată anterior (februarie-mai 2020), impactul cel mai puternic s-a resimțit în cazul industriei prelucrătoare, în rândul căreia au fost pierdute aproximativ 48 de mii de locuri de muncă în urma întreruperii activității pe perioada stării de urgență (aproximativ jumătate din numărul total de locuri de muncă pierdute), în special în industria auto (8,4 mii de persoane) și în industria textilă (8,2 mii persoane). Pierderile de locuri de muncă s-au resimțit puternic și în comerțul cu amănuntul (12,7 mii de locuri de muncă pierdute) și în industria HORECA (12 mii de locuri de muncă pierdute). La polul opus, în aceeași perioadă de referință, se află domeniul sănătății și al asistenței sociale, unde s-au înregistrat creșteri ale locurilor de muncă (2 mii de noi salariați), respectiv sectorul construcțiilor (1,5 mii de noi salariați).

Figura 3.16. Evoluția numărului de salariați (milioane persoane), agregat – grafic stânga și pe domenii – grafic dreapta



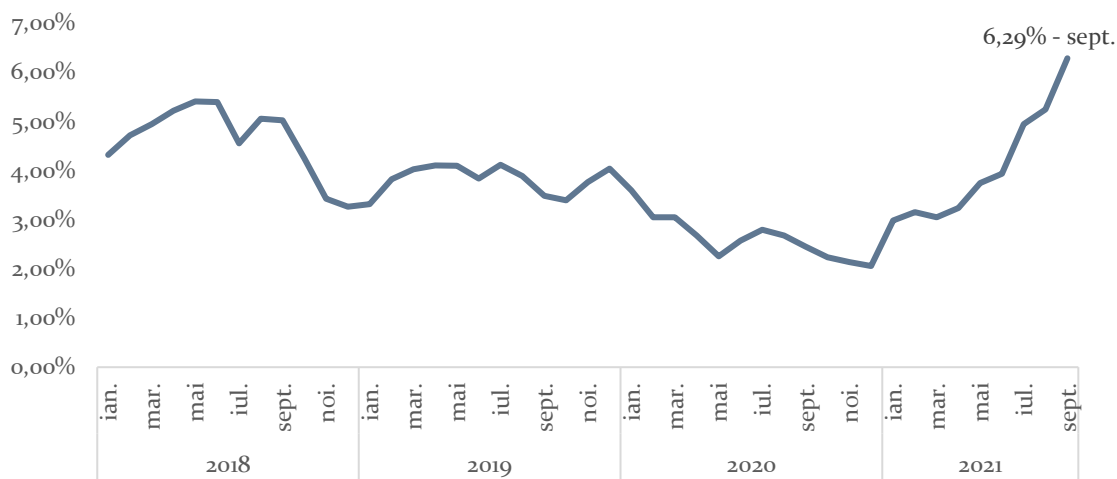
Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

4. EVOLUȚIA PREȚURILOR PRINCIPALELOR BUNURI DE CONSUM

Față de ultimii ani, când au avut o tendință dezinflaționistă, prețurile bunurilor de consum au urmat un traseu ascendent începând cu ianuarie 2021 (în luna septembrie 2021 înregistrând cel mai mare ritm de creștere de la începutul pandemiei, de 6,29% față de luna septembrie din 2020).

Printre cauzele acestei evoluții, se evidențiază, la nivelul ofertei agregate, creșterea costurilor de producție generate de creșterea cotațiilor materiilor prime pe piețele internaționale, urmată de creșterea prețurilor combustibililor. La nivelul cererii agregate, relaxarea restricțiilor aferente pandemiei a determinat creșterea disponibilității de consum, facilitând transmisia creșterii de costuri în prețurile finale suportate de consumator.

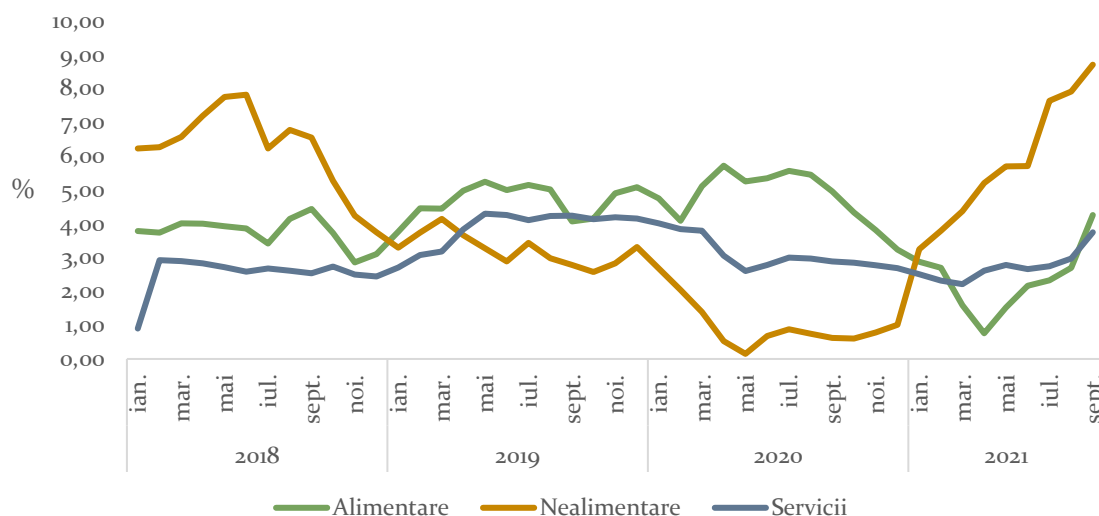
Figura 4.1. Evoluția prețurilor bunurilor de consum (modificare procentuală față de aceeași perioadă a anului anterior)



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Tendențele inflaționiste din primele 9 luni ale anului 2021 s-au manifestat mai ales în sectorul bunurilor nealimentare. În luna septembrie 2021 (comparativ cu septembrie 2020), prețurile bunurilor nealimentare au cunoscut o creștere semnificativă, pe fondul creșterii prețurilor la energie electrică și combustibili.

Figura 4.2. Evoluția prețurilor de consum, modificare procentuală față de aceeași perioadă a anului anterior

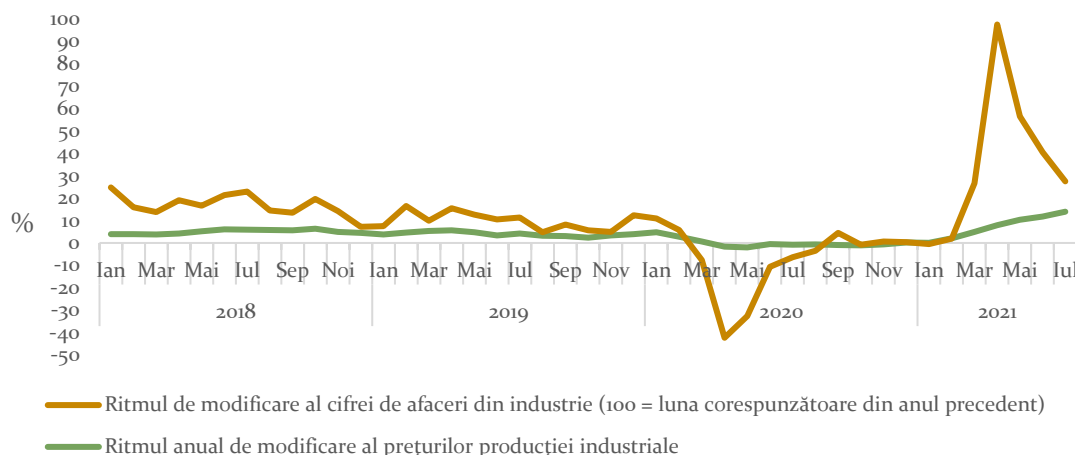


Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

Cifra de afaceri din industrie reprezintă un indicator relevant pentru dinamica activității economice. Ea a parcurs o perioadă de recuperare a contracției înregistrate în prima parte a anului 2021 față de aceeași perioadă a anului anterior. În mod similar, prețurile producției industriale evidențiază un trend crescător, saltul față de anul precedent fiind cu atât mai evident cu cât a fost marcat de o reducere anterioară semnificativă a prețurilor producției industriale, reducere generată de pandemie.

Peste acest efect se suprapun presiunile legate de creșterea cotațiilor materiilor prime și a gazelor naturale. Prețul gazelor naturale are o evoluție ascendentă și ca urmare a dinamicii prețurilor producției naționale, pe fondul lipsei investițiilor semnificative din industrie și al orientării tot mai pregnante către export a producătorilor români. În același timp, în perioada recentă, s-a resimțit o creștere a prețului energiei electrice pe piața concurențială, atât la nivelul României, cât și la nivelul celorlalte state membre UE, în condițiile creșterii cererii de consum și ale dificultăților înregistrate la nivelul ofertei.

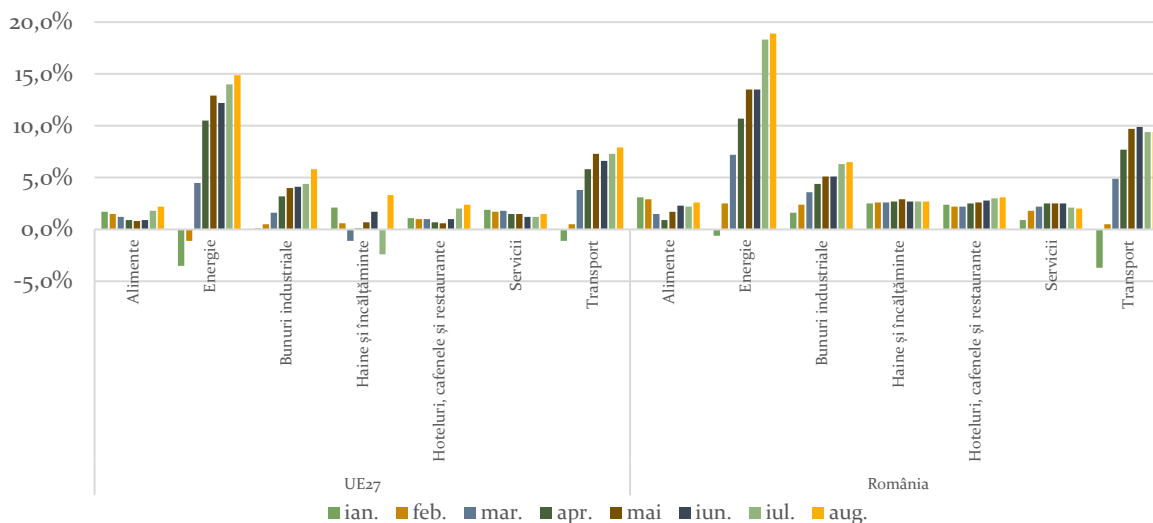
Figura 4.3. Modificarea procentuală a cifrei de afaceri din industrie și a prețurilor producției industriale, ianuarie 2018 – iulie 2021



Sursa datelor: Institutul Național de Statistică

La nivel sectorial, cele mai mari creșteri de preț aferente primelor opt luni ale anului 2021 au fost înregistrate la nivelul energiei, transportului și al bunurilor industriale. Segmentul de haine și încălțăminte, hotelurile, cafenelele și restaurantele sau serviciile au înregistrat creșteri de preț echilibrate, sub 5% în cazul României. Sectorul alimentar a cunoscut inițial o reducere a ritmului de creștere a prețului (în primele luni ale anului curent), urmată de o expansiune, pe fondul creșterilor de preț la energie și transport.

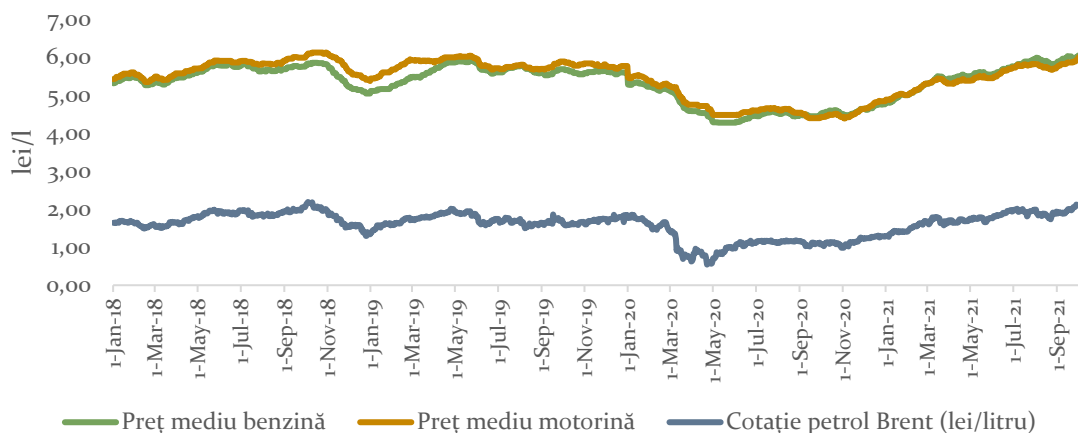
Figura 4.4. Evoluția indicelui armonizat al prețurilor de consum pentru diferite categorii de produse (variație față de perioada corespunzătoare din anul anterior)



Sursa datelor: Eurostat

Evoluția prețului mediu la carburanți din perioada ianuarie-octombrie 2021 reflectă, într-o măsură semnificativă, evoluția cotației petrolului Brent, în creștere, influențată de creșterea încrederii în economie și de continuarea procesului de revenire a activității economice începând cu mijlocul anului trecut.

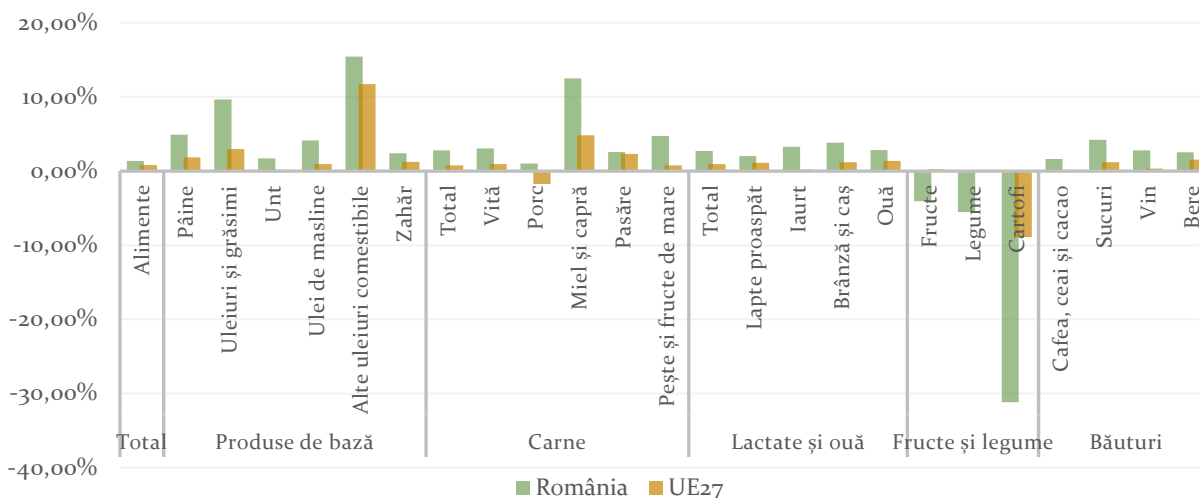
Figura 4.5. Evoluția prețului mediu al carburanților în România și al cotației petrolului Brent



Sursă: Monitorul Prețurilor

În ceea ce privește produsele alimentare, cele mai mari creșteri de preț aferente perioadei ianuarie - august 2021 s-au înregistrat, atât la nivelul României cât și la nivel european, pentru categoriile de uleiurile comestibile, uleiuri de măsline și pentru carnea de miel și capră, iar cele mai mari reduceri de preț au fost la legume și fructe (în special cartofii), pe fondul unui an agricol bun.

Figura 4.6. Evoluția prețurilor alimentelor și băuturilor (creștere lunară medie în perioada ianuarie-august 2021 față de aceeași perioadă a anului anterior)

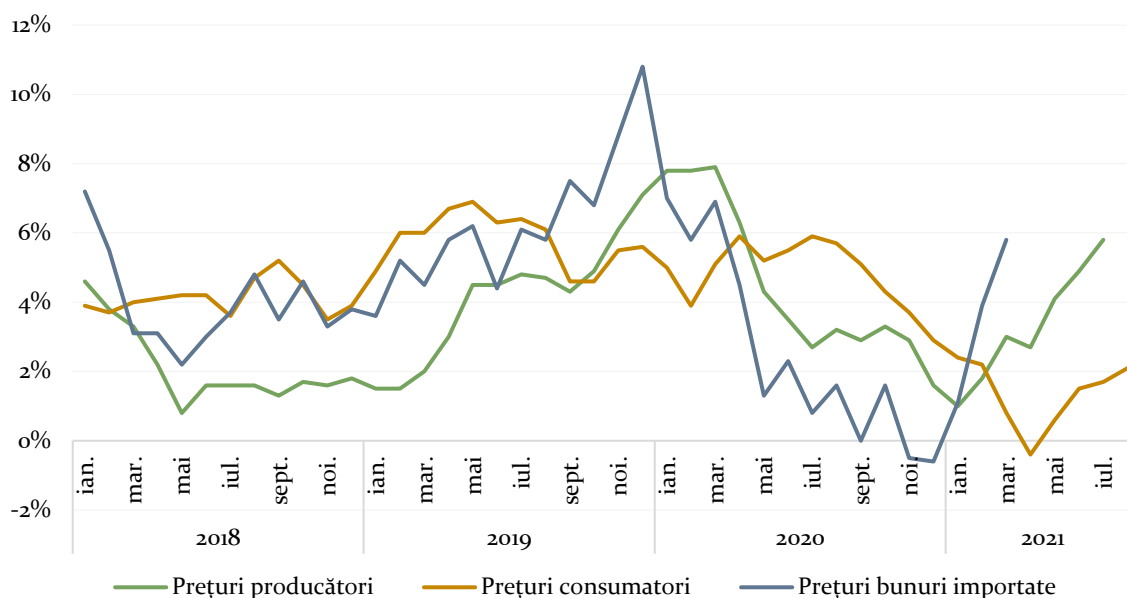


Sursa datelor: Eurostat

La nivelul lanțului de producție alimentară, se observă o evoluție crescătoare a prețurilor atât pentru producători cât și pentru consumatori, începând cu prima parte a anului. În această perioadă, cele mai mari creșteri au fost resimțite inițial de producători, pe fondul creșterii prețurilor de import și a prețurilor naționale pentru materiile prime. Întreprinderile resimt costuri în creștere pe mai multe filiere (materii prime, transport, energie), majorarea semnificativă a cererii permițând transmiterea acestora în prețurile finale suportate de consumator.

Lanțurile de aprovizionare cu materii prime s-au confruntat cu o presiune semnificativă în sensul creșterii prețurilor, fie din cauza lipsei efective a produselor respective, fie din cauza perturbărilor la nivelul transportului (lipsa containerelor, blocarea în porturi etc).

Figura 4.7. Modificarea prețurilor pe lanțul de producție a bunurilor alimentare în România (modificare procentuală față de aceeași perioadă a anului anterior)

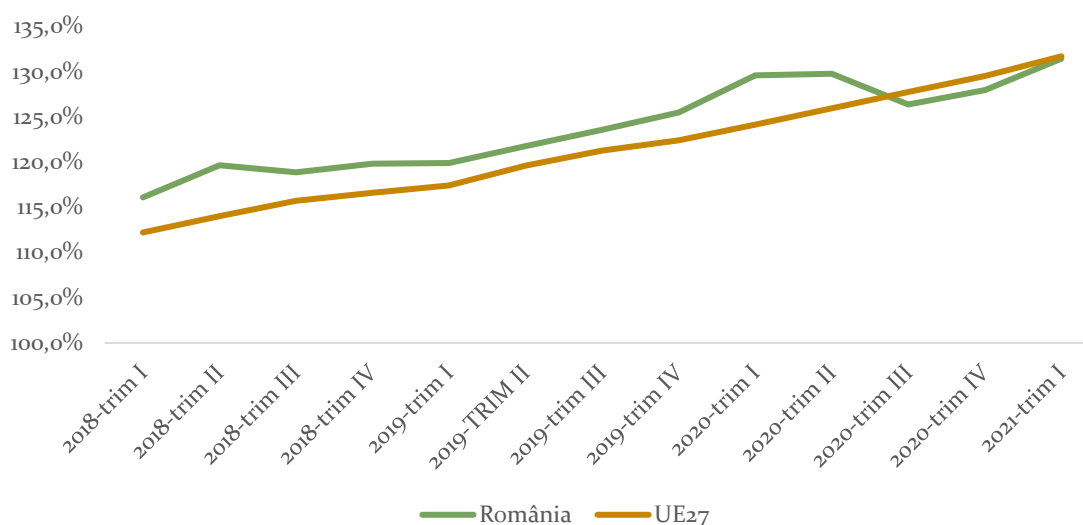


Sursa datelor: Eurostat

Tendința generală în sectorul imobiliar este de creștere a prețurilor, atât la nivel național, cât și la nivel european. În țara noastră, pandemia nu a afectat sensul evoluției prețurilor din domeniu, ci mai degrabă ritmul de creștere, care s-a diminuat. În figura următoare, se observă că, după jumătatea anului 2020, creșterea prețurilor a fost sub dinamica medie a Uniunii Europene.

Această dinamică a prețului poate fi explicată de creșterea cererii pentru locuințe sau a chiriilor, în contextul expansiunii muncii de acasă, reducerii încrederii de a dezvolta noi proiecte imobiliare în condiții de incertitudine ridicată sau creșterii prețurilor materialelor de construcții și a cheltuielilor de transport (dat fiind faptul că mare parte dintre materialele de construcții vin din import).

Figura 4.8. Indicele prețurilor din domeniul imobiliar, date trimestriale (2015=100)



Sursa datelor: Eurostat

5. TENDINȚE ÎN SFERA BUNURILOR DE CONSUM CU MIȘCARE RAPIDĂ

Comerțul este unul din sectoarele economice care au trecut prin schimbări semnificative în ultimii ani și, indiferent de tipul de comerț, elementul comun de noutate este faptul că tehnologia și digitalizarea au devenit indispensabile pentru buna funcționare a activității. În plus, evenimentele economico-sociale disruptive, cum sunt cele asociate pandemiei actuale, impun o adaptare rapidă și accelerează anumite tendințe de schimbare.

În cadrul raportului de anul acesta, sunt analizate două dintre activitățile comerciale cărora comportamentul consumatorilor în perioada pandemiei COVID 19 le-a trasat unele dintre cele mai stringente direcții de schimbare: activitatea de retail și, ca domeniu conex în măsură să reflecte schimbările în comportamentul de consum din această sferă, activitatea de curierat.

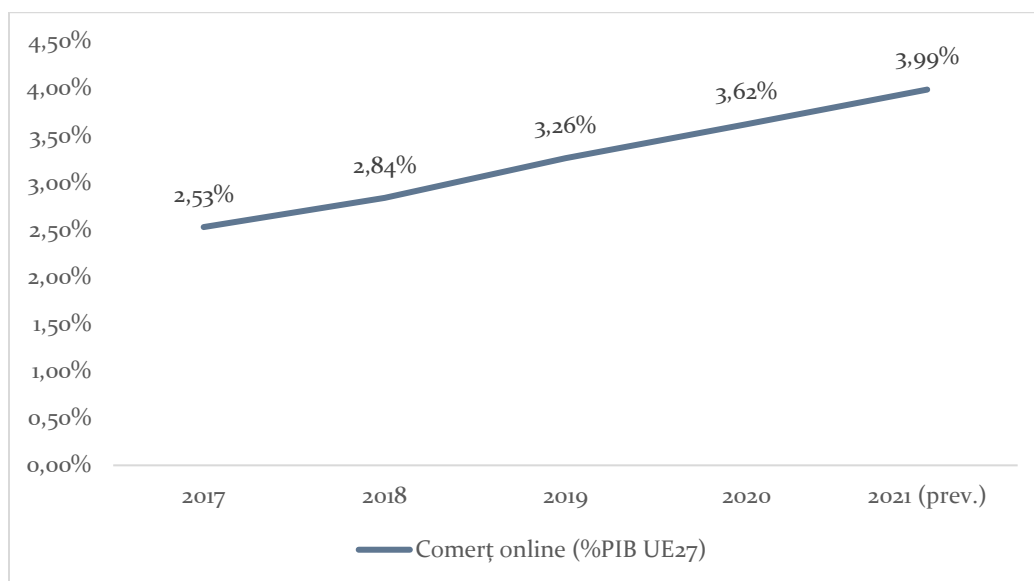
5.1. Digitalizarea pieței de retail

Comerțul electronic este printre subiectele cel mai des aduse în discuție în perioada pandemiei, dat fiind rolul lui în amortizarea efectelor crizei asupra cererii. Schimbările abrupte în comportamentul de consum au reprezentat un test de stres al capacității întreprinderilor din comerț de a absorbi creșterea cererii din mediul online într-o perioadă foarte scurtă de timp și, în același timp, le-au constrâns să planifice strategic modul de acțiune pe termen mediu și lung, pentru a ține pasul cu aceste tendințe.

Datele privind evoluția comerțului online au evidențiat în ultimii ani o creștere susținută. În plus, este de așteptat ca saltul datorat pandemiei să fie unul cu efecte de lungă durată, în condițiile în care consumatorii care au optat pentru achiziții online în această perioadă, pe fondul experienței dobândite și a avantajelor observate, vor continua să își procure, într-o măsură sau alta, bunurile necesare în acest fel.

La nivelul Uniunii Europene, ponderea populației care a realizat achiziții online a crescut cu 5 pp pe parcursul anului 2020 (de la 60% în 2019, la 65% în 2020).

Figura 5.1. Evoluția comerțului online în Uniunea Europeană



Sursa datelor: Ecommerce Europe

La nivelul României, potențialul de dezvoltare al segmentului este unul semnificativ, dat fiind gradul actual de utilizare a canalelor digitale.

Potrivit Eurostat, 38% din populația României a făcut cumpărături online în 2020, o valoare mare față de situația ultimilor ani (23% în 2019, respectiv 11% în 2015), dar mică prin comparație cu media Uniunii Europene, de 65%. Acest procent ne situează pe penultimul loc în clasamentul statelor membre, în ciuda unei rate ridicate de utilizare a internetului în rândul populației (de 85% în 2020)¹. Pe latura ofertei, la nivelul anului trecut, 18% dintre întreprinderile din sectorul real au realizat vânzări online², nivel similar mediei europene.

Conform estimărilor Asociației Române a Magazinelor Online, comerțul online din România a atins, la finalul anului 2020, pragul de 5,6 miliarde de euro³, cu 30% mai mult decât în 2019, când valoarea acestuia era estimată la aproximativ 4,3 miliarde de

¹ Populația între 16 și 74 de ani.

² Într-un procent de minim 1% din cifra lor de afaceri.

³ Valoarea de 5,6 miliarde de euro face referire la toate tranzacțiile generate din România atât către comercianții autohtoni, precum și către magazinele online din afara granițelor țării și reprezintă strict segmentul e-tail, adică produsele fizice (tangibile) care au fost cumpărate prin internet. Nu sunt incluse serviciile, plata facturilor la utilități, conținutul digital sau biletele de avion, vacanțele și călătoriile, rezervările hoteliere, biletele la spectacole ori la diferite evenimente (categoriile din urmă cunoscând o contracție considerabilă în 2020, cauzată de restricțiile de circulație și de măsurile de distanțare fizică).

euro. Creșterea a depășit previziunile inițiale cu aproximativ 500 de milioane de euro, pe fondul efectelor pozitive ale pandemiei asupra achizițiilor online.

În același timp, marii procesatori de plăți au raportat creșteri de volum de până la 60% pe parcursul anului trecut și valori medii mai mari ale tranzacțiilor plătite cu cardul⁴. Așa cum vom vedea însă din datele furnizate de principalele întreprinderi de curierat, la nivelul segmentului *business-to-consumer*, plata ramburs la livrare rămâne opțiunea majoritară.

Dezvoltarea sectorului depinde atât de disponibilitatea consumatorilor de a opta pentru achizițiile la distanță, cât și de capacitatea întreprinderilor din comerț de a se adapta cerințelor și preferințelor în continuă dinamică.

Astfel, dincolo de factorii ce țin de cerere (precum obiceiurile de consum, lipsa competențelor necesare, îngrijorări privind securitatea tranzacțiilor sau privind termenele de livrare), unii dintre ei plasați în plan secundar în condițiile restricțiilor de mobilitate și ale măsurilor de distanțare fizică, pe latura ofertei, apar obstacole specifice în adaptarea unui nou model de afaceri.

În plus, la nivelul ofertei, criza a venit cu provocări suplimentare: sincope în aprovizionare, fluctuații ale comenzilor, reflectate în probleme de gestionare a stocurilor, lipsa capacităților de transport și creșterea costurilor aferente transportului, probleme de livrare, insolvența furnizorilor, presiunea la nivelul resurselor umane ș.a.

Soluțiile pentru aceste probleme vin din zona de IT, digitalizarea și automatizarea proceselor sau soluțiile de optimizare logistice fiind adoptate de cele mai multe rețele de magazine, care au realizat în ultimii ani investiții semnificative pentru dezvoltarea unor soluții de *e-commerce* adaptate tipologiei produselor comercializate și serviciilor conexe solicitate de consumatori, pentru digitalizarea serviciilor de plată la nivelul punctelor de vânzare fizice (precum implementarea caselor de marcat tip *self-service*), pentru implementarea etichetelor electronice, pentru monitorizarea stocurilor în timp real ș.a.

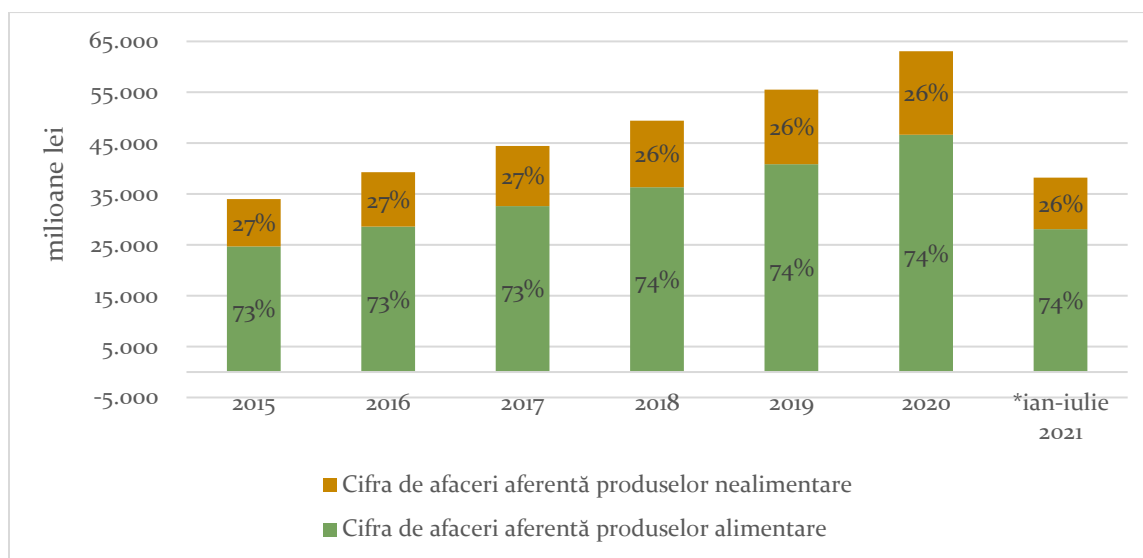
⁴ Conform Raportului GPeC *E-Commerce România 2020*, procesatorul NETOPIA Payments a înregistrat o creștere de 60% a volumului procesat în 2020, comparativ cu 2019, în timp ce volumul total procesat de PayU aproape s-a dublat în aceeași perioadă. În cazul ambilor procesatori, valoarea medie a tranzacțiilor plătite online cu cardul a crescut semnificativ în 2020, comparativ cu 2019: de la 165 lei, la 215 lei, în cazul NETOPIA Payments, respectiv de la 185 lei, la 225 lei, în cazul PayU.

5.2. Tendințe observate la nivelul marilor retaileri

Unul dintre domeniile mai puțin deschise comerțului la distanță în perioada pre-pandemică, dar care, dată fiind natura produselor, importanța lor în consum, a fost pus în poziția de a se adapta într-un timp foarte scurt noilor condiții este segmentul de retail preponderent alimentar.

Pentru a cunoaște demersurile întreprinderilor din acest domeniu, ne-am adresat principalilor 9 retaileri din România cu o serie de întrebări privind transformarea digitală. Întreprinderile chestionate au realizat, cumulativ, vânzări de peste 63 de miliarde de lei în 2020, preponderent din comercializarea de produse alimentare (74%).

Figura 5.2. Evoluția cifrei de afaceri cumulate a marilor retaileri, pe categorii de produse



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

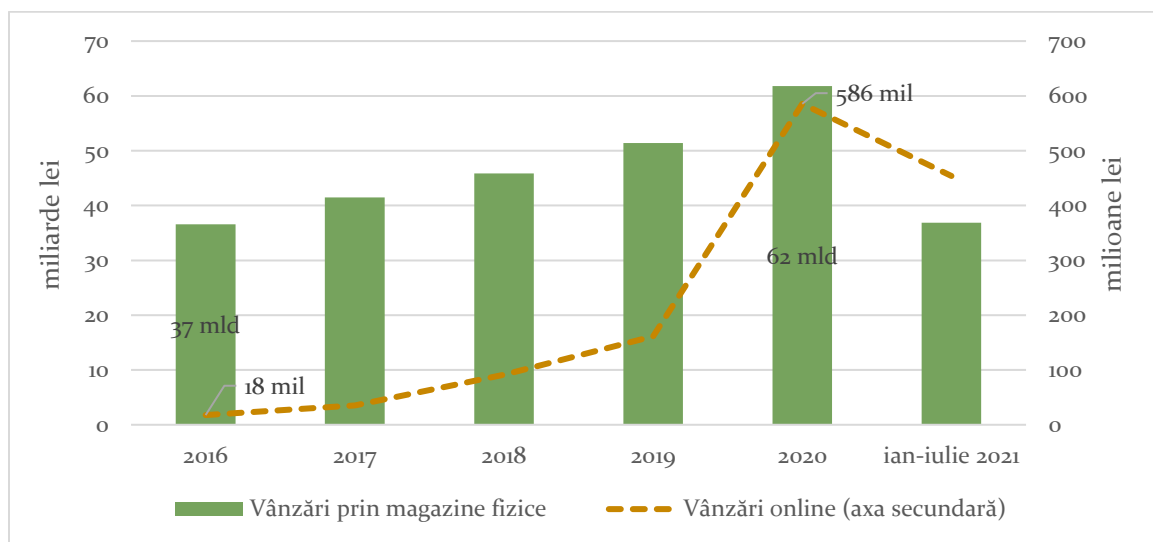
Orientarea comercianților către soluțiile de comercializare online a început să prindă contur în perioada 2015-2016, însă evoluția a fost rapidă, în termeni absoluți, vânzările din online dublându-se de la un an la altul chiar înainte de declanșarea crizei sanitare. Anul 2020 a înregistrat însă o creștere de peste 360% față de anul 2019. Ca pondere în totalul cifrei de afaceri, valoarea acestora este însă una redusă, depășind 1% pentru prima dată în anul 2021.

Acest procent scăzut al **vânzărilor online** evidențiază un potențial încă neexplorat de tranziție către un model *multi-channel*. Perioada pandemiei a oferit o oportunitate de

reașezare a modelelor de afaceri (prin depășirea unor obstacole ce țineau de obiceiurile de consum), care încă nu au reușit să integreze în strategia lor mai multe canale de promovare, vânzare și livrare a produselor, inclusiv pe fondul unei relative reticențe a populației față de utilizarea canalelor de achiziție online și a plăților cu cardul.

Dat fiind ordinul de mărime diferit al cifrei de afaceri din online față de cea din magazinele fizice, acestea sunt reprezentate grafic, în continuare, utilizând scale diferite.

Figura 5.3. Evoluția vânzărilor marilor retaileri prin magazine fizice comparativ cu cele prin intermediul canalelor online

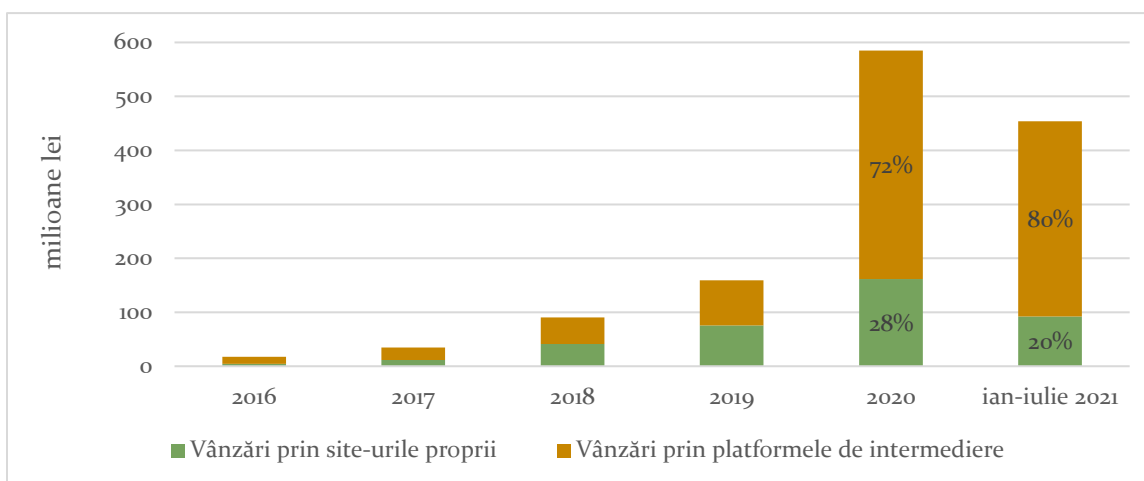


Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Nevoia stringentă de a accesa canale online a direcționat marii retaileri spre utilizarea **platformelor de intermediere** (Glovo, FoodPanda, Tazz, TakeAway ș.a.), care le-au oferit avantajul unui serviciu gata organizat, accesibil fără costuri de investiție inițiale și cu o arie de acoperire teritorială atractivă.

Deși unii retaileri au inițiat și realizarea unor facilități proprii destinate comerțului online, utilizarea altor platforme s-a dovedit cea mai accesibilă, pe termen scurt, în ciuda unor inconveniente evidențiate în răspunsurile transmise: lipsa comunicării directe cu clientul, lipsa vizibilității în proces, dificultatea de a gestiona stocurile deteriorate și retururile ș.a.

Figura 5.4. Structura vânzărilor online în funcție de canalul utilizat (site-uri proprii, respectiv platforme de intermediere)

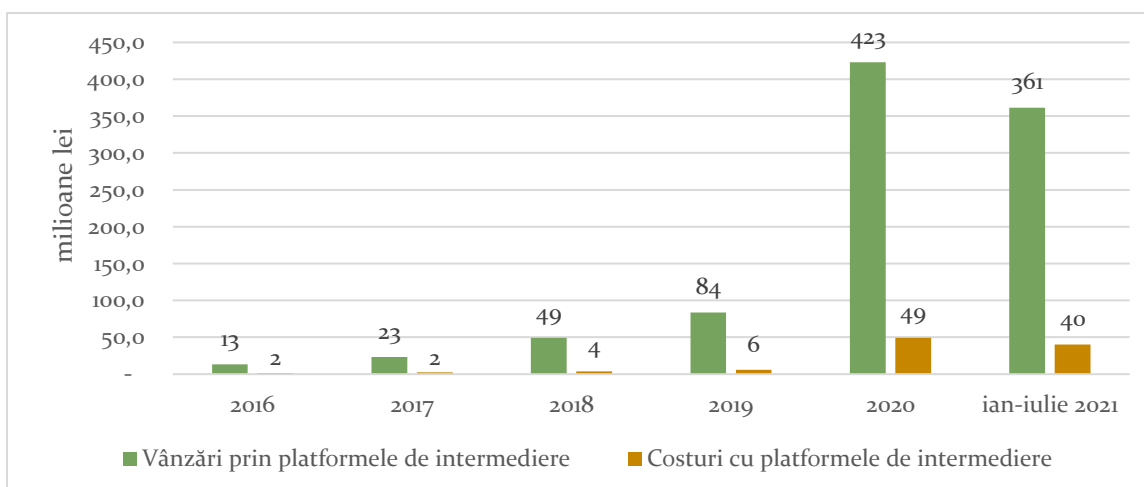


Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Așa cum se observă în figura precedentă, în anii 2020 și 2021, au predominat vânzările prin platforme gestionate de terți, acestea depășind de 3-4 ori volumul vânzărilor înregistrate prin site-urile proprii.

Costurile aferente utilizării platformelor de intermediere au crescut în 2020, raportat la perioada 2018-2019, de la 7-8% cost mediu, la 11-12% cost mediu, procentele fiind calculate prin raportare la valoarea vânzărilor.

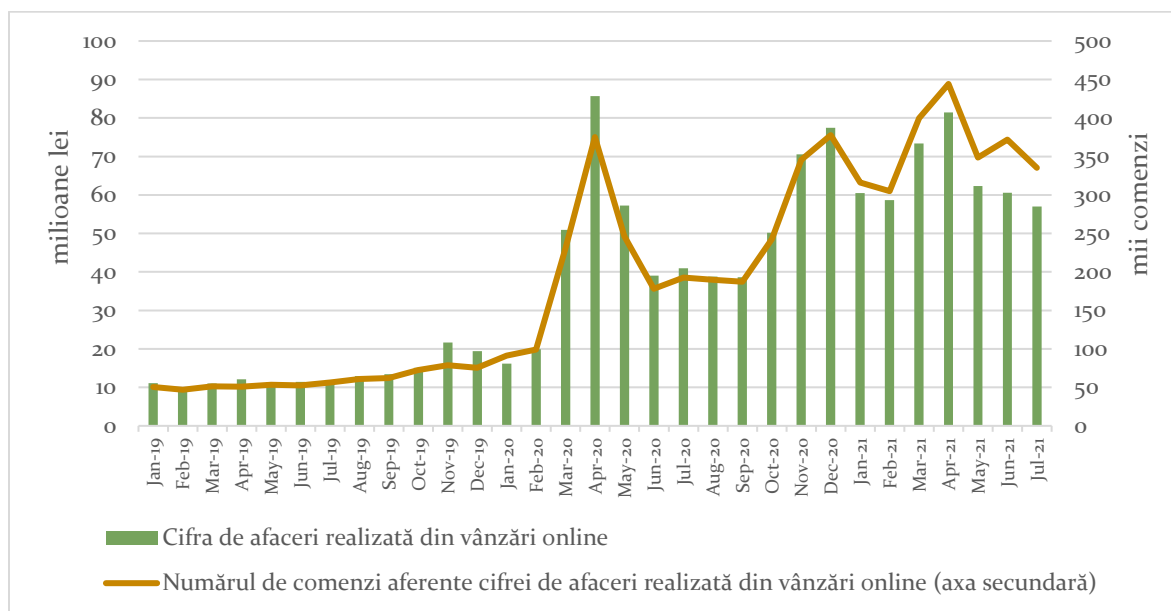
Figura 5.5. Evoluția vânzărilor marilor retaileri prin platforme de intermediere comparativ cu nivelul costurilor asociate



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Detaliind vânzările online la nivel lunar, putem remarca o evoluție abruptă la începutul pandemiei (martie-aprilie 2020). Se observă că impactul nu a fost unul temporar, ci unul cu efecte de durată, marcând premisele unei schimbări de durată în comportamentul de consum.

Figura 5.6. Evoluția lunară a vânzărilor online la nivelul marilor retaileri (număr și valoare comenzi)



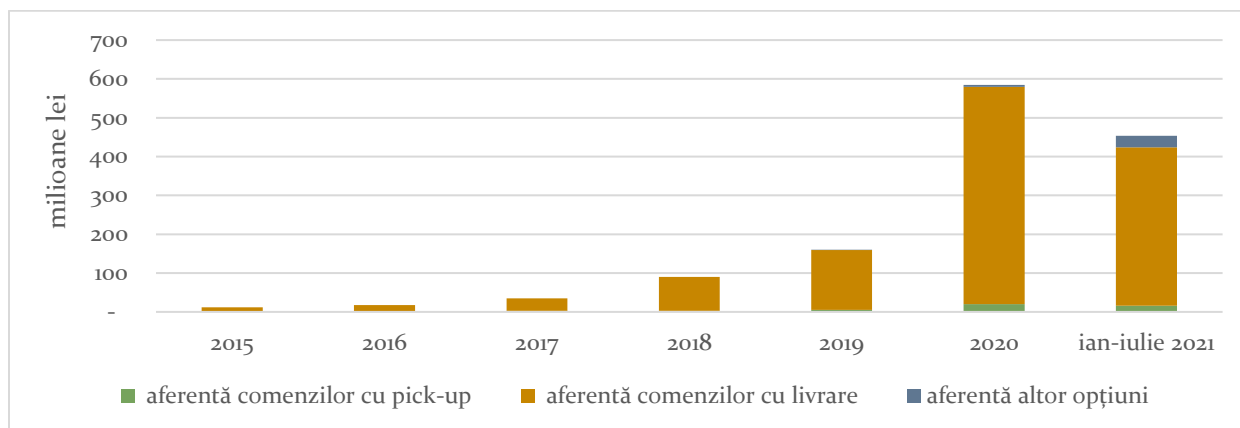
Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Din informațiile puse la dispoziție de retaileri, s-a constatat și faptul că **valoarea medie a comenzilor online** a avut un trend descendent în perioada analizată, ajungând la nivelul de 170 lei în luna iulie 2021 (de la o valoare de aproximativ 220 lei în ianuarie 2019)⁵. Așadar, modificarea observată în ultimii ani a fost aceea de orientare către comenzi mai multe și mai mici.

Merită menționat și faptul că cei care au comandat online au preferat majoritar **livrarea la domiciliu**, în detrimentul celorlalte opțiuni.

⁵ Evoluția indicatorului nu prezintă modificări sezoniere.

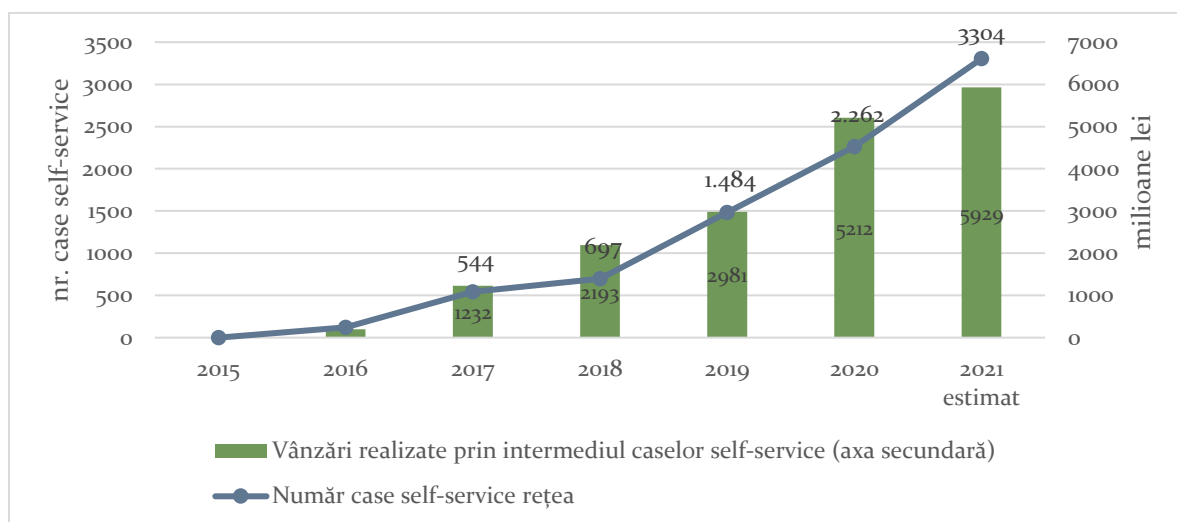
Figura 5.7. Structura cifrei de afaceri realizată din comerțul online de marii retaileri, în funcție de modalitatea de livrare



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Adaptabilitatea clienților la evoluția tehnologică este vizibilă și urmărind evoluția încasărilor prin **casele self-service**. Dacă în 2015 acest sistem nu era încă implementat, iar până în 2021 numărul magazinelor cu case self-service nu a depășit 600, totuși, nivelul vânzărilor realizate prin acestea a crescut semnificativ în anii 2020 și 2021. Variația indicatorilor arată că utilizarea caselor self-service a crescut semnificativ atunci când scurtarea timpului petrecut în magazine și minimizarea interacțiunii au devenit o necesitate.

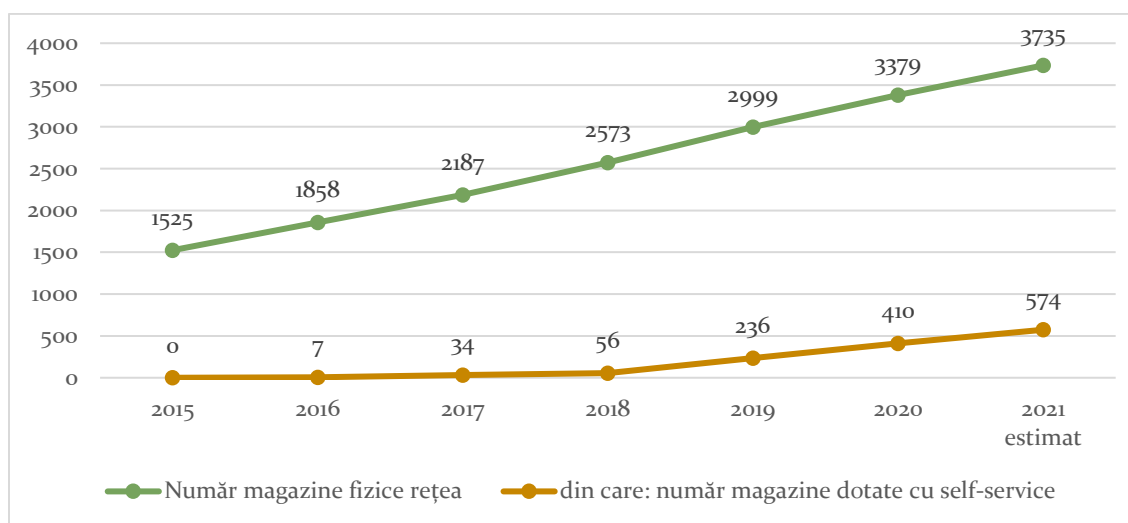
Figura 5.8. Numărul caselor self-service și valoare vânzărilor realizate prin acestea la nivelul marilor retaileri



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Estimările întreprinderilor chestionate sunt că, până la sfârșitul anului acesta, 15% din spațiile de vânzare vor fi dotate cu case self-service, acestea urmând a genera aproximativ 16% din totalul vânzărilor din magazinele fizice din 2021.

Figura 5.9. Numărul de spații de vânzare dotate cu case self-service la nivelul marilor retaileri, 2015-2021 (estimat)



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

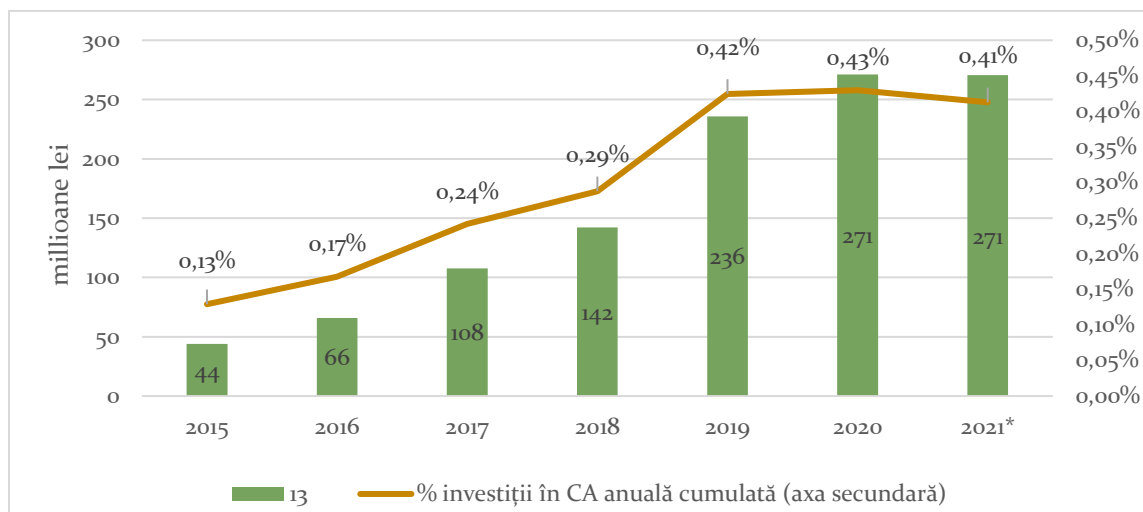
Datele privind **cheltuielile aferente demersurilor de digitalizare** confirmă faptul că marii retaileri s-au orientat, în ultimii ani, către implementarea și dezvoltarea de soluții care optimizează timpul petrecut fizic în magazin de către clienți.

Investițiile în tehnologizarea și automatizarea proceselor (case de marcat self-service, etichete electronice, dispozitive digitale, aplicații de *back-office* ș.a.) au crescut în perioada analizată (2015-2021), cea mai mare dinamică a cheltuielilor pe această zonă fiind observată la nivelul anului 2019.

Ponderea în cifra de afaceri nu depășește, la nivel agregat, 1%, însă situația trebuie coroborată cu faptul că domeniul de retail este caracterizat, în general, de marje relativ reduse.

Anii 2020 și 2021 au marcat un nivel stagnant al investițiilor, sugerând faptul că marii retaileri s-au axat mai degrabă pe identificarea unor soluții rapide de externalizare (ex. utilizarea platformelor de intermediere), decât pe un proces profund de transformare a modelului de afaceri.

Figura 5.10. Evoluția investițiilor în tehnologizarea și automatizarea afacerii, valori cumulate pentru marii retaileri (2015-2021)

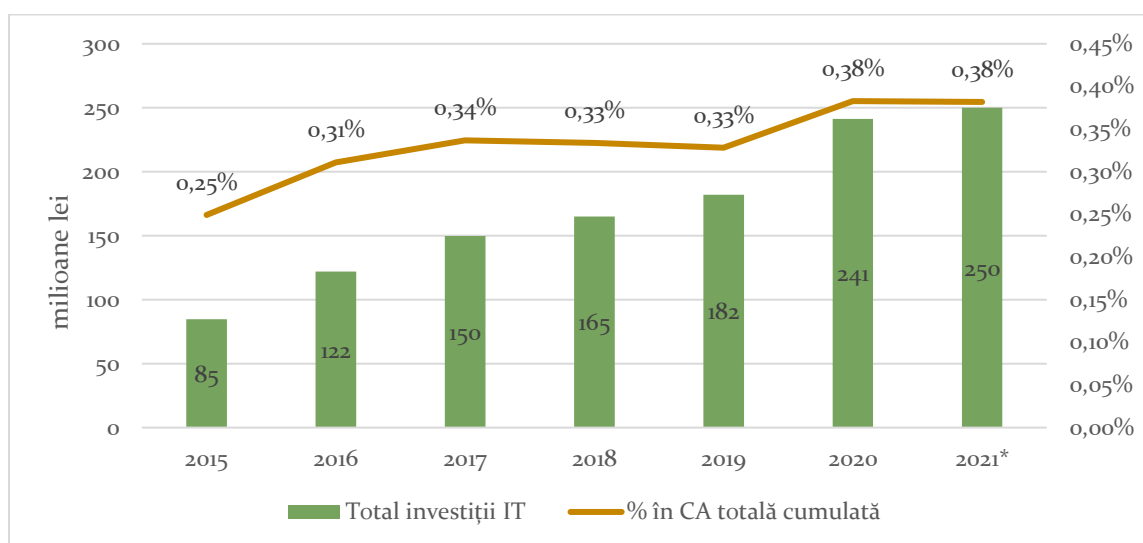


Notă: 2021*- valori estimate

Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Dezvoltarea aplicațiilor de *front* și *back-office* a impus realizarea de cheltuieli semnificative din sfera IT care să le susțină (referitoare la infrastructură, întreținere, procese, licențe etc.). Acestea au cunoscut, la rândul lor, o creștere susținută în perioada analizată.

Figura 5.11. Evoluția cheltuielilor în sfera IT, valori cumulate pentru marii retaileri (2015-2021)



Notă: 2021*- valori estimate

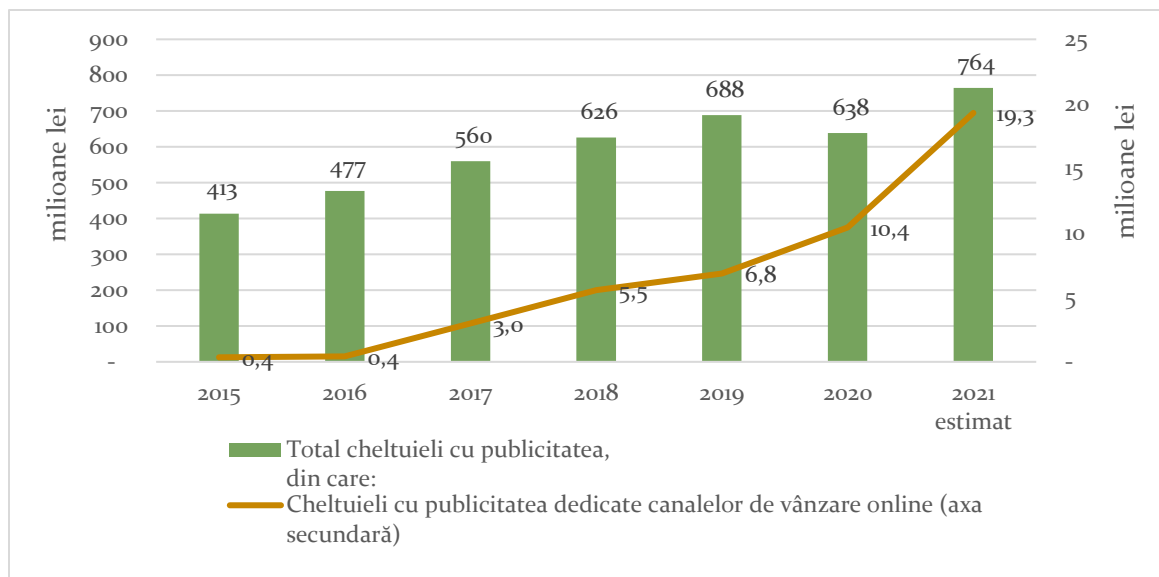
Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

Un alt indicator ce evidențiază interesul comercianților pentru zona de online este creșterea **cheltuielilor cu publicitatea dedicată canalelor de vânzare online**.

Astfel, ponderea cheltuielilor cu publicitatea dedicată vânzărilor online a crescut de la 0,08% din total cheltuieli cu publicitatea în anul 2015, până la aproximativ 1% în anul 2019, pentru ca în anul 2021 să atingă cota maximă a perioadei analizate, respectiv 2,53%.

Dat fiind ordinul de mărime diferit al cheltuielilor cu publicitatea dedicată vânzărilor din magazinele fizice față de cel al cheltuielilor cu publicitatea dedicată vânzărilor online, acestea din urmă sunt reprezentate grafic, în continuare, utilizând o scală diferită.

Figura 5.12. Evoluția cheltuielilor cu publicitatea dedicată canalelor de vânzare online comparativ cu totalul cheltuielilor cu publicitatea, la nivelul marilor retaileri



Sursa datelor: solicitări de informații top 9 retaileri

5.3. Dinamica sectorului de curierat

Sectorul de curierat a cunoscut o creștere considerabilă în decursul ultimilor 10 ani. Vorbim despre un volum de activitate de aproximativ 2,5 ori mai mare în 2020 față de 2010⁶. Astfel, dacă în 2010, cifra de afaceri agregată a întreprinderilor din domeniu înregistra o valoare de 2,7 miliarde de lei, zece ani mai târziu, aceasta depășea pragul de 6 miliarde de lei⁷.

Dinamica sectorului, în creștere susținută în ultimii ani, a fost accelerată în 2020, pe fondul schimbărilor aduse de pandemie. Măsurile de limitare a răspândirii virusului au făcut ca oamenii să opteze într-o tot mai mare măsură pentru achiziționarea online a produselor necesare cu opțiunea de a le primi acasă.

Creșterea cererii pentru serviciile de curierat și anticipările privind evoluția viitoare a sectorului au impus o adaptare pe măsură a forței de muncă. Numărul salariaților din domeniu, conform situațiilor financiare anuale, a crescut pe parcursul anului 2020 cu peste 13%, comparativ cu creșteri anuale de sub 5% în perioada pre-pandemică. Așa cum vom vedea în continuare, din datele obținute de la marile întreprinderi de curierat, această dinamică reflectă într-o măsură limitată situația resurselor umane, în condițiile în care cea mai mare parte a curierilor nu sunt salariați, ci colaboratori.

Analiza schimbărilor la nivelul activității de curierat, în special pe segmentul *business-to-consumer*⁸, denumit în continuare *B2C*, vine să completeze tendințele observate la nivelul marilor retaileri. Evoluția sectorului de curierat este în măsură să ofere o imagine de ansamblu asupra tendințelor recente din sfera bunurilor de consum, să reflecte schimbările comportamentului de consum al populației și impactul digitalizării asupra activității întreprinderilor din comerț.

Pentru atingerea acestor obiective, au fost adresate chestionare celor mai mari zece întreprinderi din sectorul de curierat, ale căror rezultate sunt diseminate în continuare, de o manieră agregată. Perioada vizată este ianuarie 2015 – iulie 2021.

⁶ Conform datelor financiare anuale puse la dispoziție de Ministerul Finanțelor Publice aferente codului CAEN 53 - Activități poștale și de curier.

⁷ Cifra de afaceri agregată pe codul CAEN 53, conform situațiilor financiare pentru anul 2020, a fost de 6,2 miliarde lei.

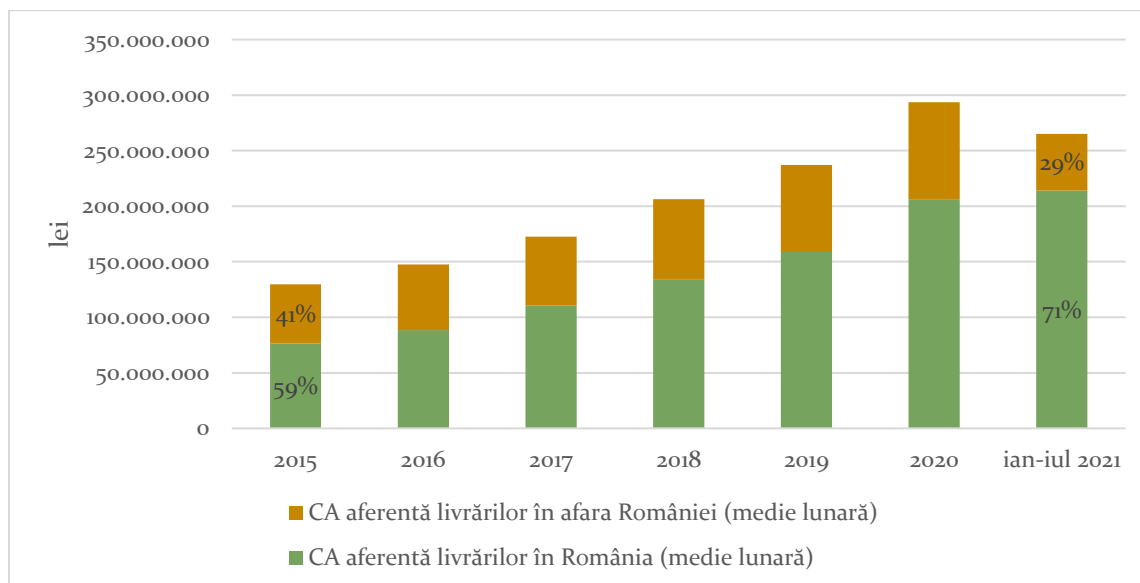
⁸ Comercianții care beneficiază de serviciile oferite de întreprinderile de curierat pentru livrarea produselor comercializate către consumatorii finali.

Transformările de fond la nivelul comerțului modern, desprinse din răspunsurile primite, așa cum sunt ele reflectate de evoluția activității de curierat pe segmentul B2C, sunt:

- o mai mare încredere în comerțul online, care alimentează creșterea accelerată a sectorului;
- o mai mare receptivitate în privința plăților cu cardul;
- nevoia de predictibilitate/flexibilitate/conveniență privind livrarea coletelor – importanța dezvoltării sistemelor de livrare prin *lockere*;
- scăderea valorii medii a comenzilor online;
- creșterea numărului de comenzi din zonele rurale;
- avansul zonei de comerț online de produse alimentare, considerată de nișă în anii anteriori.

Volumul de activitate al celor mai mari 10 întreprinderi de curierat (cărora le corespunde peste 70% din activitatea sectorului, conform datelor din situațiile financiare) a înregistrat un trend crescător, alimentat cu precădere de creșterea livrărilor pe teritoriul României (al căror ritm de modificare a fost mai alert comparativ cu cel aferent livrărilor în afara României).

Figura 5.13. Evoluția cifrei de afaceri medii lunare a marilor curieri în funcție de destinație



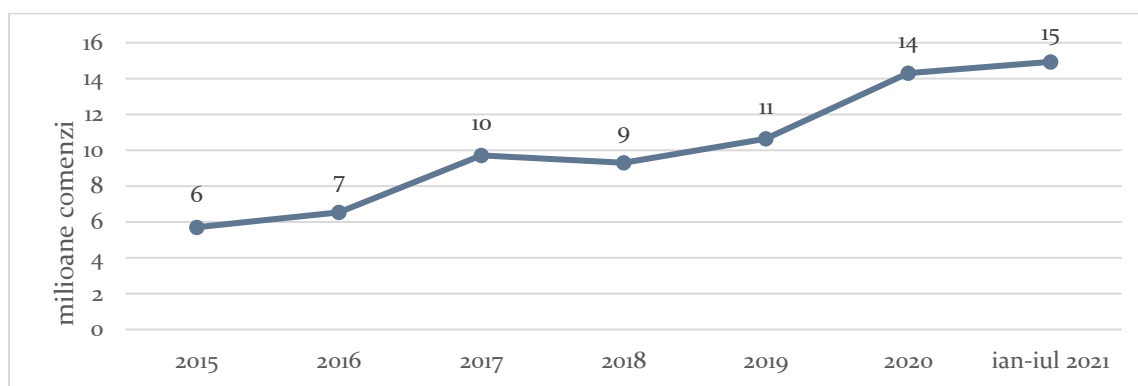
Notă: pentru a valorifica datele intermediare pentru 2021 și a asigura comparabilitatea, au fost utilizate medii lunare ale fiecărei perioade evidențiate grafic.

Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

Cea mai mare creștere a avut loc, așa cum era de așteptat, în 2020 (24% pentru cifra de afaceri totală și 30% pentru cifra aferentă livrărilor în România, comparativ cu situația din 2019).

În ceea ce privește **numărul de comenzi**, acesta a înregistrat o creștere de peste 160% în perioada analizată, dinamică explicată majoritar de evoluția pozitivă a livrărilor naționale. În 2020, de pildă, cele mai mari 10 întreprinderi de curierat au avut peste 170 de milioane de livrări, iar în primele 7 luni ale anului 2021 nivelul acestora depășise deja 100 de milioane. Evoluția la nivelul mediilor lunare este prezentată în figura următoare.

Figura 5.14. Evoluția numărului mediu lunar de comenzi aferente marilor întreprinderi de curierat



Notă: pentru a valorifica datele intermediare pentru 2021 și a asigura comparabilitatea, au fost utilizate medii lunare ale fiecărei perioade evidențiate grafic.

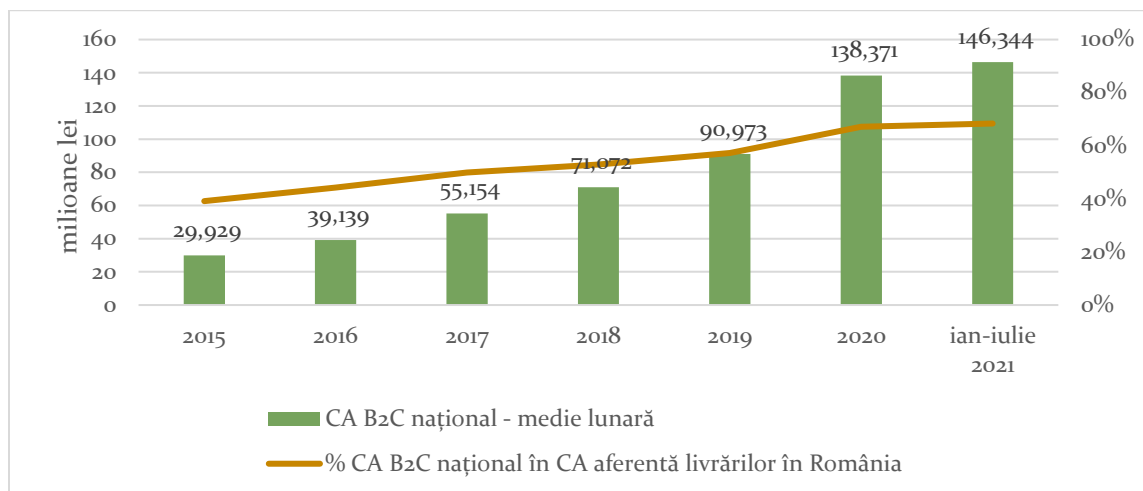
Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

Analizând mai departe structura vânzărilor, remarcăm creșterea accentuată a **cifrei de afaceri aferentă segmentului B2C** și saltul înregistrat odată cu izbucnirea pandemiei, dar și faptul că acest segment ajunge să reprezinte aproape 70% din cifra de afaceri pe segmentul livrărilor naționale în 2021, față de aproximativ 40% în 2015.

Doar 2 dintre cele 10 întreprinderi de curierat chestionate au intrat pe segmentul de transport de produse alimentare, utilizând în acest sens mașini dedicate, cu temperatură controlată, conform normelor în vigoare.

Merită menționat aici și faptul că cererea pentru serviciile de curierat este una cu un grad ridicat de **concentrare**. O pătrime din cifra de afaceri totală a marilor întreprinderi de curierat vine din livrările realizate pentru primii cei mai mari 10 clienți corporativi.

Figura 5.15. Evoluția cifrei de afaceri medii lunare pe segmentul B2C cu livrare națională

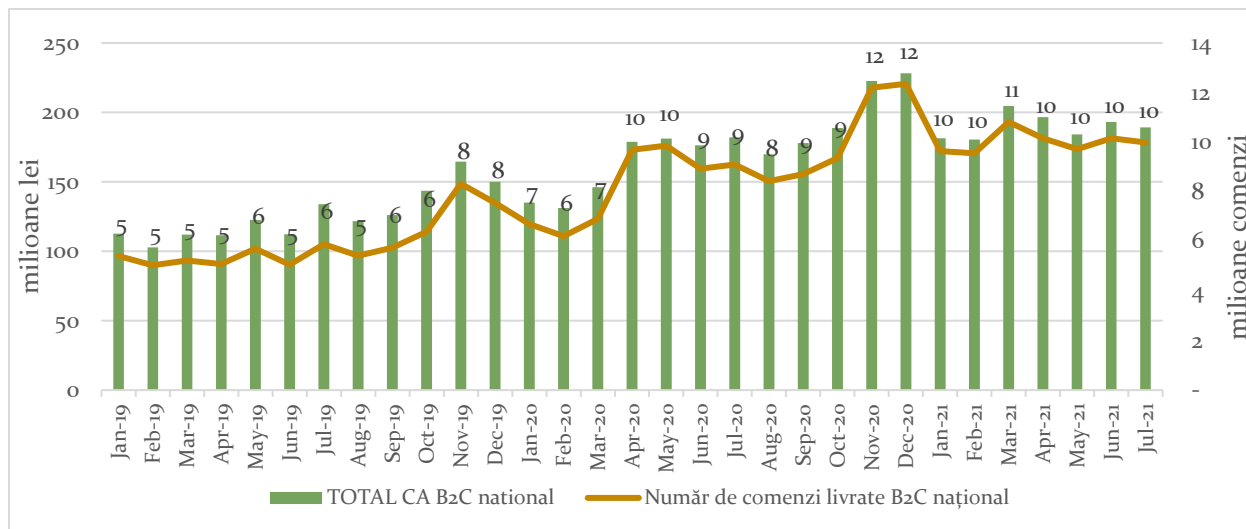


Notă: pentru a valorifica datele intermediare pentru 2021 și a asigura comparabilitatea, au fost utilizate medii lunare ale fiecărei perioade evidențiate grafic.

Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

Saltul înregistrat de segmentul B2C la izbucnirea pandemiei, suprapus peste trendul existent de creștere, este cu atât mai vizibil pe evoluția lunară a indicatorilor de activitate. În lunile aprilie și mai din 2020, numărul de comenzi aproape s-a dublat față de aceleași luni din anul precedent.

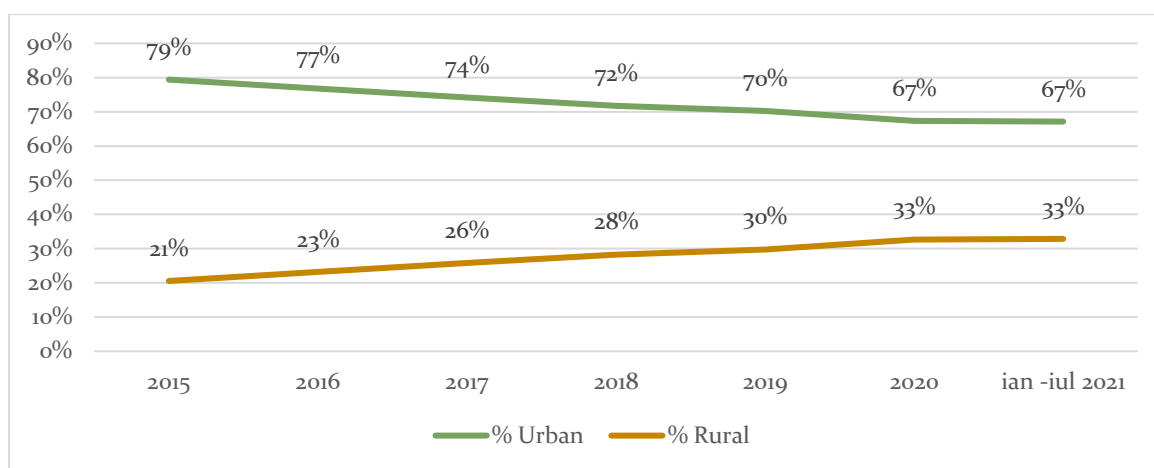
Figura 5.16. Evoluția cifrei de afaceri lunare și a numărului de comenzi pe segmentul B2C cu livrare națională



Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

O altă tendință observată din analiza structurii cifrei de afaceri a marilor întreprinderi de curierat este aceea de convergență la nivelul **mediilor de rezidență ale consumatorilor** de bunuri cu livrare la distanță. Astfel, raportul dintre cifra de afaceri a întreprinderilor de curierat pe segmentul B2C aferentă livrărilor naționale în mediul urban și cea aferentă livrărilor naționale din mediul rural tinde să se echilibreze. Activitatea curierilor în mediul rural, pe acest segment, deși minoritară în toată perioada analizată, a crescut de la aproximativ 21% în 2015, la 33% în 2020 și 2021.

Figura 5.17. Raportul urban/rural la nivelul cifrei de afaceri aferente segmentului B2C cu livrare națională

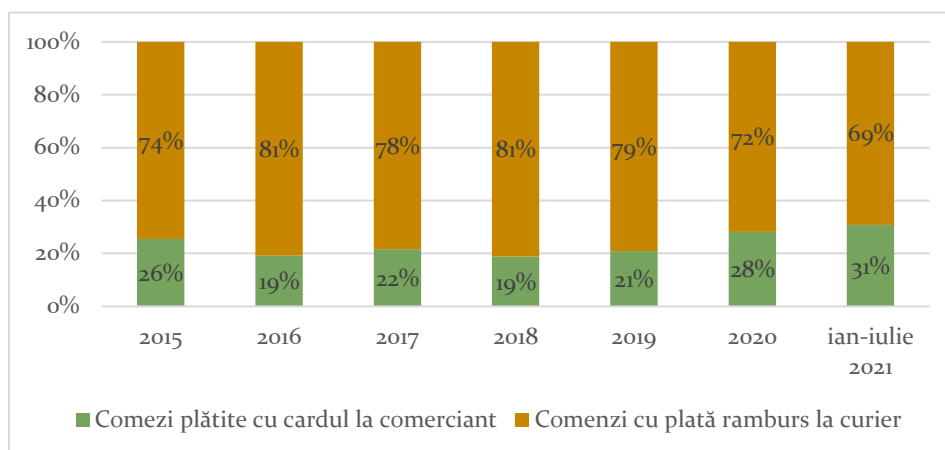


Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

În ceea ce privește **modalitatea de plată** a produselor comandate, nu au fost înregistrate schimbări semnificative. Analiza livrărilor B2C naționale ne arată faptul că, deși plățile cu cardul au cunoscut o ușoară creștere, plata ramburs la curier a rămas opțiunea preferată de majoritatea consumatorilor.

Maximul ponderii plăților cu cardul la comerciant a fost atins în 2021, fiind opțiunea aleasă în cazul a 31% dintre comenzile livrate de marii curieri pe segmentul B2C național.

Figura 5.18. Structura comenzilor B2C cu livrare în România în funcție de modalitatea de plată



Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

Merită menționat și faptul că opțiunea de **plată cu cardul la curier**, implementată de 3 dintre marile întreprinderi de curierat în perioada 2017-2019⁹, a fost utilizată într-o foarte mică măsură. De la implementare și până în prezent, ponderea anuală a plăților cu cardul la curier din totalul plăților ramburs, la nivelul operatorilor care au pus la dispoziție acest sistem de plată, nu a depășit 1%.

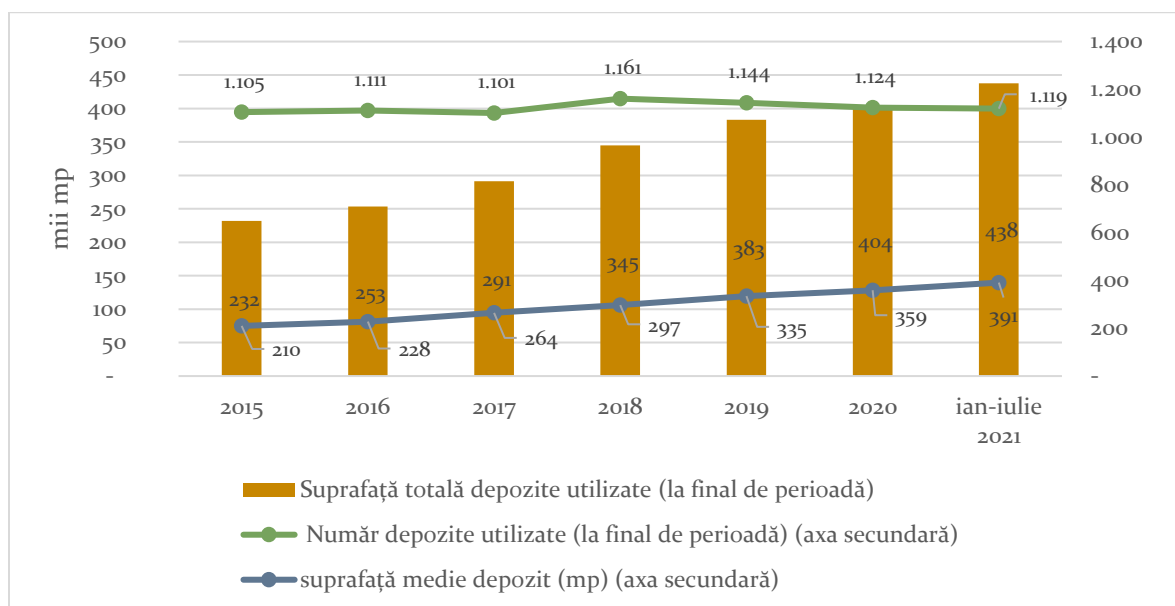
Alte două întreprinderi au menționat că intenționează să testeze/introducă această modalitate de plată în perioada următoare. Printre factorii care au inhibat un astfel de demers, au fost menționați: costurile ridicate comparativ cu plata în numerar, lipsa de încredere a consumatorilor față de utilizarea cardului bancar ca mijloc de plată și faptul că POS-ul ar reprezenta un echipament fizic adițional kit-ului curierilor, îngreunându-le activitatea. Dezvoltările din zona emitenților de carduri au făcut însă ca acest ultim obstacol să poată fi depășit, prin dezvoltarea de aplicații ce înlocuiesc echipamentul fizic.

Creșterea cererii pentru serviciile de curierat a presupus o adaptare pe măsură a **logisticii și a resurselor umane**.

Gestionarea unor volume mai mari a impus, pe de o parte, creșterea dimensiunii **depozitelor** utilizate și, pe de altă parte, eficientizarea activității logistice. Aceste schimbări se reflectă în creșterea suprafeței depozitelor utilizate, fără o creștere corespunzătoare a numărului acestora. Suprafața totală a depozitelor utilizate de marii curieri a crescut cu 88% în perioada 2015-prezent, în timp ce numărul a rămas relativ constant.

⁹ Pentru 1 din cele 3 întreprinderi, doar la nivelul comenzilor cu pick-up, iar pentru o alta, doar ca program pilot, întrerupt recent.

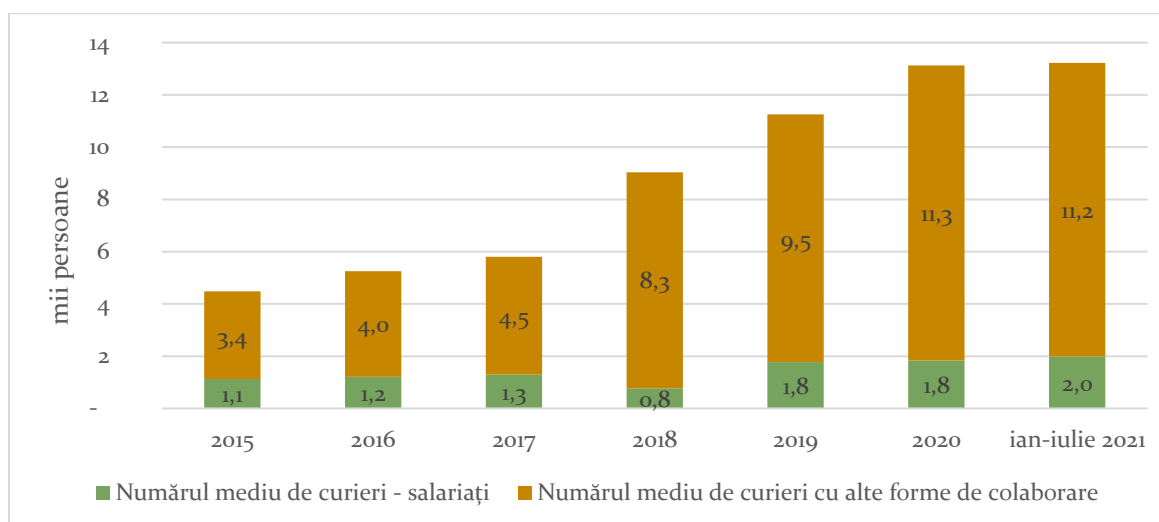
Figura 5.19. Situația depozitelor utilizate



Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

La nivelul forței de muncă, a avut loc o triplare a **numărului de curieri** în perioada analizată, creștere alimentată preponderent de curierii cu forme mai flexibile de colaborare. Aceștia din urmă reprezintă, conform celor mai recente date furnizate de marile întreprinderi de curierat, 85% din totalul curierilor activi.

Figura 5.20. Evoluția numărului de curieri activi



Sursa datelor: solicitări de informații top 10 întreprinderi de curierat

6. DIGITALIZAREA SERVICIILOR BANCARE

6.1. Elemente cadru

Transformarea digitală a sectorului bancar la nivel global și, implicit, în România a început încă de dinaintea declanșării pandemiei COVID-19. Pandemia și restricțiile aferente, în special cele de deplasare și de interacțiune socială, au accelerat însă ritmul cu care băncile au fost nevoite să țină pasul.

Implementarea programelor de transformare digitală în sectorul bancar reprezintă o prioritate de afaceri, în condițiile în care investițiile în tehnologie, orientate către creșterea eficienței, gestionarea riscurilor și valorificarea oportunităților de dezvoltare, sunt esențiale pentru asigurarea unui succes durabil.

Figura 6.1. Principalii factori determinanți ai planurilor de investiții în tehnologizare în perioada 2019-2021, la nivelul instituțiilor bancare



Sursa: EY Global Banking Outlook, 2018

Așa cum reiese din sondajul realizat de Ernst & Young în anul 2018, cu privire la demersurile viitoare ale unui număr de 221 de instituții, investițiile în tehnologizare sunt subscrise atingerii unor obiective strategice, precum: întărirea poziției pe piață, atragerea de noi clienți sau reducerea cheltuielilor operaționale și a riscurilor.

În același timp, peisajul concurențial devine din ce în ce mai provocator pentru sistemul bancar tradițional, pe măsură ce tehnologia digitală reduce barierele de intrare pe piață. Având în vedere faptul că *fintech-urile*¹⁰ atrag milioane de clienți noi, la nivel global, devine tot mai clar faptul că *status quo*-ul nu mai poate fi păstrat și că băncile tradiționale trebuie să întreprindă acțiuni tot mai îndrăznețe în ceea ce privește adoptarea noilor tehnologii. Pe de altă parte, de fiecare dată când avem de a face cu așa numita „*distrugere creatoare*”, apare și oportunitatea pentru actorii existenți pe piață de a evolua.

Nevoia de a acționa este intensificată atât de succesul *fintech*-urilor, cât și de așteptările clienților privind asigurarea unei experiențe bancare diferențiate. Aproximativ 40% dintre consumatori folosesc o platformă *fintech* pentru activitățile financiare zilnice și peste 90% dintre aceștia sunt mulțumiți de experiența avută, după cum arată un studiu realizat de McKinsey în 2021¹¹. În plus, încrederea consumatorilor în *fintech*-uri se află la nivel de egalitate cu cea în băncile tradiționale, multe dintre *fintech*-uri devenind mai puternice în timpul crizei, pe fondul trecerii la canalele digitale.

Trebuie avut însă în vedere și faptul că băncile tradiționale au anumite avantaje competitive, și anume: mai mult capital, mai multe resurse în termeni de personal și mai multă expertiză. În același timp, una dintre primele schimbări observate este aceea de a adapta interfața prin care clientul ia contact cu banca, aceasta începând să semene tot mai mult cu cea a *fintech*-urilor.

În România, *fintech*-urile s-au concentrat în principal pe schimburile valutare și pe plăți, oferind clienților comisioane aproape de zero. Totodată, ele oferă și aplicații de mobil, plăți instant și carduri de debit de tip *multi-account*, carduri virtuale, prin toate aceste servicii intrând în concurență directă cu sistemul bancar tradițional.

¹⁰ Termenul *fintech* (abrevierea pentru tehnologie financiară) se referă la întreprinderile care utilizează sisteme bazate pe tehnologie, fie pentru a furniza direct servicii financiare, fie pentru eficientizarea sistemului financiar. Mai multe informații se regăsesc în documentul Parlamentului European:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599348/EPRS_BRI\(2017\)599348_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599348/EPRS_BRI(2017)599348_EN.pdf)

¹¹ McKinsey, *Disrupting the Distrutors: Business Building for Banks*, 2021.

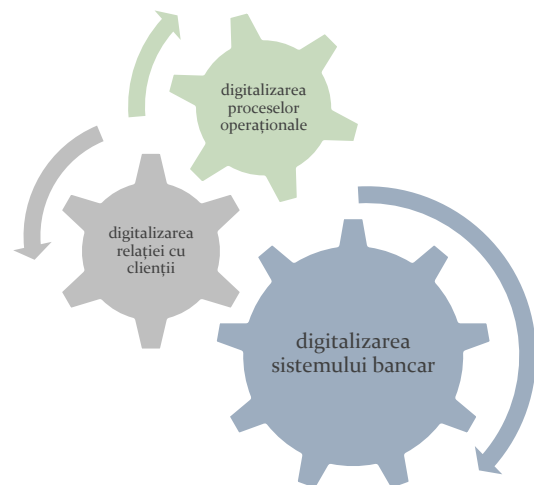
Fintech-urile nu reprezintă doar concurenți pentru băncile tradiționale ci, din contră, în multe situații le pot fi parteneri, deoarece au o capacitate ridicată de inovare și oferă soluții atât pe zona de digitalizare a serviciilor bancare, cât și pe zona de tehnologizare a activităților operaționale.

Multe bănci din sistemul bancar românesc au astfel de parteneriate încheiate cu fintech-urile. Acestea din urmă au o agilitate ridicată, pe fondul dimensiunii reduse și a structurii organizatorice simple, putând oferi rapid soluții la transformările alerte impuse de procesul de digitalizare. Structura flexibilă a fintech-urilor stimulează nu doar inovația, ci și capacitatea de a face rapid schimbări și de a construi pe baza lecțiilor învățate.

Parteneriatele băncilor cu fintech-urile vizează, conform Băncii Naționale a României, direcții precum: dezvoltarea și implementarea de aplicații core-banking, monitorizarea operațiunilor de plată ca parte a procesului și mecanismelor de securitate aferente operațiunilor de plată, dezvoltarea funcționalităților instrumentelor de plată electronică cu acces la distanță (de tip internet-banking, mobile-banking) ș.a.

În același timp, complementaritatea pentru sistemul bancar tradițional nu vine doar din partea fintech-urilor, ci și din sfera Big Tech. Actori precum Google și Apple au implementat propriile portofele electronice, ce pot fi integrate cu serviciile de carduri existente ale băncilor. Aceste companii de tehnologie au reușit să dezvolte rapid o interacțiune 100% online a clienților cu serviciile oferite, acest lucru conducând și la educarea clienților și, implicit, la deschiderea de noi oportunități pentru sistemul bancar tradițional.

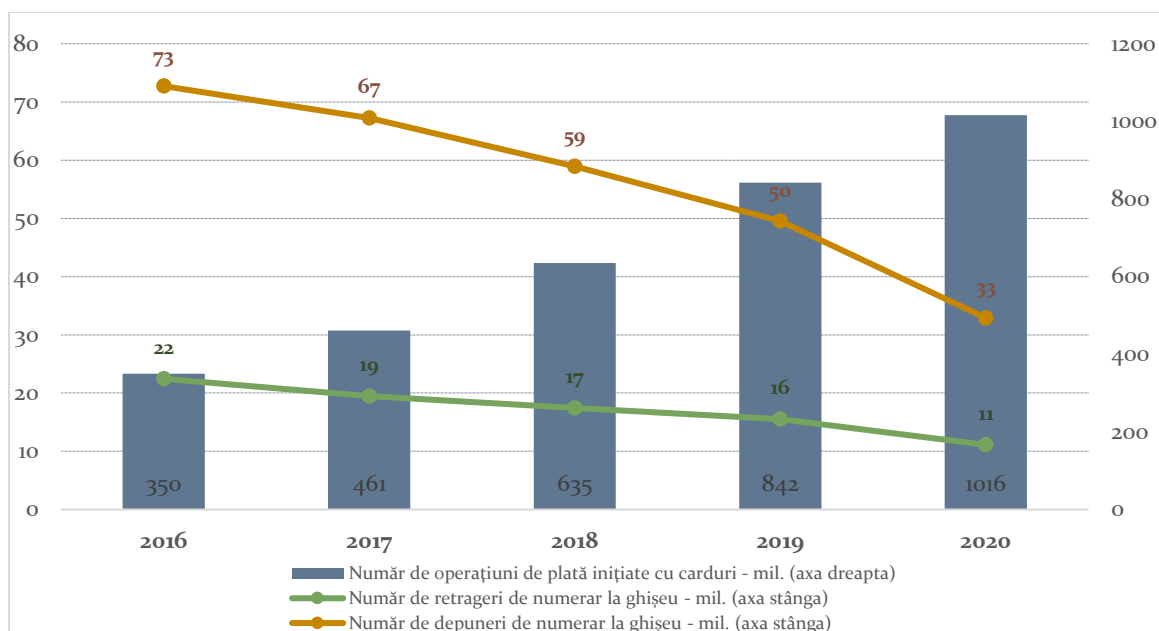
Identificând balanța optimă între inovație și managementul riscului, băncile și-au actualizat sau sunt în proces de actualizare a strategiilor cu privire la tehnologia informației și comunicațiilor, inserând aspecte referitoare la transformarea digitală atât la nivelul serviciilor oferite, cât și la nivel organizațional, pentru susținerea noilor cerințe de business.



O tendință relevantă din perspectiva digitalizării serviciilor bancare o reprezintă renunțarea populației și a întreprinderilor la utilizarea numerarului pentru derularea tranzacțiilor. Din datele puse la dispoziție de Banca Națională a României, se poate observa

faptul că, în perioada 2016-2020, atât retragerile, cât și depunerile de numerar la ghișeele băncilor comerciale au scăzut la mai puțin de jumătate. Totodată, în aceeași perioadă, se poate observa și o triplare a numărului de plăți cu cardul.

Figura 6.2. Evoluția unor indicatori reprezentativi pentru monitorizarea nivelului de digitalizare a sistemului bancar, în perioada 2016 - 2020



Sursa datelor: Banca Națională a României

6.2. Tendințe observate la nivelul celor mai mari bănci

Pentru a evalua procesul de digitalizare la sectorului bancar românesc, Consiliul Concurenței a transmis un chestionar **primelor 10 bănci comerciale** (clasament realizat în funcție de valoarea activului net bilanțier la nivelul anului 2020). Băncile astfel selectate reprezintă peste 85% din totalul sectorului.

Cotele calculate pe baza criteriului de selecție evidențiază și faptul că indicatorul CR10¹² a crescut anul trecut (de la 84,6% în 2019, la 85,8% în 2020), ceea ce înseamnă că sectorul și-a continuat trendul de concentrare.

¹² Cota cumulată de piață a primilor 10 actori.

Figura 6.3. Primele 10 bănci în funcție de valoarea activului net bilanțier la 31 decembrie 2020

Loc	Banca	Active 2020 (mil. lei)	Active 2019 (mil. lei)	Cotă de piață 2020 (%)	Cotă de piață 2019 (%)
1	Banca Transilvania	103.375,6	87.740,7	18,5%	17,7%
2	BCR	79.538,2	71.450,0	14,2%	14,4%
3	BRD	61.634,6	55.853,3	11,0%	11,3%
4	ING Bank	53.487,0	44.621,5	9,6%	9,0%
5	Raiffeisen Bank	51.282,9	42.876,3	9,2%	8,7%
6	UniCredit Bank	45.445,8	44.541,2	8,1%	9,0%
7	CEC Bank	41.297,6	32.897,8	7,4%	6,6%
8	Alpha Bank	17.912,3	17.820,5	3,2%	3,6%
9	OTP Bank	14.843,1	13.252,7	2,7%	2,7%
10	Eximbank	11.795,5	7.750,9	2,1%	1,6%
Total		480.612,6	418.804,9	85,8%	84,6%

Sursa datelor: Banca Națională a României

Schimbarea obiceiurilor de consum și a așteptărilor consumatorilor privind oferta de servicii bancare este un fapt relevat atât de studiile realizate la nivelul sistemului bancar global, cât și de răspunsurile la chestionarul transmis băncilor comerciale care activează pe plan național.

La baza procesului de digitalizare se regăsesc noi modele operaționale, concentrate pe nevoile clienților de a accesa diferite canale și dispozitive pentru a achiziționa și gestiona servicii cu un grad ridicat de disponibilitate. Băncile sunt conștiente de faptul că atât persoanele fizice, cât și cele juridice își doresc ca operațiunile și interacțiunea cu banca să poată fi făcute în mediul online. O astfel de opțiune reduce costurile clienților, în special în termeni de timp, iar, în condițiile pandemiei și ale măsurilor aferente de limitare a răspândirii virusului, ea devine o necesitate.

Răspunsurile transmise de marile bănci evidențiază formele multiple pe care digitalizarea le poate lua. **Principalele direcții de acțiune** vizează:

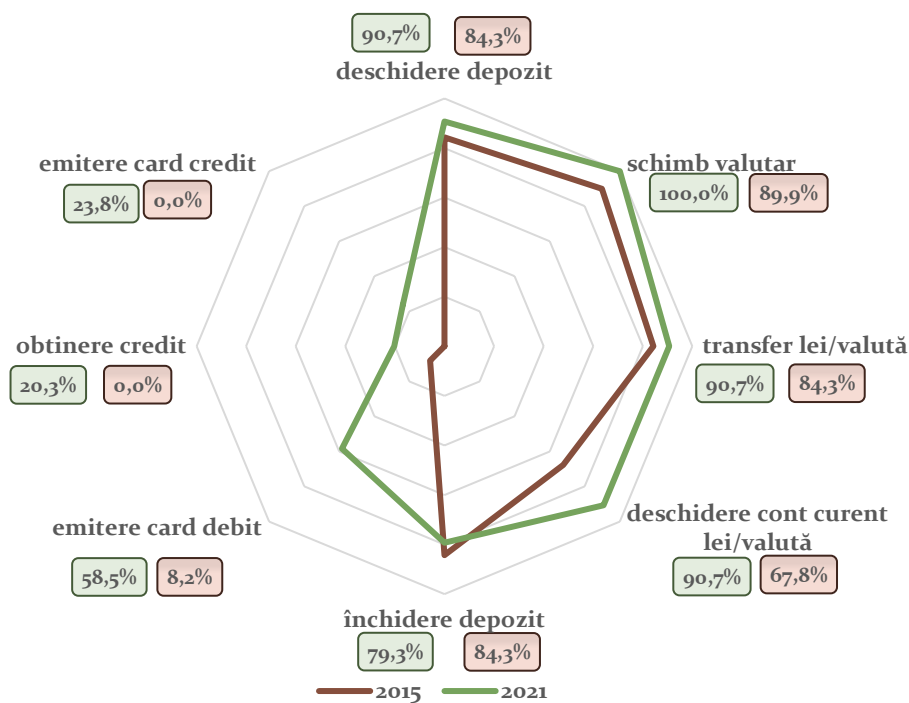
- Interfața cu clientul: intensificarea unei relații intermediare de platforme online și de dispozitive self-service;
- Plățile: creșterea plăților cu cardul;

- Open banking-ul: oferirea de produse și servicii bancare prin intermediul terților;
- Automatizarea proceselor: un timp scurt de răspuns, transparență ridicată, analiză mai rapidă a datelor etc.;
- Infrastructura și capacitățile de analiză a datelor: clienți mai bine informați, produse și experiențe personalizate și, în contrapartidă, măsuri adecvate de analiză a datelor pentru prevenirea și combaterea fraudelor.

Transformarea relației client-bancă, în sensul orientării într-o tot mai mare măsură către canalele de interacțiune la distanță, este evidențiată de creșterea gradului de utilizare a platformelor de online banking, dar și de demersurile băncilor de a asigura un grad de acoperire cât mai mare a rețelei teritoriale cu dispozitive self-service.

În prezent, un număr mare de utilizatori de servicii bancare au acces la o serie de operațiuni curente prin intermediul **aplicațiilor de online banking**: transferuri, schimb valutar, deschiderea/închiderea de conturi curente sau depozite.

Figura 6.4. Operațiuni disponibile prin aplicația de online banking - comparație 2015/2021



Notă: ponderi calculate pe baza numărului de clienți ai băncilor care au disponibile respectivele operațiuni prin online banking.

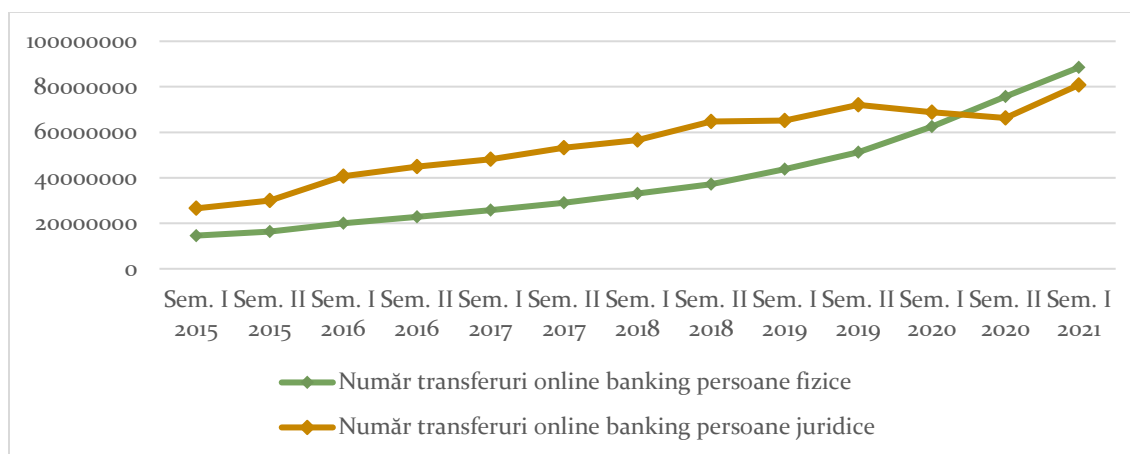
Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Astfel, o mare parte din operațiunile curente se pot efectua în mediul online. Zonele aflate în urmă sunt cele din sfera de creditare, inclusiv emiterea de carduri de credit.

Pentru introducerea instrumentelor de plată electronice, precum și pentru realizarea, pentru o perioadă determinată, de proiecte pilot de testare a acestora, prestatorii de servicii de plată trebuie să îndeplinească o serie de condiții, printre care se numără notificarea ex-ante a Băncii Naționale a României. Astfel, aceștia trebuie să transmită băncii centrale toate documentele care relevă funcționalitățile avute în vedere pentru testare sau pentru emiterea noilor instrumente și, respectiv, măsurile implementate pentru gestionarea riscurilor operaționale și de securitate aferente serviciilor de plată furnizate, prevăzute în *Regulamentul BNR nr. 2/2020 privind măsurile de securitate referitoare la riscurile operaționale și de securitate și cerințele de raportare aferente serviciilor de plată, cu modificările și completările ulterioare*.

Preferința consumatorilor pentru canalele de plată electronice se poate observa și din **creșterea susținută a numărului de transferuri realizate prin online banking**.

Figura 6.5. Evoluția transferurilor realizate prin online banking, în perioada 2015 – 2021 (semestrul I)



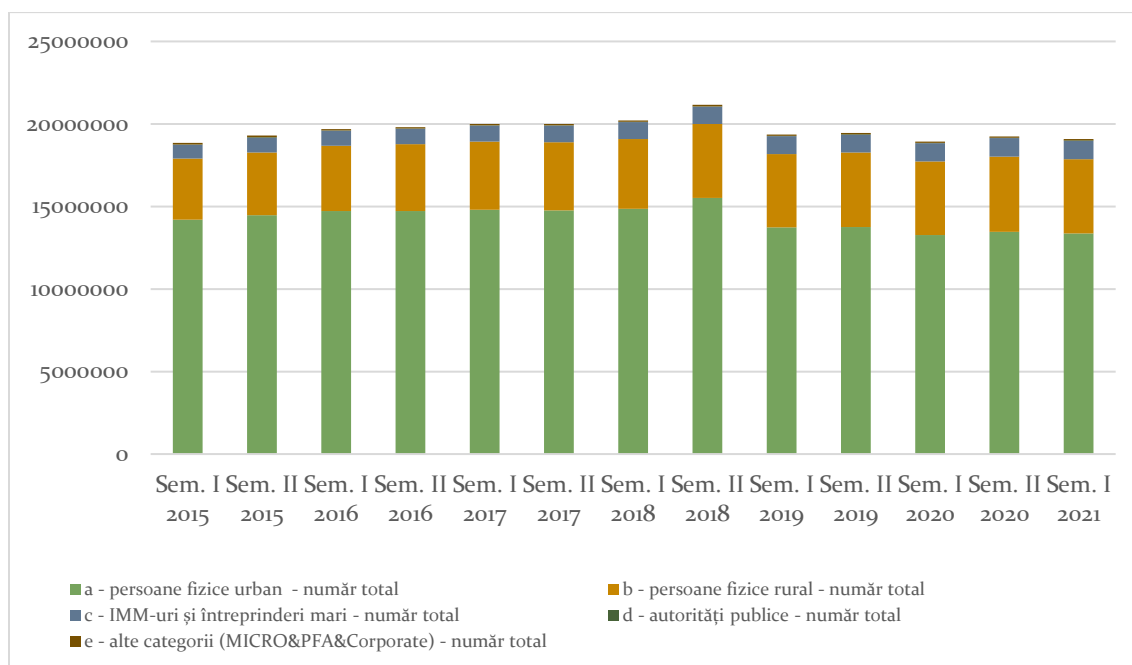
Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

În cazul persoanelor fizice, numărul transferurilor realizate prin online banking a crescut de 5 ori față de cel din 2015. La nivelul persoanelor juridice, impactul negativ al pandemiei asupra derulării afacerilor a devansat, în perioada de început, ritmul de creștere al indicatorului alimentat de digitalizarea relației cu banca.

Impactul digitalizării sistemului bancar se reflectă diferit la nivelul populației, în funcție de gradul de adaptabilitate a diferitelor categorii de consumatori la schimbările ce intervin în derularea relațiilor cu instituțiile bancare.

O segmentare relevantă în această privință este cea pe **medii de rezidență**.

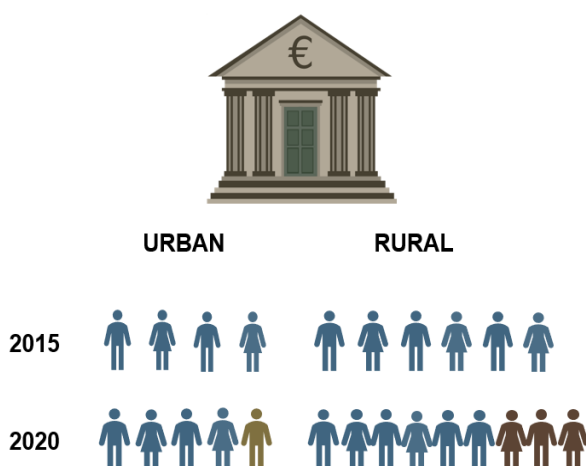
Figura 6.6. Evoluția numărului de clienți, pe categorii, în perioada 2015 – 2021 (semestrul I)



Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Numărul total al persoanelor fizice și juridice care au cont deschis la o instituție bancară nu s-a modificat semnificativ în anul 2020, față de anul 2015, creșterea fiind de 0,3%, alimentată de dinamica pozitivă a clienților din mediul rural (aici trebuie însă ținut cont și de efectul de bază).

Numărul persoanelor care au cont deschis la bancă și locuiesc în mediul rural este relativ scăzut, raportat la populația rezidentă în mediul rural din România.



Unul dintre efectele produse de digitalizarea și automatizarea proceselor, care poate fi observat încă de la începutul perioadei pentru care Consiliul Concurenței a solicitat informații, îl reprezintă diminuarea numărului de unități teritoriale¹³ ale instituțiilor bancare. Această evoluție reprezintă un parcurs normal al sistemului bancar, raportându-ne la ceea ce s-a întâmplat în țările occidentale.

Pe de o parte, diminuarea numărului de unități aduce reduceri de costuri operaționale pentru bănci. Pe de altă parte, în mediul urban, o unitate deservea aproximativ 4200 de clienți în anul 2015, ajungând în prezent să deservească 4700 de clienți. Schimbarea este mult mai dramatică în mediul rural, unde, în anul 2015, o unitate deservea aproximativ 6100 de clienți, ajungând în prezent să deservească 9000.

În general, populația din mediul urban are atât acces mai bun la rețeaua de internet, cât și cunoștințe de utilizare a acestuia și a aplicațiilor bancare mai avansate, ceea ce face ca procesul de digitalizare să fie unul eficient atât pentru bancă, cât și pentru clienți. Însă, în mediul rural, închiderea unităților și creșterea considerabilă a numărului de clienți pe care o unitate trebuie să îi deservească îngreunează accesul la sistemul bancar.

Propensiunea diferită spre utilizarea noilor tehnologii pe medii de rezidență reiese și din gradul diferit de dotare cu **unități self service** a rețelei teritoriale. În 2020, 79% din sediile din mediul urban erau dotate cu unități self-service, față de doar 8% în mediul rural.

România se situează pe locul 26 în clasamentul statelor membre UE în ceea ce privește indicii economiei și al societății digitale, astfel cum rezultă din Raportul DESI (*Digital Economy and Society Index*) pentru anul 2020¹⁴. Acest raport analizează 5 dimensiuni reprezentative. România se situează pe penultimul loc la capitolul capital uman și integrarea tehnologiilor digitale, respectiv pe ultimul loc în ceea ce privește utilizarea serviciilor de internet și a serviciilor publice digitale. Doar în ceea ce privește conectivitatea, țara noastră este poziționată mai bine, respectiv pe locul 11.

În perioada analizată, trendul de **utilizare a aplicațiilor de online banking** se menține unul crescător, la nivelul tuturor segmentelor de clienți, iar din anul 2018 se poate observa chiar o accelerare a ritmului de creștere (Figura 6.7).

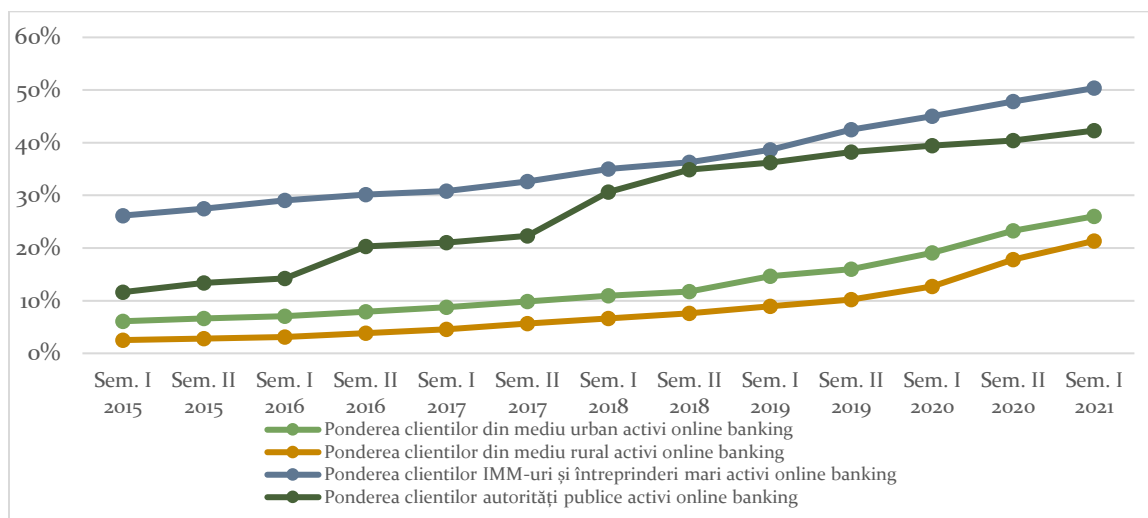
Această evoluție este dublată de situația observată la nivelul **numărului de carduri active** (Figura 6.8). Surprinzător este însă faptul că, în semestrul 1 din anul 2020, numărul acestora a scăzut, în condițiile în care perioada coincide cu cea în care au fost aplicate cele mai mari restricții. Una dintre posibilele explicații este aceea că populația a utilizat mai puțin

¹³ Sucursale, agenții, filiale.

¹⁴ CE, *Digital Economy and Society Index (DESI)*, 2020.

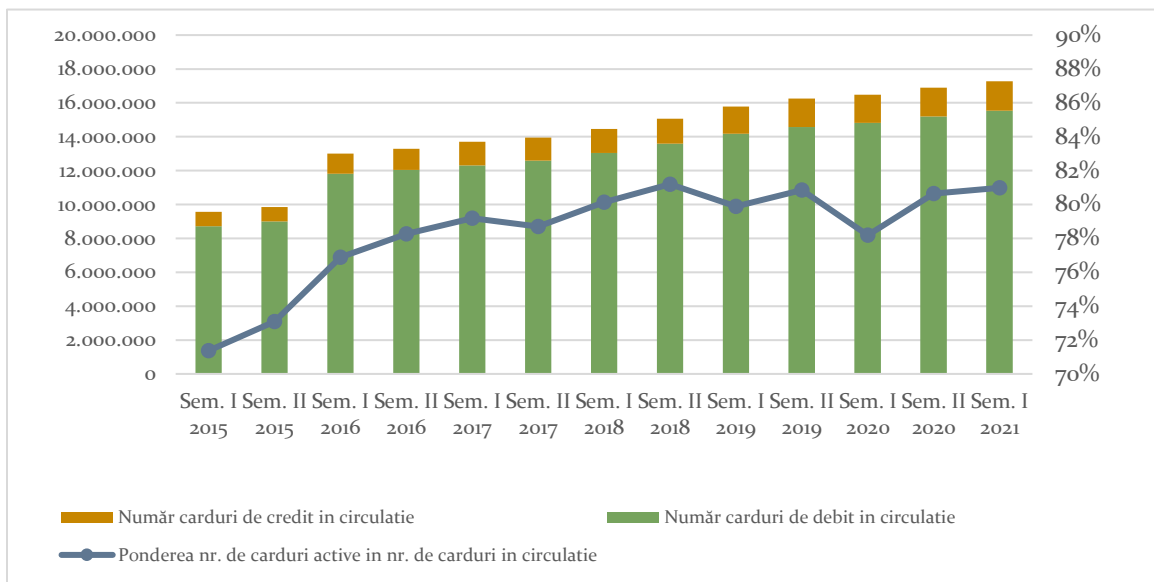
cardurile de credit, adesea folosite pentru achiziția de bunuri de folosință îndelungată, a căror cerere a fost puternic influențată la începutul pandemiei. În plus, în acea perioadă, multe întreprinderi, în principal din zona de servicii, și-au întrerupt activitatea.

Figura 6.7. Evoluția ponderii utilizatorilor de online banking activi¹⁵, pe segmente, în perioada 2015 – 2021 (semestrul I)



Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Figura 6.8. Situația cardurilor aflate în circulație, în perioada 2015 – 2021 (semestrul I)

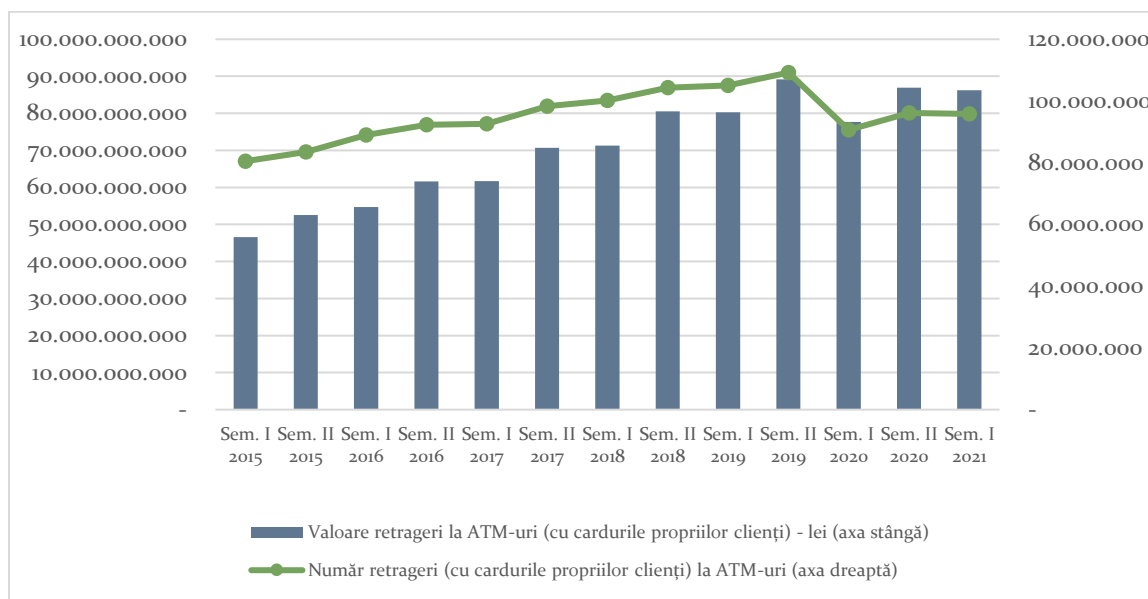


Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

¹⁵ Utilizatori care au inițiat cel puțin o tranzacție online în perioada de raportare.

Numărul **retragerilor de la ATM-uri** și valoarea acestora au fost în continuă creștere până în momentul declanșării pandemiei - primul semestru al anului 2020, când se poate observa o scădere semnificativă a ambilor indicatori. Deși numărul retragerilor de la casierii este mult mai mic decât cel al celor de la ATM-uri, sumele retrase sunt considerabil mai mari.

Figura 6.9. Situația retragerilor de numerar de la ATM-uri, în perioada 2015 - 2021 (semestrul I)

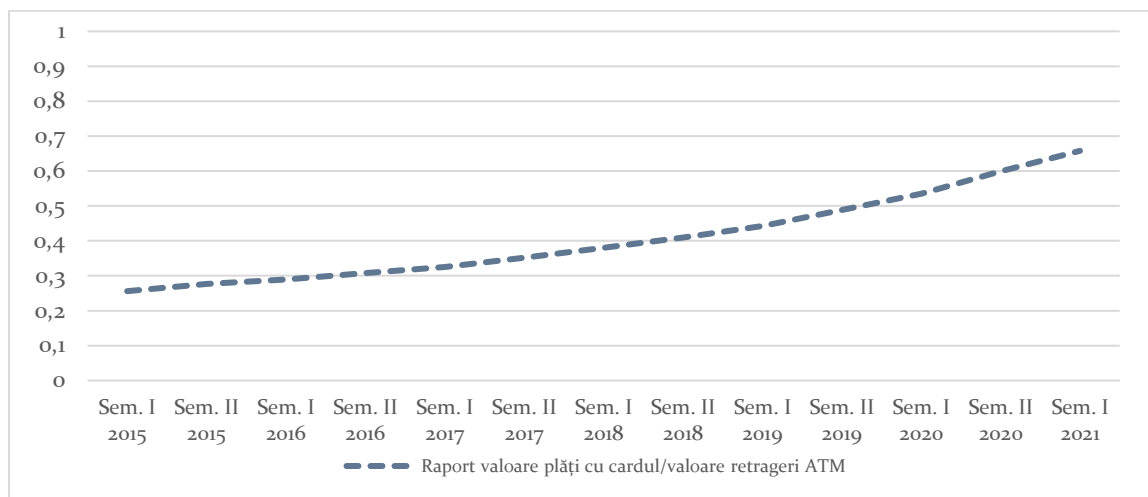


Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Față de anul 2015, când valoarea medie a unei retrageri la ATM a fost de 578 de lei, suma medie per retragere este, în prezent, de 900 de lei. Ținând însă cont de faptul că salariul minim net a crescut la 1.386 de lei în 2021, față de 785 de lei în 2015 (o creștere de 76%), iar la nivelul salariului mediu net creșterea a fost una și mai accentuată, evoluția sumei medii per retragere de la AMT nu contrazice trendul crescător de utilizare a mijloacelor de plată electronice, amploarea acesteia fiind semnificativ mai mică în perioada analizată (55%).

Cu toate acestea, **utilizarea cardurilor** pentru efectuarea de plăți este în continuare sub cea pentru retragerea de numerar, cu toate că, în perioada de după izbucnirea pandemiei, ecartul dintre cei doi indicatori s-a micșorat.

Figura 6.10. Utilizarea comparativă a cardurilor pentru plăți și retrageri, în perioada 2015 - 2021 (semestrul I)



Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

Alături de schimbările intervenite la nivelul interfeței dintre client și bancă și de intensificarea plăților cu cardul, transformarea digitală vizează, așa cum menționam la începutul secțiunii, și alte paliere.

Una dintre direcțiile de acțiune prioritare este cea de **Open Banking**, care face posibilă oferirea de produse și servicii bancare prin intermediul terților. Utilizarea API¹⁶-urilor deschise care permit dezvoltatorilor terți să creeze aplicații și servicii în jurul instituției financiare:

- permite accesul pe piața bancară a unor jucători din alte industrii (tehnologie, retail etc.), intensificând concurența în beneficiul clienților;
- crește transparența și întărește controlul clienților asupra informațiilor bancare, permițându-le accesul și prin alte aplicații decât cele oferite de instituțiile bancare;
- impune măsuri sporite pentru controlul și protecția datelor financiare ale clienților, deoarece acestea sunt distribuite într-un cadru mai larg.

¹⁶ *Application Programming Interface* (API) reprezintă un set de definiții de sub-programe, protocoale și unelte pentru programarea de aplicații și software.

Alte arii supuse transformării digitale sunt reprezentate de infrastructura bancară, capacitatea de analiză a datelor și automatizarea anumitor procese. Intensificarea interacțiunilor cu clienții prin intermediul interfețelor digitale, creșterea transparenței și îmbunătățirea accesului clienților la datele lor financiare, precum și la ofertele de produse și servicii, creează premisele luării unei decizii mult mai bine informate.

Totodată, îmbunătățirea capacității de analiză a datelor permite băncilor să creeze produse și experiențe personalizate în funcție de nevoile fiecărui client. Aceste noi capacități privind stocarea datelor cu caracter personal, analiza lor și intensificarea tranzacțiilor în mediul digital impun și costuri mai mari cu măsurile de prevenire și combatere a fraudelor. Este esențial ca sectorul financiar să fie pregătit în mod adecvat să facă față riscurilor informatice și cibernetice în creștere. Asigurarea unei funcționări sigure a infrastructurilor digitale a devenit mult mai importantă în noul context, în care numărul utilizatorilor de servicii financiare online a crescut semnificativ și, în consecință, și riscurile aferente.

Digitalizarea sistemului bancar generează volume mari de informații, care, prin tehnici și tehnologii specifice de colectare, stocare, prelucrare și analiză generează valoare. Utilizarea modelelor specifice de gestionare și analiză a datelor (predictivă, comportamentală sau a rețelelor sociale), alături de modelarea predictivă și inteligența artificială, modifică procesul de luare a deciziilor de la modelul bazat, în principal, pe experiența decidentului, la unul bazat pe informații și, de multe ori, pe experiența utilizatorului.

Analiza volumelor mari de date oferă posibilitatea identificării tiparelor de comportament și a preferințelor clienților, a corelațiilor și evoluțiilor pieței. Rezultatele analizelor sunt folosite în procesul de luare a deciziilor de business privind ofertele comerciale, segmentarea clienților pe categorii și personalizarea interacțiunii, identificarea clienților potențiali, managementul riscului, prevenirea fraudei digitale și a spălării banilor.

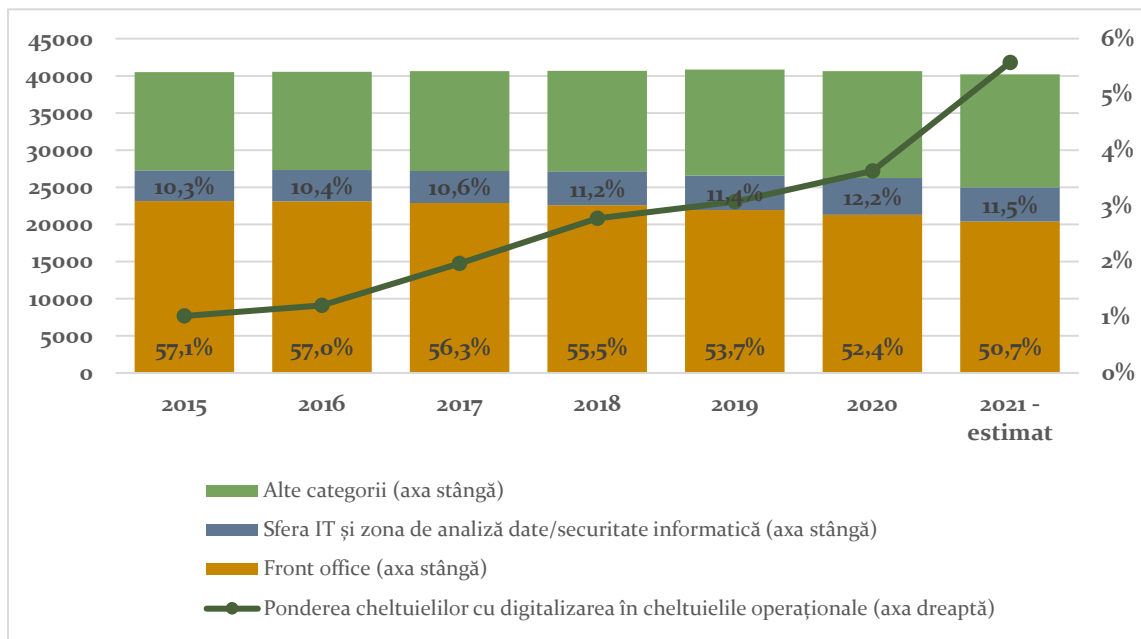
Toate aceste transformări se reflectă în modificări la nivelul structurii de personal și a celei de cheltuieli.

În ultimii ani, valoarea activelor cumulate ale primelor 10 bănci din sistem a crescut considerabil, de la 305 miliarde de lei în 2015 la 480 de miliarde în 2021. În toată această perioadă, numărul **personalului** a rămas relativ constant, aproximativ 40.000 de angajați, dar a suferit modificări de structură.

Schimbarea majoră se poate observa în reducerea cu 6,4% a ponderii personalului din front office și creșterea cu 1,2% a personalului din sfera IT și a celui responsabil cu securitatea cibernetică.

Cheltuielile cu digitalizarea au cunoscut, la rândul lor, o creștere semnificativă. În decursul ultimilor 6 ani, ponderea cheltuielilor cu digitalizarea în totalul cheltuielilor operaționale a crescut de la 1% la 5,5%.

Figura 6.11. Situația personalului din sistemul bancar și ponderea cheltuielilor cu digitalizarea în total cheltuieli operaționale (2015-2021, număr efectiv de poziții la 31 decembrie)



Sursa datelor: cereri de informații adresate primelor 10 bănci comerciale din România

6.3. Posibile bariere de natură legislativă în calea digitalizării sectorului bancar românesc

Legislația bancară emisă la nivel european este comună pentru toate statele membre. Directivele specifice impun o maximă armonizare legislativă la nivelul acestora.

În ceea ce privește digitalizarea, nu există legislație comunitară și națională care să reglementeze procesul în sine. Astfel, cadrul legislativ permite apariția unor actori inovativi, ceea ce se urmărește prin reglementare fiind doar asigurarea desfășurării activităților financiare sub considerentul administrării adecvate a riscurilor specifice.

Posibilele bariere în calea digitalizării sectorului, menționate de băncile comerciale chestionate sunt:

- Lipsa cadrului legislativ privind identificarea persoanei la distanță prin mijloace video, indispensabilă serviciilor bancare la distanță;
- Necesitatea ajustării legislației aferente proceselor de creditare și digitalizare a actelor notariale. În prezent, contractele de credit ipotecar/imobiliar nu se pot încheia la distanță, iar actele notariale necesită prezența fizică și semnătura olografă;
- Legea nr. 455/2001 privind semnătura electronică nu este corelată cu prevederile Regulamentului european eIDAS privind identificarea electronică și serviciile de încredere, adoptat în 2004, în vigoare din 1 iulie 2016;
- Directiva (UE) 2015/2366 privind serviciile de plată în cadrul pieței interne - PSD2 nu reflectă evoluția actuală a tehnologiei, cu efect de încetinire a procesului de transformare digitală;
- Digitalizarea instrumentelor de debit (cecurile, cambia și biletele la ordin) necesită adaptarea legislației aferente la noile realități tehnologice.

Merită menționat și faptul că, în septembrie 2020, Comisia Europeană a publicat *Strategia de finanțare digitală (DFS - Digital Finance Strategy)*, în continuarea planului său de acțiune fintech din martie 2018. Prin această strategie, Comisia urmărește să stimuleze inovarea responsabilă în sectorul financiar al Uniunii Europene, în special pentru întreprinderile digitale nou-înființate, cu un grad ridicat de inovare, cu accent pe reducerea eventualelor riscuri legate de protecția investitorilor, spălarea banilor și criminalitatea informatică.

Obiectivul strategiei privind finanțele digitale este de a transforma serviciile financiare ale Uniunii Europene în servicii mai ușor de utilizat din punct de vedere informatic și de a stimula inovarea responsabilă și concurența între furnizorii de servicii financiare. În acest fel, fragmentarea pieței unice digitale va fi redusă, astfel încât consumatorii să poată avea acces la produse financiare la nivel transfrontalier, iar întreprinderile fintech nou-înființate să își extindă activitatea și să se dezvolte.

7. PROCESUL DE LIBERALIZARE A ACTIVITĂȚII DE FURNIZARE CĂTRE CONSUMATORII CASNICI A GAZELOR NATURALE ȘI ENERGIEI ELECTRICE

Sectorul energetic este unul deosebit de important în economia românească, atât prin prisma dimensiunii sale, cât și prin cea a impactului pe care îl au evoluțiile din acest domeniu în alte ramuri ale economiei. De asemenea, evoluțiile care se manifestă în sectorul energetic, cu precădere în zona energiei electrice și a gazelor naturale, au și implicații de natură socială. Drept consecință, Consiliul Concurenței a fost implicat puternic pe această zonă, utilizând toate instrumentele de care dispune, atât din perspectiva concurenței, cât și din cea a ajutorului de stat: investigarea posibilelor încălcări ale legislației de concurență, investigații sectoriale, avizare legislativă, analiza concentrărilor economice, monitorizarea recurentă a sectorului etc.

Prezentul capitol se concentrează asupra etapelor procesului de liberalizare, demarat încă din anul 2007, în cazul sectorului energiei electrice, respectiv din anul 2014, în cazul sectorului gazelor naturale. De asemenea, sunt prezentate efectele asociate cu derularea procesului de liberalizare, în special prin prisma modificărilor structurale intervenite.

În ceea ce privește evoluțiile de preț observate în sectorul energetic, acestea trebuie privite în contextul unor evoluții regionale, recenta majorare a prețurilor la electricitate și gaze fiind un fenomen european, justificat în parte de revenirea economiei după pandemie, de nivelul stocurilor, dar și de politica europeană de majorare a penalității pentru poluare.

7.1. Procesul de liberalizare pe piața de energie electrică și pe cea de gaze naturale

Liberalizarea pieței de energie electrică, respectiv a celei de gaze naturale din România a reprezentat un proces complex, realizat în mai multe etape și marcat de o serie de modificări și completări importante ale cadrului legislativ aplicabil.

Deși acest cadru a suferit fluctuații în ceea ce privește calendarul liberalizării complete a pieței pentru consumatorii casnici, tendința generală a fost spre dereglementare, conform angajamentelor asumate de România în calitate de stat membru al Uniunii Europene.

Liberalizarea pieței de energie electrică

Anul 2007: Începerea formală a procesului de liberalizare	Formal, procesul de liberalizare a demarat în anul 2007, odată cu deschiderea pieței pentru consumatori ¹⁷ . Executivul român a implementat un calendar de deschidere treptată a pieței energiei electrice către concurență, fiind adoptate în acest scop mai multe hotărâri.
Repere privind procesul de liberalizare pentru consumatorii casnici, respectiv noncasnici	Principalele repere ale acestui parcurs sunt reprezentate de liberalizarea pentru clienții noncasnici, respectiv pentru cei casnici, după cum urmează: (1) impunerea unui calendar pentru eliminarea treptată a tarifelor reglementate pentru clienții noncasnici și liberalizarea completă a pieței pentru această categorie de consumatori; (proces finalizat la data de 1 ianuarie 2014) (2) reglementările din <i>Legea nr. 123/2012</i> au prevăzut ca finalitate liberalizarea pieței de energie electrică și pentru consumatorii finali casnici. (orizontul propus fiind data de 31 decembrie 2017) Procesul de liberalizare pentru clienții casnici a fost amânat până în anul 2021.
Anul 2018: Amânarea calendarului de liberalizare pentru consumatorii casnici	Conform modificărilor introduse în anul 2018 în cadrul <i>Legii nr. 123/2012</i> (art. 61), „pentru perioada 1 martie 2019 - 28 februarie 2022, pentru clienții casnici furnizarea de energie electrică se realizează în condiții reglementate, de către ANRE”.
Anul 2020: Limitarea amânării liberalizării pentru consumatorii casnici până la finalul anului 2020	Potrivit dispozițiilor art. XIII din <i>OUG nr. 1/2020</i> , furnizarea energiei electrice către consumatorii finali casnici se realizează în condiții reglementate de către ANRE, pe baza tarifelor aprobate și publicate de reglementatorul pieței, însă numai până la data de 31 decembrie 2020.
Anul 2021: Liberalizarea pentru consumatorii casnici	Începând cu 1 ianuarie 2021, ca urmare a eliminării tarifelor reglementate stabilite de ANRE, activitatea de furnizare a energiei electrice pentru consumatorii casnici este complet liberalizată.

¹⁷ În acest sens, potrivit dispozițiilor art. 1 din *Hotărârea Guvernului nr. 638/2007 privind deschiderea integrală a pieței de energie electrică și de gaze naturale*¹⁷, „Începând cu data de 1 iulie 2007, piața de energie electrică și piața de gaze naturale se deschid integral pentru toți consumatorii.”

În continuare, prezentăm câteva evoluții relevante pe piața energiei electrice, în contextul liberalizării:

- în decembrie 2020, înainte de ultima etapă a liberalizării, erau circa 8,9 milioane de consumatori casnici de energie electrică în România. Dintre aceștia, pentru circa 3 milioane (33,7%), furnizarea se realiza în regim concurențial de către circa 40 de furnizori;
- în ianuarie 2021, circa 320.000 de clienți au semnat contracte concurențiale, iar, în februarie, circa 270.000. Ulterior, în perioada martie-iunie, ritmul lunar a fost de 200.000-250.000 de clienți. Potrivit ANRE, în primul semestru din 2021, circa 1,5 milioane de consumatori casnici au semnat contracte concurențiale, ceea ce înseamnă că, la finele lunii iunie 2021, ponderea clienților în regim concurențial depășea ușor 50%;
- în prezent, sunt circa 60 de furnizori în comparatorul ANRE cu oferte concurențiale pentru clienții casnici.

Liberalizarea pieței de gaze naturale

Anul 2014: Obligativitatea tranzacționării gazelor naturale pe platformele centralizate (pentru producători)	Începând cu anul 2014, s-a instituit obligația tranzacționării de gaze naturale de către producători pe platformele centralizate.
Anul 2015: Obligativitatea tranzacționării gazelor naturale pe platformele centralizate (pentru furnizori)	Obligația instituită în anul 2014 pentru producători a început să se aplice, din anul 2015, și pentru furnizorii de gaze naturale.
Martie 2017 - decembrie 2018: Liberalizarea prețului gazelor naturale pentru întreaga cantitate comercializată de producătorii interni	În anul 2017, a avut loc liberalizarea prețului gazelor naturale pentru întreaga cantitate comercializată de producătorii interni, astfel: - până la 31.03.2017, cantitățile destinate consumului reglementat¹⁸ au fost asigurate de producătorii interni la prețuri stabilite administrativ; - după 31.03.2017¹⁹, furnizorii consumatorilor casnici și CPET²⁰ au trecut de la o achiziție a gazelor naturale în regim reglementat la o achiziție în regim concurențial.

¹⁸ Reprezentând circa 35% din totalul vânzărilor de gaze naturale.

¹⁹ Urmare a OUG nr. 64/2016.

²⁰ CPET= clienții casnici și producătorii de energie termică, numai pentru cantitatea de gaze naturale utilizată la producerea energiei termice în centrale de cogenerare și în centrale termice, destinată consumului populației.

Decembrie 2018: Plafonarea prețului de vânzare al producătorilor interni către CPET	Funcționarea în regim concurențial a pieței de gaze naturale pe palierul angro a avut loc în perioada martie 2017 – decembrie 2018, când au fost reintroduse ²¹ obligații la nivelul producătorilor interni de gaze naturale de a vinde la un preț plafonat, fiind astfel extrase din piața concurențială cantități semnificative de gaze naturale (cele destinate CPET).
Anul 2020: Liberalizarea pentru consumatori casnici	Prin <i>OUG nr. 1/2020</i> , s-a stabilit liberalizarea pieței furnizării gazelor naturale la clienții casnici începând cu data de 1.07.2020 ²² .

7.2. Evoluții observate în cadrul procesului de liberalizare a activității de furnizare a gazelor naturale către clienții casnici

În luna iulie 2020, Consiliul Concurenței a declanșat o investigație privind sectorul gazelor naturale din România, în contextul liberalizării activității de furnizare a gazelor naturale către clienții casnici²³. Investigațiile sectoriale sunt instrumente folosite în mod curent de autoritățile de concurență, prin care acestea vizează, în special, identificarea și atenuarea unor posibile ineficiențe în funcționarea piețelor, dar care pot conduce și la declanșarea ulterioară a unor investigații de încălcare a normelor de concurență.

Sunt prezentate, în continuare, o serie de aspecte cheie rezultate din acest demers.

Numărul clienților casnici de gaze naturale

Ca efect premergător procesului de liberalizare²⁴ anunțat pentru data de 1.07.2020, autoritatea de concurență a constatat că:

²¹ Prin adoptarea OUG nr. 114/2018.

²² Ulterior, prin Ordinul ANRE nr. 27/2020, au fost stabilite măsurile pe care furnizorii clienților casnici din piața reglementată urmau să le aplice în perioada mai - iunie 2020, în principal transmiterea ofertelor de preț valabile începând cu data de 1.07.2020 și a unor notificări care conțineau informații privind liberalizarea pieței. Conform prevederilor Ordinului Președintelui ANRE nr. 27 din 23 martie 2020, în perioada 1 aprilie - 31 mai 2021, furnizorii de gaze naturale au avut obligația de a transmite clienților casnici din portofoliul propriu care nu și-au exercitat dreptul de eligibilitate o notificare care va avea atașată o ofertă cu prețul propus de către acesta pentru furnizarea gazelor naturale începând cu data de 1 iulie 2021.

²³ Investigație declanșată prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 717/2020.

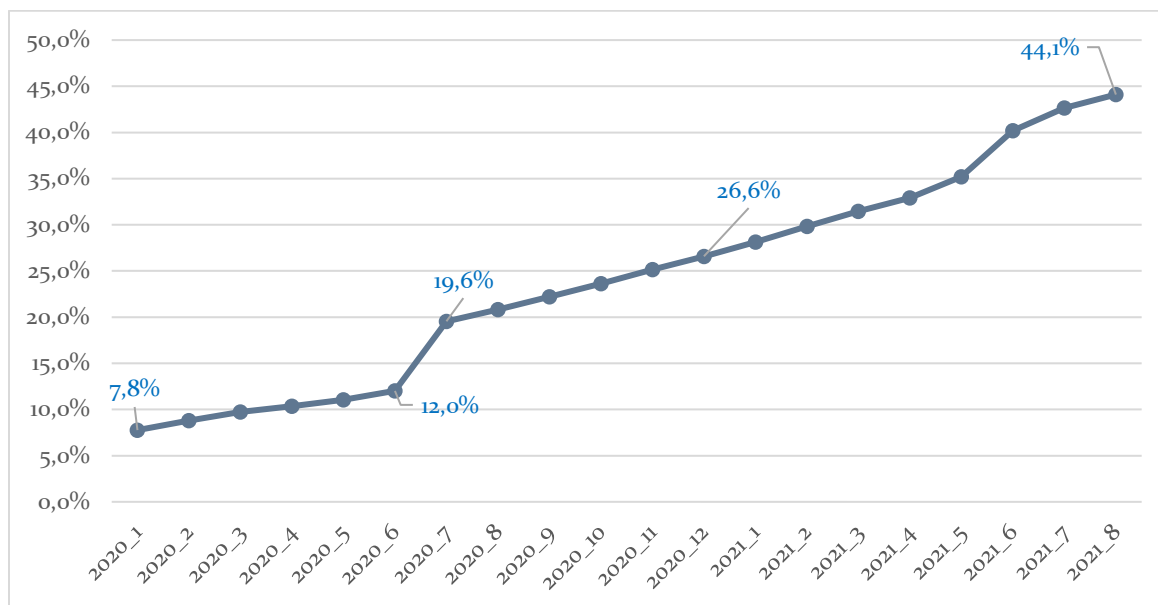
²⁴ Furnizorii de gaze naturale au avut obligații specifice, stabilite de autoritatea de reglementare, de informare a clienților proprii privind modificările regimului de furnizare, precum și de comunicare a ofertelor în baza cărora urma să se asigure furnizarea gazelor naturale începând cu luna iulie 2020.

- numărul locurilor de consum casnic cărora li se furnizau gaze naturale în regim concurențial a crescut cu aproape 200.000 în primele 6 luni ale anului 2020, reprezentând o majorare de peste 56% a acestora față de nivelul din ianuarie 2020 (când se înregistrau circa 295.000 de astfel de locuri de consum);
- în termeni relativi, ponderea în total a clienților casnici cărora li se furnizau gaze naturale în regim concurențial s-a majorat de la circa 7,8% în ianuarie 2020 la 12% în iunie 2020.

Ulterior, pe baza datelor colectate de autoritatea de concurență și a celor primite de la autoritatea de reglementare, se observă că:

- în a doua jumătate a anului 2020, după debutul ultimei etape a procesului de liberalizare, circa 585.000 de clienți casnici au trecut în regim concurențial, ceea ce a făcut ca, la finele anului 2020, ponderea clienților cărora li se furnizau gaze în regim concurențial, raportat la numărul total al locurilor de consum din România, să fie de 26,6%;
- clienții casnici au continuat să-și exercite dreptul de eligibilitate și pe parcursul anului 2021, datele preliminare aferente lunii august 2021 arătând că, din cele circa 4 milioane de locuri de consum, pentru circa 1,8 milioane (reprezentând 44,1%) furnizarea se realiza în regim concurențial ca urmare a exprimării unei opțiuni a clientului casnic (după cum se poate observa în figura 7.1);
- de la debutul ultimei etape a liberalizării (iulie 2020) până în august 2021, numărul clienților casnici în regim concurențial a crescut cu circa 1,31 milioane (dar circa 180.000 din aceștia reprezintă noi locuri de consum, pentru care furnizarea se realizează automat în regim concurențial);
- în perioada august 2020 – iulie 2021, doar 8,4% dintre clienții casnici care au trecut în regim concurențial au schimbat și furnizorul în acest proces, ceea ce înseamnă că vasta majoritate a clienților casnici a rămas în portofoliul vechiului furnizor de gaze naturale;
- informațiile colectate de Consiliul Concurenței de la furnizorii de gaze naturale nu susțin ipoteza migrării în regim concurențial a unui anumit tip de consumatori, consumul mediu lunar al celor care au trecut în regim concurențial fiind sensibil egal cu cel al clienților casnici pasivi.

Figura 7.1. Evoluția procentului de clienți casnici care au trecut în regim concurențial (ianuarie 2020 – august 2021)



Sursa: date colectate de Consiliul Concurenței și comunicate de ANRE

Numărul furnizorilor care se adresează clienților casnici de gaze naturale

Premergător procesului de liberalizare²⁵ anunțat pentru data de 1.07.2020, autoritatea de concurență a constatat că:

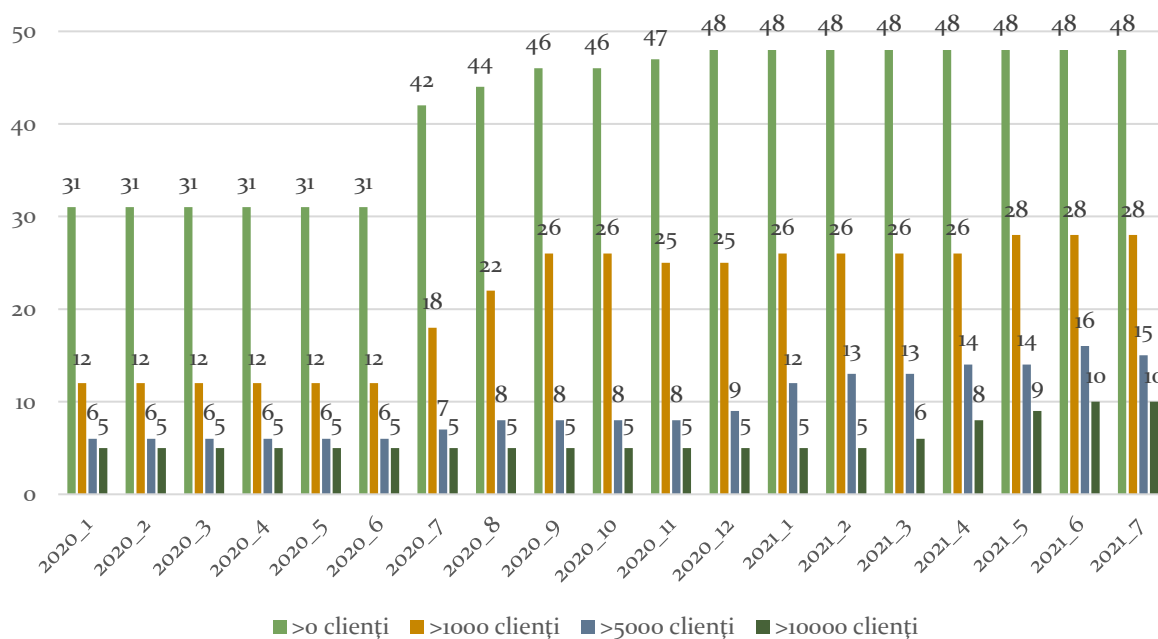
- pe piața gazelor naturale din România activau 86 de furnizori, valoare similară cu cea de la începutul anului 2020 (84 de furnizori);
- mai puțin de 50% dintre furnizorii de gaze naturale prezenți pe piață se adresau clienților casnici;
- în primul semestru al anului 2020, 31 de furnizori de gaze naturale aveau în portofoliu clienți casnici cărora le furnizau gaze în regim concurențial;
- în primul semestru al anului 2020, doar 6 furnizori de gaze naturale aveau fiecare în portofoliu peste 5.000 de clienți casnici cărora le furnizau gaze în regim concurențial.

²⁵ Furnizorii de gaze naturale au avut obligații specifice, stabilite de autoritatea de reglementare, de informare a clienților proprii privind modificările regimului de furnizare, precum și de comunicare a ofertelor în baza cărora urma să se asigure furnizarea gazelor naturale începând cu luna iulie 2020.

Ulterior procesului de liberalizare²⁶:

- numărul furnizorilor de gaze naturale care aveau în portofoliu clienți casnici cărora le furnizau gaze în regim concurențial s-a stabilizat în jurul valorii de 48;
- numărul furnizorilor de gaze naturale care aveau fiecare în portofoliu peste 1.000 de clienți casnici cărora le furnizau gaze în regim concurențial a crescut până la 28;
- numărul furnizorilor de gaze naturale care aveau fiecare în portofoliu peste 5.000 de clienți casnici cărora le furnizau gaze în regim concurențial a ajuns la 15.

Figura 7.2. Numărul furnizorilor cu clienți casnici în portofoliu, regim concurențial (ianuarie 2020 - iulie 2021)



Sursa: date ANRE și date colectate de Consiliul Concurenței

²⁶ Valori la finalul lunii iulie 2021.

Comparatorul de prețuri dezvoltat de ANRE

În luna mai 2020, cu o lună înainte de debutul liberalizării, comparatorul ANRE²⁷ al ofertelor de gaze naturale includea oferte-tip pentru 46 de furnizori, societăți care aveau deja în portofoliu clienți casnici cărora le furnizau gaze naturale în regim concurențial, precum și furnizori care încercau să atragă astfel de consumatori.

Post liberalizare, în luna iulie 2020, numărul de furnizori cu oferte-tip incluse în comparatorul ANRE a crescut semnificativ, la 61 de societăți, ceea ce arată interesul crescut al furnizorilor de gaze naturale autohtoni pentru clienții casnici de gaze naturale. Acest număr a rămas relativ constant în primul an de după liberalizare.

Una din recomandările autorității de concurență a vizat adaptarea comparatorului de oferte-tip al ANRE, prin includerea de filtre suplimentare prin intermediul cărora clienții casnici să poată alege mai ușor între oferte cu un grad mai ridicat de comparabilitate. Clienții casnici ar trebui să poată selecta ofertele furnizorilor după mai multe criterii relevante, precum: tipul de preț (fix/variabil), durata de valabilitate a prețului (exprimată în luni), tipul de ofertă (gaze naturale/gaze și servicii/gaze și energie), componenta abonament zilnic (da/nu), componenta garanției (da/nu), modalitatea de transmitere a facturii (fizic/electronic).

La data de 18.09.2020, ANRE a pus la dispoziția consumatorilor casnici de gaze naturale interesați să-și exercite dreptul de eligibilitate o nouă versiune a comparatorului ofertelor-tip de furnizare a gazelor naturale. Acesta include criterii suplimentare pe baza cărora se pot selecta ofertele, asigurând o mai bună comparabilitate a rezultatelor returnate. În noua versiune a comparatorului online, clienții pot alege să vizualizeze ofertele în funcție de tipul de preț, componenta abonament, modul de transmitere a facturii, componenta garanției, durata contractului etc²⁸.

Începând din luna ianuarie 2021, comparatorul este disponibil și pe site-ul Consiliului Concurenței²⁹.

²⁷ Disponibil la <https://www.anre.ro/ro/info-consumatori/comparator-oferte-tip-de-furnizare-a-gn>.

²⁸ Pentru informații suplimentare, cei interesați pot consulta comunicatul de presă emis de ANRE cu această ocazie, disponibil la <https://www.anre.ro/ro/presa/comunicate/informare-privind-aplicatia-web-interactiva-comparator-oferte-tip-de-furnizare-a-gazelor-naturale>.

²⁹ <http://www.consiliulconcurenței.ro/anre-comparator-gaze-naturale/>

Clauze contractuale în sectorul gazelor naturale

Consiliul Concurenței a analizat ofertele-tip de furnizare a gazelor naturale în regim concurențial elaborate de titularii licențelor cu ocazia liberalizării, precum și proiectele de contracte propuse de aceștia spre a fi încheiate cu consumatorii casnici pe piața concurențială.

Analiza a evidențiat clauze problematice care, în anumite situații, pot genera bariere clienților casnici în a alege în deplină cunoștință de cauză cele mai potrivite condiții de furnizare, acestea fiind uneori echivoce. De asemenea, anumite clauze contractuale pot bloca, fie și temporar, posibilitatea clienților casnici de a schimba furnizorul de gaze naturale. Detalii în acest sens au fost incluse în raportul intermediar al investigației sectoriale, publicat de Consiliul Concurenței în octombrie 2020 și disponibil pe site-ul autorității³⁰.

În acest context, Consiliul Concurenței a accentuat importanța descurajării acestui tip de comportament identificat la nivelul furnizorilor de gaze naturale către clienții casnici, ce poate submina întregul proces de liberalizare și a recomandat standardizarea unui format de contract care să prevadă clauze și condiții unice, prezentate într-o manieră clară, transparentă și completă. De asemenea, întrucât anumite aspecte privind clauzele contractuale propuse de furnizorii de gaze naturale exced competențele autorității de concurență, Consiliul Concurenței a comunicat rezultatele analizei sale către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.

7.3. Racordări în sectorul gazelor naturale și cel al energiei electrice, în contextul procesului de liberalizare

Racordări la sistemele de distribuție a gazelor naturale

Ca urmare a adoptării, în special în a doua jumătate a anului 2020³¹, a unor acte normative de reglementare primară, au fost operate modificări și completări ale *Legii nr. 123/2012* în ceea ce privește racordarea la sistemele de distribuție a gazelor naturale. Potrivit acestora,

³⁰ <http://www.consiliulconcurentei.ro/wp-content/uploads/2020/10/20201015-Raport-intermediar-pt-site.pdf>

³¹ Legea nr. 155/2020 pentru modificarea și completarea Legii energiei electrice și a gazelor naturale nr. 123/2012 și privind modificarea și completarea altor acte normative; Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 106/2020 pentru modificarea și completarea Legii energiei electrice și a gazelor naturale nr. 123/2012, precum și pentru modificarea unor acte normative, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 290/2020.

operatorul de distribuție are obligația de a racorda la sistem toți solicitanții clienți finali casnici, în termen de 90 de zile de la data obținerii autorizației de construire, cu recuperarea costurilor racordării într-o perioadă de 5 ani.

Potrivit datelor colectate de Consiliul Concurenței, la nivelul anului 2020, în România erau racordate la sistemul de distribuție un număr de 3,9 milioane de locuri de consum aparținând consumatorilor casnici, aceștia fiind deserviți de aproximativ 60 de furnizori de gaze naturale.

Procesul de racordare a consumatorilor la sistemul de distribuție a gazelor naturale este unul premergător realizării activității de furnizare, numărul locurilor de consum aparținând clienților casnici fiind direct influențat de stadiul acestui proces.

În aceste condiții, creșterea constantă a numărului locurilor de consum ar stimula expansiunea pieței de furnizare a gazelor naturale către consumatorii casnici, putând conduce atât la creșterea portofoliului furnizorilor existenți, cât și la apariția de noi furnizori pe piață. Astfel, investigația sectorială a Consiliului Concurenței a fost extinsă și cu privire la activitatea de racordare a clienților casnici la sistemele de distribuție a gazelor naturale. În urma analizei derulate cu privire la procesul de racordare a clienților casnici, autoritatea de concurență poate emite recomandări autorităților relevante, pentru o cât mai bună desfășurare a acestui proces.

Racordări la rețelele de distribuție a energiei electrice

Principalele acte normative care reglementează domeniul racordării la rețelele de distribuție a energiei electrice sunt Legea nr. 123/2012 și Regulamentul privind racordarea utilizatorilor la rețelele electrice de interes public³².

Potrivit celor mai recente modificări legislative (adoptate în a doua jumătate a anului 2020), operatorul de distribuție are obligația de a racorda toți solicitanții clienți finali, în termen de 90 de zile de la data obținerii autorizației de construire. De asemenea, operatorul de distribuție are obligația finanțării costurilor de racordare pentru clienții finali cu lungimi ale instalației de racordare mai mici de 2.500 m, cu posibilitatea recuperării acestor costuri într-o perioadă de 5 ani, conform reglementărilor ANRE.

Fiind necesară alinierea cadrului normativ secundar la modificările Legii nr. 123/2012, ANRE a demarat un proces de modificare a propriilor regulamente și proceduri cu privire la

³² Aprobare prin Ordinul președintelui Autorității Naționale de Reglementare în Domeniul Energiei nr. 59/2013, cu modificările și completările ulterioare.

racordarea la rețelele de energie electrică. În cadrul acestui proces, ANRE a modificat procedura privind planurile de investiții ale operatorilor de distribuție, pentru a asigura capacitatea de a satisface solicitări rezonabile de racordare pe termen lung, fără afectarea investițiilor care vizează siguranța în funcționare a sistemelor de distribuție.

În acest context, Consiliul Concurenței a inițiat un studiu ce privește activitatea de racordare a clienților casnici la rețelele de distribuție a energiei electrice. La fel ca în cazul racordării la sistemele de distribuție a gazelor naturale, autoritatea de concurență poate emite recomandări în sensul eficientizării și a unei mai bune derulări a procesului de racordare la rețelele de distribuție a energiei electrice.

7.4. Evoluții recente pe piețele de energie electrică și gaze naturale

În termeni generali, liberalizarea unei piețe implică renunțarea la intervenții administrative în piață și la repere impuse în mod artificial în procesul de formare a prețului. Renunțarea la aceste intervenții conduce, prin urmare, la așezarea pieței pe baze mai solide, fundamentate pe raportul dintre cerere și ofertă. Funcționarea liberă a piețelor atrage intrarea de noi concurenți, care, prin lansarea de oferte adaptate nevoilor consumatorilor, pot eroda poziția pe piață a vechilor jucători.

Începând cu ultima parte a anului 2020, atât în cazul energiei electrice, cât și al gazelor naturale, prețurile au înregistrat creșteri semnificative, în contextul unor factori preponderent externi României și fără legătură cu procesul de liberalizare derulat pe cele două piețe.

Principalii factori care au contribuit la această situație s-au manifestat la nivel regional, european și chiar global (ex. condiții meteorologice, la nivel european și național, reducerea livrărilor de gaze din Rusia către Europa, creșterea cererii europene ca urmare a redresării economice, creșterea cererii de gaz lichefiat în Asia etc.).

În ceea ce privește sectorul energiei electrice, mai trebuie menționate următoarele:

- creșterea semnificativă a prețului certificatelor de emisii de gaze cu efect de seră (certIFICATE de CO₂);
- lipsa investițiilor³³ în noi capacități de producere a energiei electrice la nivel național, ceea ce a accentuat dependența sistemului național de condițiile meteorologice.

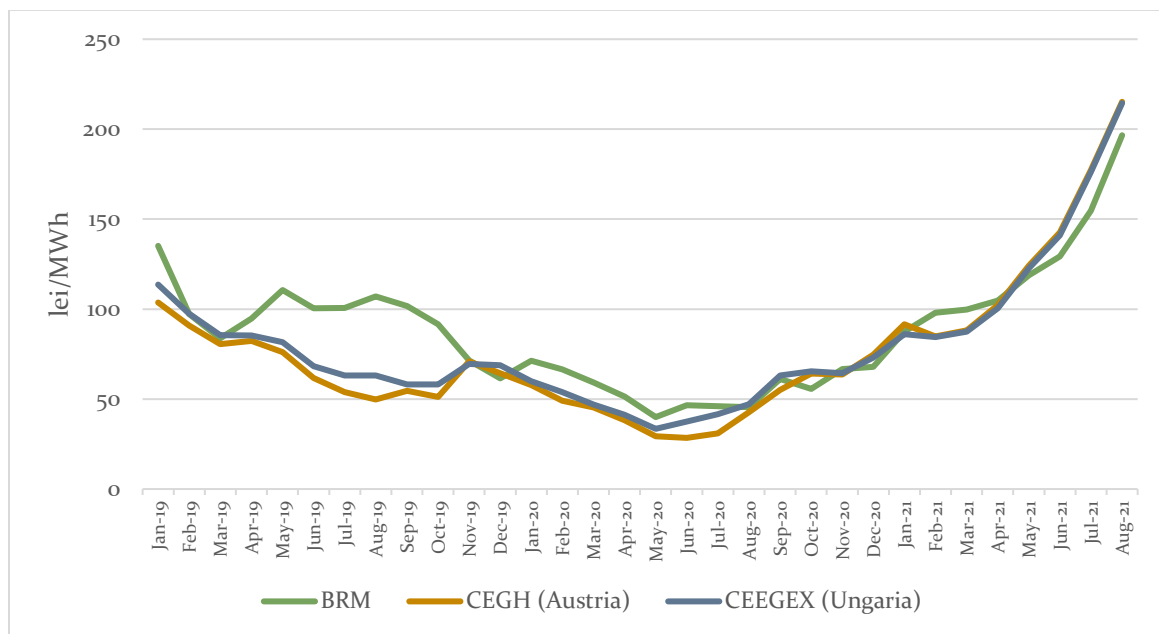
³³ După finalizare schemei de sprijin destinate punerii în funcțiune și re tehnologizării centralelor E-SRE, nu s-au mai făcut investiții serioase în noi capacități, în condițiile în care anumite unități sunt la limita duratei de funcționare.

Evoluția prețurilor gazelor naturale, în context regional

Gazele naturale se tranzacționează fie spot, cu livrare în ziua tranzacționării sau în ziua următoare tranzacționării, fie la termen, cu livrare la un moment mai îndepărtat de ziua tranzacționării.

În România, cele mai multe tranzacții cu gaze naturale se realizează pe platforma Bursei Române de Mărfuri (BRM).

Figura 7.3. Evoluția lunară a prețurilor gazelor naturale pe piața pentru ziua următoare în România, Austria și Ungaria (2019-2021)



Sursa datelor: platformele naționale de tranzacționare

Figura 7.3 arată nivelul apropiat al prețului gazelor naturale comercializate spot în România, Ungaria și Austria, cu precădere în perioada 2020-2021.

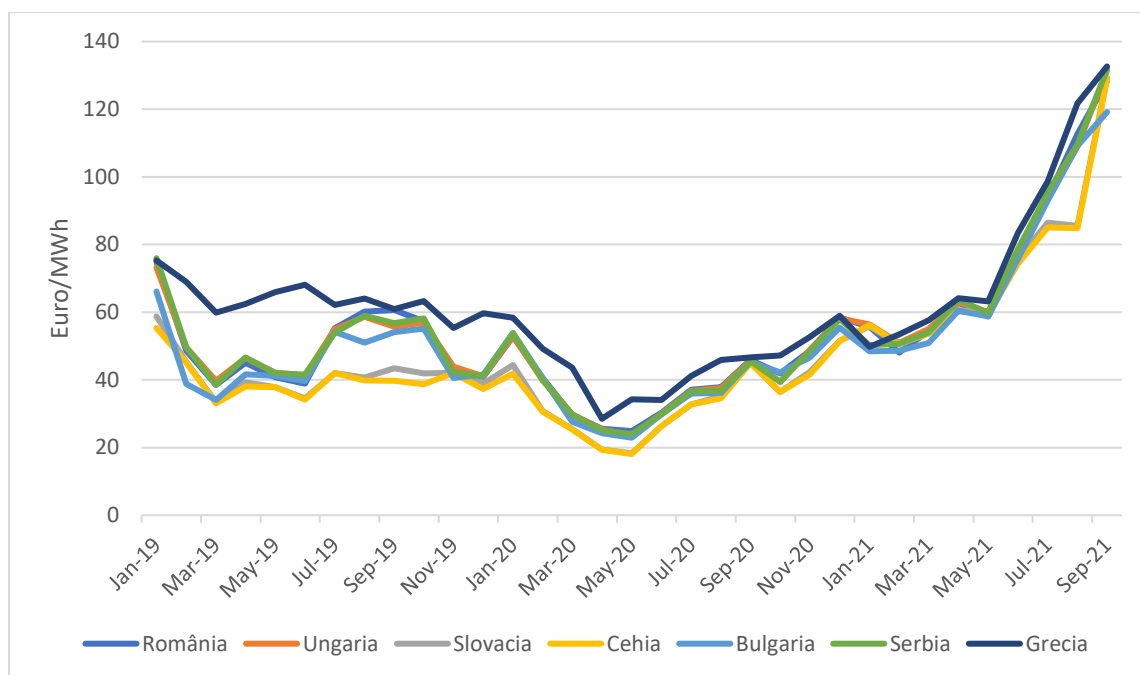
După cum se poate observa din cele prezentate anterior, pe parcursul anului 2021, a avut loc o creștere însemnată a prețului gazelor naturale. Această creștere a fost generată mai degrabă de coroborarea unor condiții specifice care se manifestă în regiune, iar nu de procesul de liberalizare a activității de furnizare a gazelor naturale către clienții casnici. De fapt, după debutul liberalizării, pe piața gazelor naturale au apărut o multitudine de oferte din partea furnizorilor, unele chiar combinate (gaze naturale și energie electrică, gaze naturale și servicii asociate). De asemenea, clienții casnici care și-au exercitat dreptul de

eligibilitate după luna iulie 2020 au putut beneficia și de prețuri semnificativ mai mici decât cele din contractele reglementate, ceea ce arată că, în lipsa coroborării recente a unor condiții nefavorabile, procesul de liberalizare ar fi continuat să genereze beneficii tangibile consumatorilor casnici de gaze naturale.

Evoluția prețurilor energiei electrice, în context regional

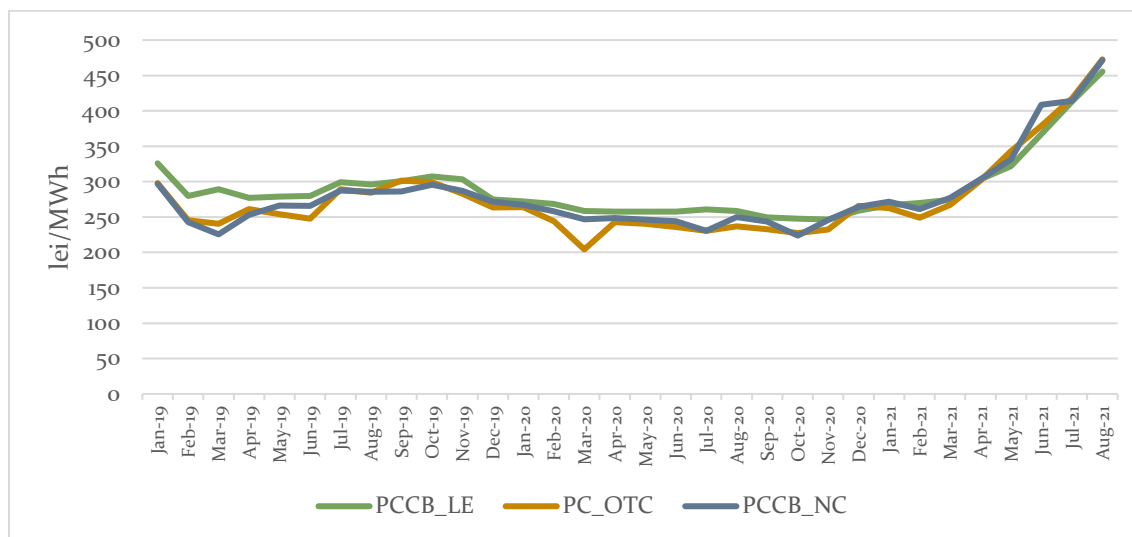
Energia electrică se tranzacționează fie spot, cu livrare în ziua tranzacționării sau în ziua următoare tranzacționării, fie la termen, cu livrare la un moment mai îndepărtat de ziua tranzacționării.

Figura 7.4. *Evoluția lunară a prețurilor energiei electrice pe piața pentru ziua următoare în 7 state din regiune (2019-2021)*



Sursa datelor: platformele naționale de tranzacționare și ENTSO-E

Figura 7.5. Evoluția lunară a prețurilor energiei pe piețele la termen administrate de OPCOM (2019-2021)



Sursa datelor: platformele naționale de tranzacționare și ENTSO-E

Comparând figurile 7.4 și 7.5, se poate constata faptul că prețurile energiei electrice tranzacționate la termen sunt mai stabile decât cele ale energiei tranzacționate spot. De la finele anului 2020, și prețurile la termen prezintă o tendință ascendentă.

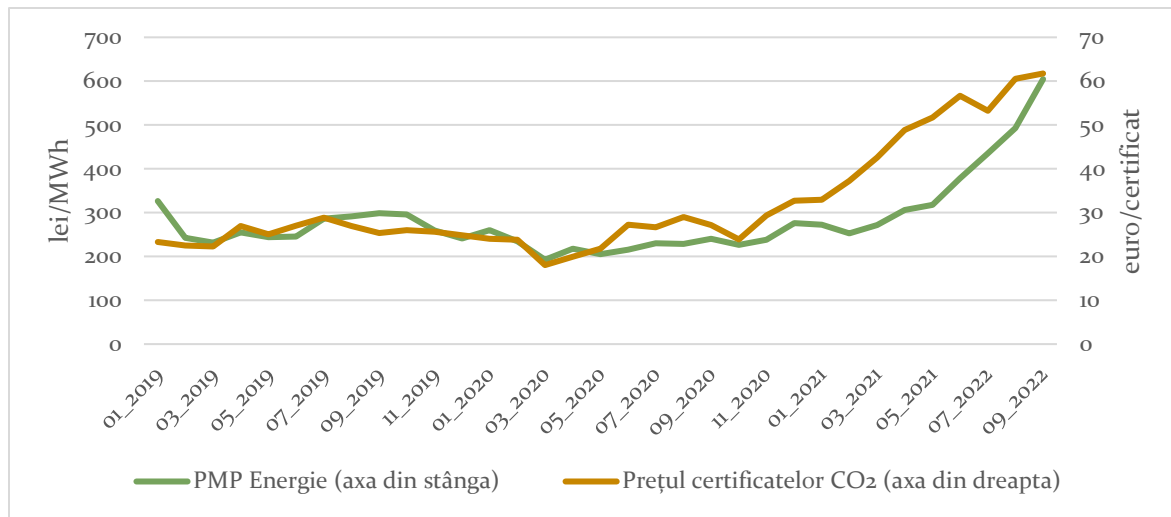
În cazul unei evoluții puternic ascendente a prețului spot al energiei electrice, unii furnizori pot manifesta comportamente oportuniste, alegând să denunțe contractele cu livrare la termen pentru a încheia tranzacții pe piața spot. Astfel de comportamente au avut loc în trecut, de exemplu în ianuarie 2017, când PZU (prețul pentru ziua următoare) a crescut subit, pe fondul unui avans al consumului de energie, cuplat cu o ofertă limitată, dar și cu declarațiile publice privind iminența unei situații de criză în sistemul energetic național. Astfel de comportamente oportuniste ar putea avea loc și în această perioadă, speculând alte circumstanțe, dar ele trebuie descurajate prin intervenția fermă a autorităților.

Evoluția prețurilor certificatelor de CO₂

După cum a fost menționat anterior, prețul certificatelor de CO₂³⁴ are impact asupra prețului energiei electrice tranzacționate în România și în alte țări europene.

³⁴ Reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră este o provocare majoră la nivel european, în acest sens fiind instituit sistemul certificatelor de emisii de gaze cu efect de seră (certIFICATE de CO₂). Aceste certificate conferă deținătorului dreptul de a emite o tonă de dioxid de carbon și sunt

Figura 7.6. Evoluția lunară a prețului mediu ponderat (PMP) al energiei electrice din România și a prețului certificatelor de CO₂ (2019-2021)



Sursa: calcule proprii și Investing.com

Prețul mediu ponderat al energiei tranzacționate în România are în vedere prețul mediu lunar înregistrat pe fiecare piață administrată de OPCOM, precum și cantitățile tranzacționate lunar pe aceste piețe. Întrucât informațiile se referă atât la piețe spot, cât și la piețe cu livrare la termen, acest preț mediu ponderat este doar ilustrativ și trebuie privit cu precauție. Graficul anterior arată corelația ridicată dintre prețul mediu ponderat al energiei din România și prețul certificatelor de CO₂, considerat exogen³⁵.

Date fiind cele prezentate anterior, este posibil ca tendința puternic ascendentă a prețurilor certificatelor de CO₂ să se propage într-o și mai mare măsură în următoarele luni pe piețele interne pe care energia electrică este tranzacționată la termen.

Nu în ultimul rând, avansul prețului energiei electrice poate fi determinat și de creșterea recentă a prețului gazelor naturale (așa cum s-a menționat anterior, această creștere este datorată unor condiții externe).

transferabile, motiv pentru care se tranzacționează pe burse. Producătorii de energie din surse clasice/convenționale trebuie să achiziționeze certificate de CO₂ pentru energia electrică produsă, numărul de certificate de CO₂ depinzând de tehnologia folosită de aceștia și de nivelul de poluare al instalațiilor utilizate. În consecință, prețul certificatelor de CO₂ are un impact puternic asupra prețului energiei electrice. După ce a evoluat în intervalul 20-30 euro/certificat în perioada 2019-2020, prețul certificatelor de CO₂ a crescut masiv de la finele anului 2020, atingând recent nivelul de peste 60 euro/certificat.

³⁵ 2019-2021: corelație instantanee 0,83, corelație cu decalaj o lună (prețul certificatului de CO₂ primul) 0,87.

8. CONSIDERAȚII FINALE

În ultimii ani și, în mod deosebit, în perioada de pandemie, s-a vorbit tot mai mult despre digitalizare. Sunt multe lucruri de spus despre ce înseamnă adoptarea noilor tehnologii pentru economie, în ansamblu – populație, întreprinderi, instituții publice ș.a. Digitalizarea transformă toate segmentele societății, un parcurs normal, motivat de creșterea eficienței, o mai bună gestionare a riscurilor, accelerarea creșterii și a inovației, o accesibilitate superioară a bunurilor și a serviciilor etc.

În contextul unor șocuri precum cele aferente crizei pe care o traversăm, gradul de digitalizare este un **indicativ de reziliență**. Studiile recente arată că, deși impactul pandemiei a fost unul generalizat, companiile digitale au avut tendința de a funcționa mai bine. De pildă, IMM-urile „digitalizate” au identificat oportunități noi, pe fondul pandemiei, la o rată de două ori mai mare decât IMM-urile mai puțin digitalizate³⁶. În același timp, probabilitatea de a atrage clienți și de a lansa produse noi este de 3 ori mai mare în cazul întreprinderilor aflate în prima categorie³⁷.

Prin referință la pandemie, factorul esențial de reziliență a afacerilor este comerțul electronic. În context mai larg, însă, digitalizarea este un fenomen amplu, iar investițiile necesare transformării digitale merg dincolo de aspectul financiar considerabil pentru implementarea noilor soluții tehnologice³⁸, presupunând transformări la nivel de structură, procese, forță de muncă, cultură organizațională etc.

O serie de **variabile** condiționează parcursul diferitelor sectoare cu privire la transformare.

Vorbim, pe de o parte, de factori intrinseci. Prin natura activității, există o predispoziție diferită a sectoarelor către adoptarea unor noi modele de afaceri, către interacțiunea la distanță sau către automatizarea proceselor (așa numită „taxonomie” digitală, care ierarhizează sectoarele în funcție de înclinarea spre digitalizare).

Pe de altă parte, vorbim de factori externi, care țin de cerere (obiceiuri de consum, lipsa competențelor necesare, îngrijorări privind securitatea tranzacțiilor sau privind termenele de livrare etc.) sau de forța de muncă specializată. Majoritatea întreprinderilor europene

³⁶ Vodafone și Deloitte, *Digitalizare pentru Europa Colaborare. Inovare. Transformare*, 2021.

³⁷ Deloitte, *Digital Tools in Crisis and Recovery Small and Medium Business Report*, 2020.

³⁸ Chiar și marile bănci comerciale chestionate anul acesta au menționat dimensiunea investițiilor ca unul din factorii inhibitori ai digitalizării.

întâmpină dificultăți în angajarea de specialiști în IT. Cel mai recent Raport al Comisiei Europene privind economia și societatea digitală (DESI)³⁹ arată că, în România și în Republica Cehă, deficitul de competențe digitale este cel mai pronunțat (80% dintre întreprinderile care recrutează specialiști IT au raportat probleme în ocuparea posturilor vacante).

În termeni de externalități, transformarea digitală ridică unele îngrijorări cu privire la accentuarea unor inegalități la nivelul populației, fie că vorbim despre statutul de consumator sau despre cel de angajat. Așa cum am văzut și în capitolele referitoare la transformarea digitală din zona de retail și din sectorul bancar, imaginea proiectată pe medii de rezidență evidențiază un parcurs diferit. Provocarea este aceea de a permite manifestarea beneficiilor pe care transformarea digitală le aduce pentru societate, controlând în același timp sursele riscurilor specifice.

Din perspectiva politicii de concurență, digitalizarea aduce atât **beneficii**, cât și unele **riscuri**.

În ceea ce privește beneficiile, acestea primează. Vorbim despre reducerea barierelor la intrare (sub rezerva unor bariere ridicate de dezvoltare însă), lărgirea piețelor relevante din punct de vedere geografic, creșteri de eficiență care permit practicarea unor prețuri mai mici, stimularea inovării ș.a.

Pe partea de riscuri, cele mai frecvent aduse în discuție sunt cele legate de utilizarea volumelor mari de date pentru blocarea intrării, de utilizarea algoritmilor pentru realizarea de înțelegeri anticoncurențiale, dar și de faptul că, per ansamblu, digitalizarea tinde să favorizeze companiile mari (riscul de abuz).

Obiectivul este acela de a susține dezvoltarea zonei digitale, prin asigurarea unui cadru adecvat avansului tehnologic și noilor modele de afaceri, eliminarea eventualelor blocaje/ineficiențe care limitează potențialul sectoarelor și, în același timp, de a identifica și sancționa eventuale abateri.

Cadrul de analiza aflat la dispoziția autorităților de concurență din Uniunea Europeană permite o bună acomodare a modelelor noi de afaceri, iar, pentru asigurarea pârgurilor necesare de acțiune, au fost inițiate o serie de acțiuni de completare a bazei legislative și a instrumentarului de lucru. Exemple reprezentative în acest sens sunt Regulamentul european *platform-to-business* împotriva discriminării de către platforme a întreprinderilor

³⁹ CE, *Digital Economy and Society Index (DESI)*, 2020.

care le utilizează drept canal de vânzare ⁴⁰ și Directiva europeană ECN+ privind independența și mai buna funcționare a autorităților naționale de concurență⁴¹.

Demersurile Consiliului Concurenței pe zona de digital au vizat, în perioada recentă, două paliere:

- cunoașterea mecanismelor specifice și monitorizarea sectoarelor (anchete sectoriale, studii, analize preliminare,): comerț online, ride hailing, Big Data, platforme de intermediere (livrări, cazare, servicii turistice, publicitate);
- identificarea și sancționarea încălcărilor Legii concurenței: cazul Emag, în care a fost constatat abuzul de poziție dominantă, în special prin poziționarea și afișarea mai favorabilă a propriei oferte de produse în detrimentul ofertelor partenerilor care comercializau pe platformă⁴².

Ca organizație, suntem parte a schimbării. Pentru a face față provocărilor pe care le generează dezvoltarea accentuată a mediului de afaceri, creșterea complexității activității economice, precum și schimbările majore pe care le produc inovațiile tehnologice, am demarat, în 2018, proiectul *„Optimizarea interacțiunii cu mediul de afaceri și implementarea unor mecanisme avansate de analiză și schimb de date prin implementarea unui sistem informatic de e-guvernare și analiză de tip Big Data în cadrul Consiliului Concurenței” (Proiectul Big Data)*, finanțat din fonduri europene.

Proiectul, în curs de finalizare ⁴³, are ca obiectiv principal eficientizarea activității investigative a Consiliului Concurenței, folosind instrumente specifice Big Data și informații/date agregate din surse interne și externe. Având în vedere noutatea și complexitatea proiectului, derularea acestuia s-a realizat în parteneriat cu Serviciul de Telecomunicații Speciale.

Principala componentă, *Platforma Big Data*, a fost finalizată în luna septembrie a acestui an. Ea va permite inspectorilor de concurență accesarea și utilizarea datelor pentru inițierea și

⁴⁰ Regulamentului (UE) 1150/2019 al Parlamentului European și al Consiliului privind promovarea echității și a transparenței pentru întreprinderile utilizatoare de servicii de intermediere online, transpus prin Ordonanța de Urgență nr. 23/2021.

⁴¹ Directivă ce urmează a fi transpusă în perioada următoare și care prevede necesitatea adecvării competențelor de investigare pentru a răspunde provocărilor legate de aplicarea legii în mediul digital.

⁴² Amendă de aproximativ 6,7 milioane de euro și impunerea unei serii de măsuri corective pentru a restabili mediul concurențial normal și pentru a preveni apariția unor astfel de fapte.

⁴³ Cu termen de finalizare ianuarie 2022.

derularea cazurilor aferente celor 5 module de analiză: cartel screening, licitații truate, investigații sectoriale, concentrări economice și analiza legăturilor structurale și comerciale între întreprinderi.

Totodată, platforma permite analize avansate asupra întregului volum de date, efectuarea automată de corelații pe baze predictive între acțiuni și evenimente, care pot semnală unele suspiciuni de încălcare a legislației în domeniu.

În scopul utilizării corespunzătoare a aplicațiilor dezvoltate în cadrul proiectului, au fost derulate cursuri de instruire la care au participat peste 150 de utilizatori din cadrul autorității.

Tot în cursul acestui an, a fost finalizată dezvoltarea *Platformei de Interoperabilitate*, care integrează informații din surse de date furnizate de instituții partenere precum ONRC, ANAF, SEAP, CNSC și MJ, informații ce sunt valorificate ca atare sau în cadrul procesului de analiză avansată al Platformei Big Data.

Componenta de automatizare a fluxurilor operaționale, una din principalele surse de date interne pentru analizele specifice derulate prin Platforma Big Data, a fost finalizată în cursul anului trecut. De asemenea, tot în anul 2020, a fost făcută integrarea acestei componente cu arhiva electronică a instituției și cu facilitatea de semnare electronică a tuturor documentelor pe fluxurile de lucru.

Componentele de fluxuri operaționale și arhivă electronică ale proiectului, alături de implementarea semnăturii electronice și a registraturii electronice s-au dovedit a fi extrem de utile în perioada de pandemie, permițând derularea activității în regim de telemuncă.

Data fiind complexitatea activității investigative a Consiliului Concurenței, dezvoltarea Platformei Big Data a necesitat elaborarea unei metodologii specifice, inovatoare la nivelul autorităților europene de concurență, bazată pe indicatori cantitativi și calitativi specifici modulelor de analiză. Această metodologie stă la baza dezvoltării algoritmilor statici, dinamici sau de *machine-learning* implementați și utilizați atât pentru acțiunile preventive de monitorizare a piețelor și de supraveghere a actorilor pe aceste piețe, cât și pentru cele corective, de restabilire a mediului concurențial normal.

În urma finalizării acestui amplu proiect⁴⁴, inspectorii de concurență vor avea la dispoziție:

- o platformă unică, consolidată, a surselor de date relevante deținute de Consiliul Concurenței;
- aplicații informatice adaptate nevoilor de prevenție specifice pentru identificarea licitațiilor trucate, cartel screening, definirea legăturilor structurale și comerciale între întreprinderi, derularea anchetelor sectoriale și analiza concentrărilor economice;
- instrumente specifice în domeniul analizei datelor care vor îmbogăți informațiile despre piețe și concurență;
- procese operaționale automatizate, atât pe partea de fluxuri, cât și pe zona de migrare a documentelor din format fizic în format digital.

Sustenabilitatea proiectului va fi asigurată prin consolidarea capacităților de analiză a datelor, precum și prin dotarea cu echipamente hardware și soluții software care să faciliteze utilizarea aplicațiilor într-un mediu securizat, inclusiv în contextul muncii de la distanță.

Așadar, nu doar procesele de lucru se transformă. Conectarea la dinamica sectoarelor presupune și instrumente specifice de colectare și de analiză a datelor. Pe zona de inspecții inopinate, de pildă, activitatea inspectorilor de concurență nu se limitează doar la documentele clasice. Aceștia pot verifica și ridica orice informații considerate a fi de interes, stocate/arhivate în mediul electronic, indiferent de suportul pe care se află sau de locul în care sunt stocate/arhivate⁴⁵ și pot proceda la copierea de date utilizând echipamente și proceduri *forensic*.

Transformarea digitală este un parcurs de durată, necesită o abordare strategică și un efort susținut, însă rezultatele sunt pe măsură. Toate aceste demersuri de eficientizare a activității ne-au oferit o flexibilitate deosebită în perioada de pandemie. Datele privind activitatea din 2020 evidențiază reziliența de care instituția a dat dovadă în această perioadă.

⁴⁴ În prezent, platforma se află în etapa de testare și optimizare.

⁴⁵ Astfel, în cadrul inspecțiilor, pe lângă fișiere de tip email, documente etc., au fost verificate/ridicate conversații (SMS, WhatsApp, Telegram etc.)/documente identificate în telefoane.