

CUPRINS

Cuvânt înainte	3
1. Introducere	5
Evoluția economiei naționale.....	5
Tendințe de convergență la nivel european.....	11
Evoluția politicii de concurență	14
2. Indicele agregat de presiune concurențială	19
Elemente introductive	19
Metodologia IAPC	21
Rezultatele aplicării IAPC asupra a 46 de industrii din economia națională.....	26
Concluzii.....	37
3. Analiza impactului reducerii cotei generale de TVA.....	38
4. Sectorul farmaceutic	44
Introducere	44
Piețele analizate în cadrul investigației	44
Promovarea medicamentelor.....	45
Disponibilitatea medicamentelor	48
Analiza la nivel de farmacii	49
Sistemele de distribuție a medicamentelor.....	50
Investigații privind posibile încălcări ale legislației de concurență	51
De asemenea, Consiliul Concurenței are în analiză posibila încălcare a Legii concurenței de compania GSK România, prin modul de implementare a unui sistem de distribuție directă către farmacii.	52
Principalele propuneri și recomandări	52
5. Sectorul asigurărilor Auto	54
Dimensiunea sectorului asigurărilor auto în perioada 2011-2016	54
Comparații internaționale.....	57
Tendințe de concentrare în sectorul asigurărilor auto	61
Evoluții privind primele de asigurare auto.....	65
Formarea primei de asigurare RCA	65
Concluzii.....	71
6. Sectorul comercializării cu amănuntul de carburanți.....	73
Caracteristici generale ale sectorului:	73
Contextul internațional.....	73

Evoluții și analize privind sectorul carburanților	74
Modelul de concurență – problema „asymmetric price transmission” / „rockets and feathers”	74
Analiza prețurilor carburanților din România, comparativ cu prețurile din UE- medii săptămânale în perioada 5 ianuarie 2015 – 5 iulie 2016	75
Analiză comparativă a prețurilor benzinei 95 și a motorinei, conform datelor raportate de Comisia Europeană pentru cele 28 de state membre la data de 4 iulie 2016	79
Reducerea procentuală a prețului combustibililor în țările UE, în perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016.....	81
Comparație a prețurilor practicate la carburanți cu țările din regiune.....	83
Observații privind sectorul carburanților	86
Recomandări	87

CUVÂNT ÎNAINTE



Raportul privind evoluția concurenței în sectoare cheie, ajuns anul acesta la a 8-a ediție, reprezintă un demers complementar Raportului anual de activitate, având rolul de a prezenta atât evoluțiile cele mai importante, cât și acțiunile întreprinse de autoritatea de concurență în raport cu provocările apărute în aceste sectoare.

Dacă în Raportul din 2015 remarcam dinamica pozitivă a indicatorilor macroeconomici și anticipam o creștere a venitului disponibil al populației, pe fondul reducerii fiscalității, menținerii tendințelor dezinflaționiste și relansării creditării, acum, constatăm că aceste așteptări au fost confirmate pe parcursul

ultimului an. Se poate observa accelerarea creșterii economice, intensificarea eforturilor pentru implementarea reformelor structurale și faptul că această creștere se regăsește și în bunăstarea populației. Pe de altă parte, persistă problemele care vizează birocrăția excesivă, barierele de reglementare sau calitatea infrastructurii și a serviciilor publice.

Politica de concurență are o puternică componentă de promovare a principiilor pieței libere, prin care autoritatea de concurență poate influența mecanismele de funcționare a piețelor și care se desfășoară în paralel cu componenta de sancționare care vizează comportamentele de piață ale companiilor.

În acest context de promovare a unor măsuri de reformă importante, se înscrie și proiectul privind „Analiza impactului reglementărilor în vigoare asupra unui mediu concurențial în sectoare cheie ale economiei românești”, ce s-a derulat împreună cu OCDE și Guvernul României. Proiectul a avut ca scop evaluarea impactului concurențial al reglementărilor existente în trei sectoare de activitate cu pondere semnificativă în PIB: procesarea produselor agroalimentare, transporturi de mărfuri (terestru și naval) și construcții. În final, au rezultat 152 de recomandări de modificare a legislației din cele trei domenii analizate, iar în cazul implementării acestora, OCDE a estimat un efect pozitiv asupra economiei românești de aproximativ 434 de milioane de euro anual.

Continuând în aceeași direcție, am ales să prezentăm în cadrul Raportului din acest an, sectoare care sunt de interes din perspectiva opiniei publice și care, în același timp, fac obiectul eforturilor

noastre de promovare a principiilor pieței libere, bazate pe analize extensive realizate în cadrul unor investigații (sectoriale sau de încălcare a legii): farmaceutic, asigurări auto și carburanți. În toate cele trei domenii, ne-am asumat un rol activ, propunând măsuri menite să crească gradul de concurență și să elimine disfuncționalități semnificative ale piețelor.

Ca urmare a finalizării investigației utile privind sectorul farmaceutic, am formulat o serie de propuneri și recomandări ce au vizat în special îmbunătățirea funcționării pieței, încurajarea prescrierii, eliberării și consumului de generice, precum și asigurarea disponibilității unor medicamente.

În sectorul asigurărilor auto, Consiliul Concurenței a finalizat la începutul acestui an o anchetă sectorială prin care au fost identificate o serie de disfuncționalități, în special în ceea ce privește piața RCA. Multe dintre propunerile formulate pentru remedierea disfuncționalităților constatate în urma anchetei sectoriale, au fost preluate în reglementările recente care vizează această piață.

Sectorul comercializării cu amănuntul de carburanți ocupă un loc important în ansamblul economiei românești, atât din perspectiva consumatorilor, cât și a impactului asupra altor sectoare, Consiliul Concurenței monitorizând sistematic funcționarea acestei piețe. În plus față de acțiunile de investigare și sancționare derulate în sectorul carburanților, am propus un set de măsuri și acțiuni pentru stimularea concurenței, respectiv măsuri menite să conducă la creșterea transparenței din perspectiva consumatorilor, facilitarea intrării unor noi operatori pe piață (inclusiv prin eliminarea unor bariere de intrare) și implementarea programelor de conformare cu legislația în domeniul concurenței.

În Raportul de anul acesta sunt analizate 46 de industrii prin intermediul sistemului de indicatori de presiune concurențială, comparativ cu o medie de 20 de industrii în anii anteriori. Extinderea acestui instrument de monitorizare la un număr de peste două ori mai mare de industrii ne permite să realizăm analize comparative robuste și să generăm concluzii cu un grad mai ridicat de precizie. Cu toate că acești indicatori de concurență sunt în mare parte structurali, prezentând o inerție puternică la schimbare, putem observa evoluții încurajatoare pentru o serie de sectoare cheie ale economiei naționale. Aceste tendințe sunt confirmate și de transmiterea reducerilor de TVA în prețurile finale, atât în cazul produselor alimentare (analizate în anul anterior), cât și, într-o mai mică măsură, în cazul mărfurilor nealimentare și serviciilor (analizate în raportul de față).

Lansăm anul acesta în dezbatere un Raport asupra concurenței în sectoare cheie prin care dorim să reliefăm tendințele în general pozitive la nivelul mediului economic, inclusiv din perspectiva concurenței, dar și eforturile Consiliului Concurenței de a fi un factor de stabilitate și o sursă importantă de expertiză în procesele de reformă a unor sectoare vitale pentru economie.

1. INTRODUCERE

Evoluția economiei naționale

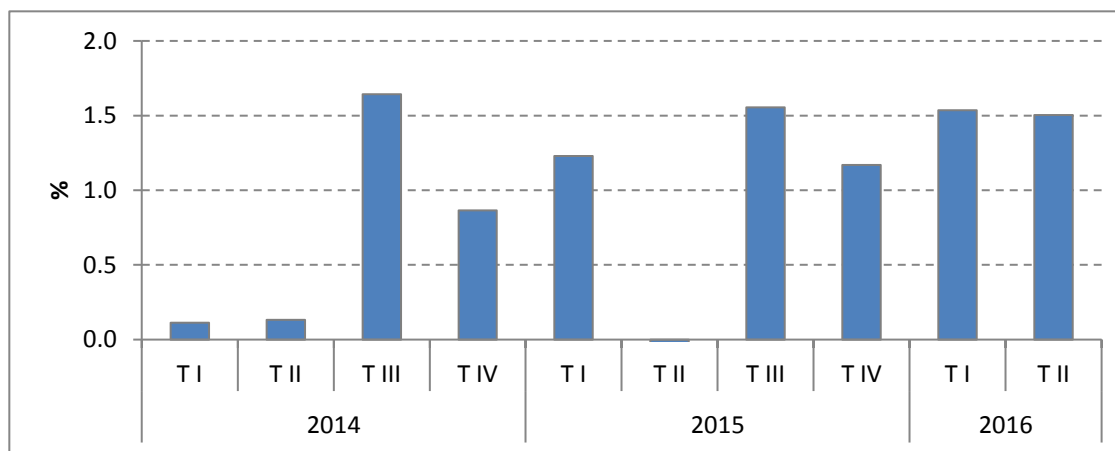
Evoluții macroeconomice interne

Economia românească a cunoscut o accelerare a **ritmului de creștere** în 2015 (3,8%), comparativ cu 2014 (3%), evoluție determinată, în special, de majorarea consumului, pe fondul creșterii veniturilor salariale. Rata de creștere a PIB-ului real al României s-a situat, astfel, peste media Uniunii Europene, de 2%.

Pentru 2016, Comisia Europeană previzionează o rată de creștere pentru economia românească de 4,2%, a doua cea mai mare creștere din Uniunea Europeană (conform celor mai recente previziuni), creștere susținută de evoluția favorabilă a cererii.

Datele trimestriale publicate de Institutul Național de Statistică evidențiază creșterea PIB-ului real în prima jumătate a anului curent (rate de creștere de 1,5% atât în primul, cât și în cel de-al doilea trimestru, comparativ cu trimestrele anterioare).

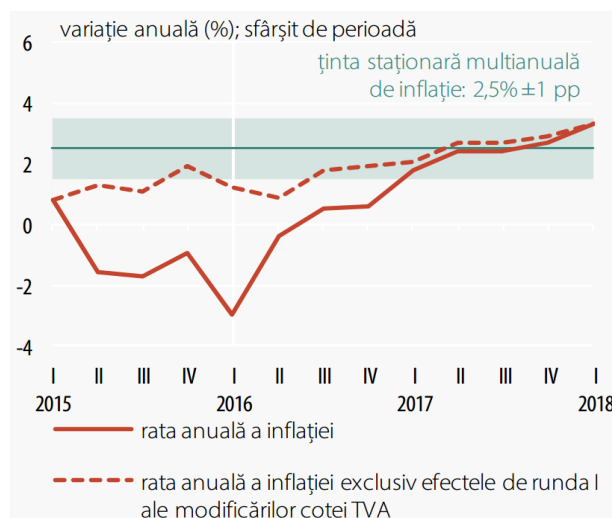
Figura 1.1. Creșterea reală a PIB în România, evoluție față de trimestrul anterior



Sursa datelor: INS

Rata anuală a inflației a rămas, în prima parte a anului 2016 în teritoriu negativ, teritoriu în care a intrat în iunie 2015, în urma deciziei de extindere a sferei de aplicabilitate a cotei reduse a TVA. În primele luni ale anului curent, valorile negative ale ratei anuale a inflației s-au accentuat semnificativ, aceasta înregistrând valoarea de -3,46% în luna mai. Amploarea reducerii este explicată, conform Băncii Naționale a României, de suprapunerea efectului deciziei de reducere a cotei standard a TVA de la 24% la 20%, din ianuarie 2016, cu cel al deciziei de extindere a sferei de aplicabilitate a cotei reduse a TVA, din iunie 2015. Pe fondul disipării acestui ultim efect, însă, rata anuală a inflației a crescut cu 2,3 puncte procentuale în luna iunie a anului curent, dar a rămas, în continuare, în teritoriu negativ (-0,7%).

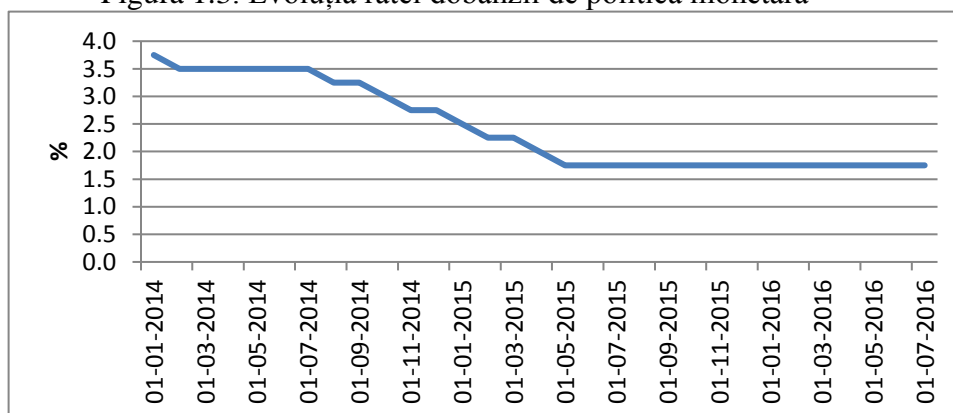
Figura 1.2. Evoluția inflației



Sursa: BNR

Rata dobânzii de politică monetară nu a suferit modificări după cel de-al doilea trimestru din 2015, atunci când Banca Națională a României a decis reducerea sa de la 2% la 1,75%, pe fondul scăderii inflației.

Figura 1.3. Evoluția ratei dobânzii de politică monetară



Sursa datelor: BNR

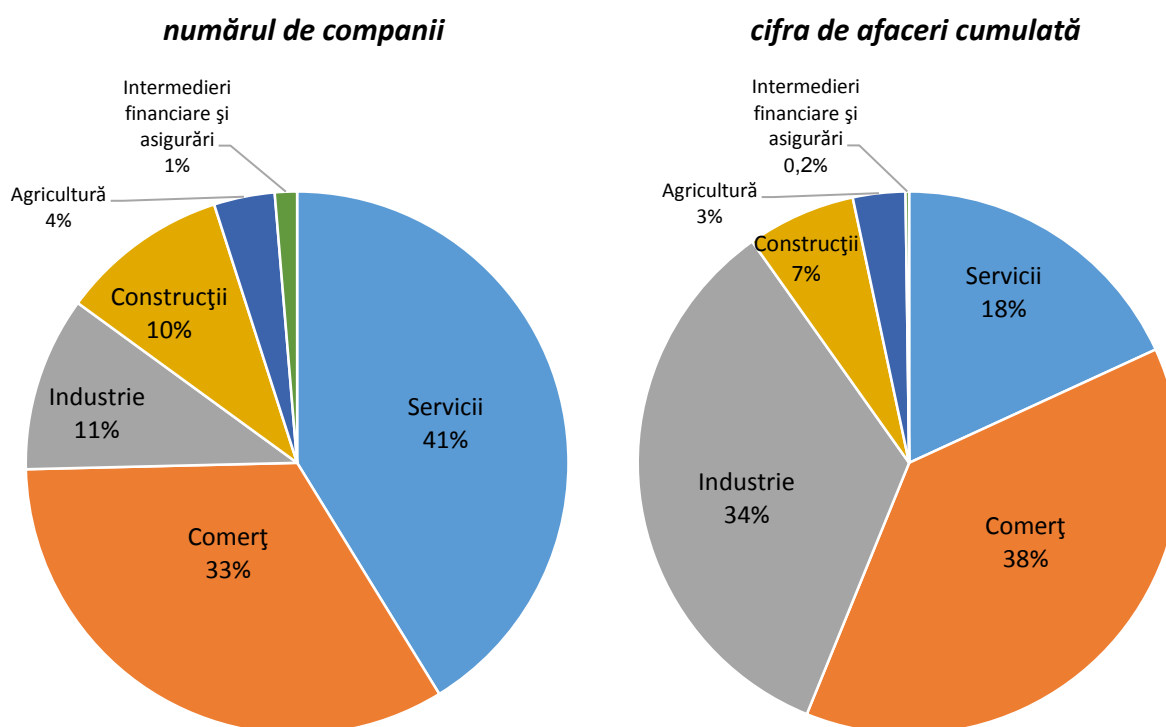
România a înregistrat, în 2015, un **deficit bugetar** de 1,5% din PIB, comparativ cu 1,9% în 2014 (conform metodologiei naționale – deficit cash), fiind una din țările cu cele mai mici valori ale deficitului bugetar din Uniunea Europeană. Conform predicțiilor realizate de Ministerul Finanțelor Publice, atât în 2016, cât și în 2017, acest indicator se va situa în jurul valorii de 2,8% din PIB.

Structura economiei naționale

Conform datelor publicate de către Agenția Națională de Administrare Fiscală, numărul total de companii din România, la nivelul anului 2015, este de 626.114. Dintre acestea, însă, doar 72% au înregistrat anul trecut cifră de afaceri.

Cel mai mare număr de companii este înregistrat în domeniul serviciilor (258.114), urmat de comerț (209.110). Cu toate acestea, din punct de vedere al cifrei de afaceri cumulate, comerțul și industria domină structura economiei naționale.

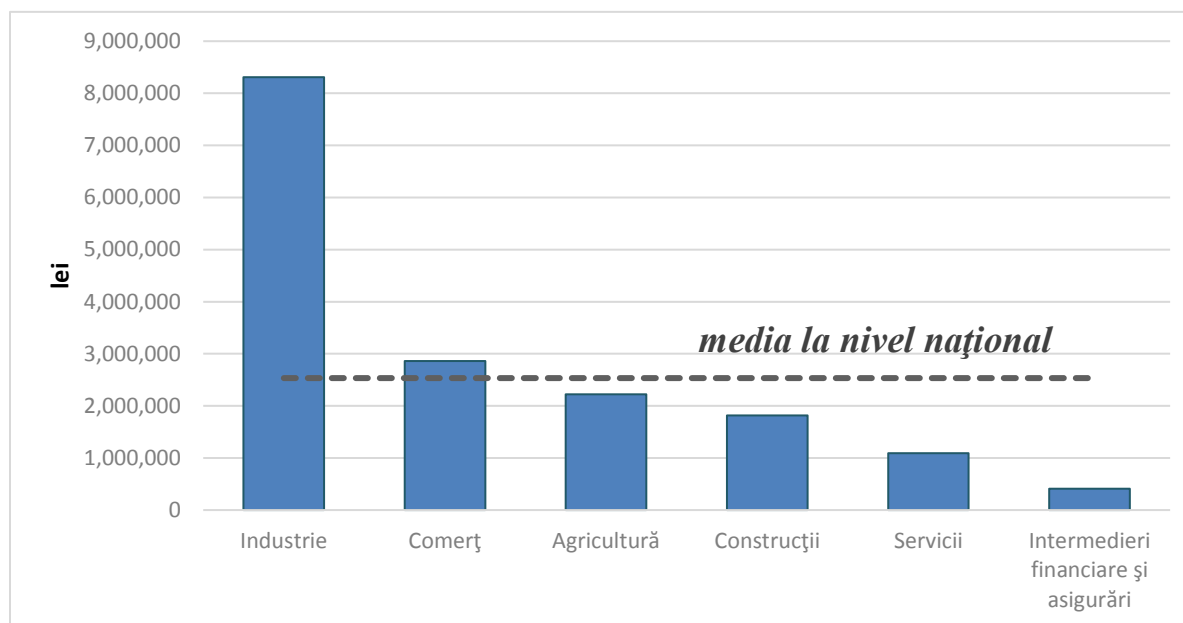
Figura 1.4. Structura economiei naționale în funcție de numărul de companii și de cifra de afaceri cumulată în 2015



Sursa datelor: ANAF

Cifra de afaceri medie înregistrează cele mai ridicate niveluri în industrie, îndeosebi în următoarele subdomenii:

- extracția petrolului brut și a gazelor naturale,
- fabricarea produselor de cocserie și a produselor obținute din prelucrarea țițeiului,
- fabricarea produselor din tutun și
- fabricarea autovehiculelor de transport rutier, a remorcilor și a semiremorcilor.

Figura 1.5. Cifra de afaceri medie pe domenii de activitate în 2015¹

Sursa datelor: ANAF

Și la nivelul celorlalte domenii de activitate, se remarcă subdomenii în care cifra de afaceri medie a companiilor depășește media națională, astfel:

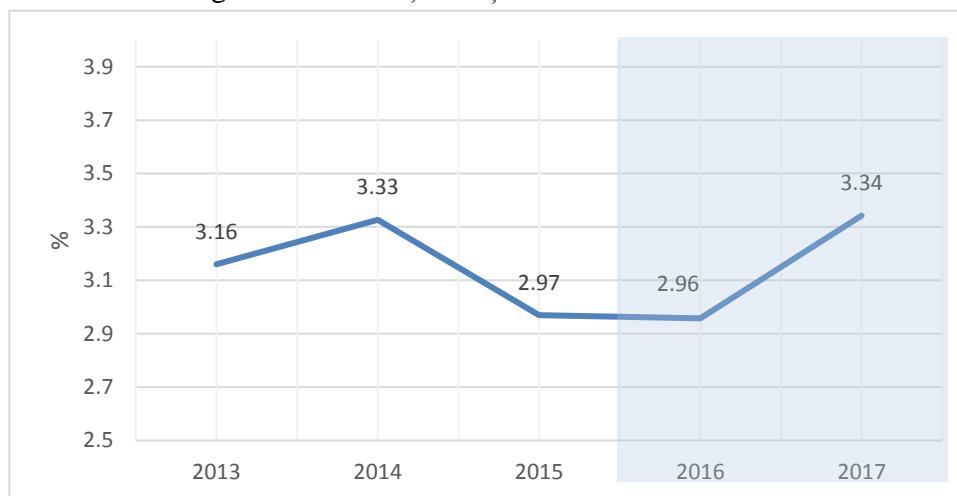
- comerț: comerț cu ridicata cu excepția comerțului cu autovehicule și motociclete;
- construcții: lucrări de geniu civil;
- servicii: transporturi aeriene, administrație publică, apărare și asigurări sociale din sistemul public, activități de jocuri de noroc și pariuri, telecomunicații, activități de difuzare și transmitere de programe, depozitare și activități auxiliare pentru transporturi, transporturi pe apă, cercetare-dezvoltare și activități de poștă și de curier.

Contextul economic și financiar internațional

Economia mondială a cunoscut o încetinire a ritmului de creștere în 2015 (2,97%), comparativ cu anii precedenți, conform datelor publicate de OCDE, iar previziunile arată faptul că, în perioada următoare, nu vor avea loc schimbări semnificative în evoluția produsului intern brut mondial: o rată de creștere neschimbată în 2016 și o ușoară îmbunătățire în 2017.

¹ Media a fost calculată la nivelul companiilor care au avut cifra de afaceri diferită de zero în 2015.

Figura 1.6. Evoluția creșterii reale a PIB mondial



Sursa datelor: OCDE

La nivelul **Uniunii Europene**, creșterea continuă să fie una moderată (2%, în 2015) și neuniformă la nivelul statelor membre. Creșterea este susținută de factori precum: prețul redus al petrolului, cursul de schimb relativ scăzut al monedei euro, politica monetară amplă și condițiile fiscale ușor favorabile².

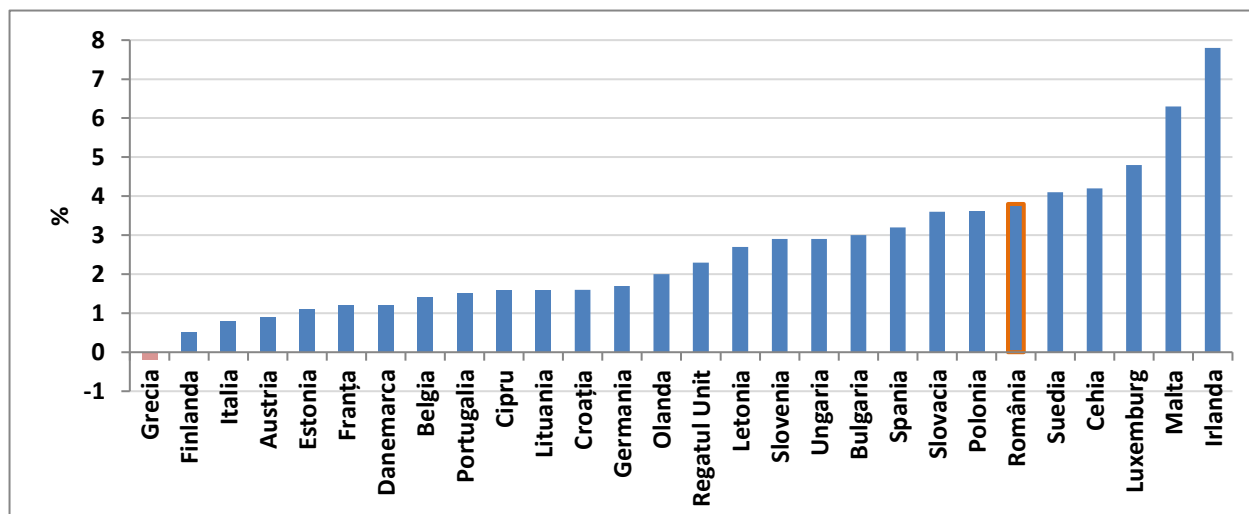
Previziunile privind evoluția viitoare a PIB-ului real sunt de creștere, însă cu ritmuri mai mici: 1.8%, în 2016, respectiv 1.9%, în 2017.

Un grad ridicat de incertitudine planează, însă, asupra acestor previziuni, pe fondul existenței unor riscuri externe (propagarea efectelor creșterii mai reduse pe piețele emergente, tensiunile geopolitice ridicate, variațiile bruște ale prețurilor petrolului etc.), dar și a unor riscurilor asociate evoluțiilor interne (precum cele privind ritmul punerii în aplicare a reformelor structurale și incertitudinile generate de rezultatul referendumului privind ieșirea Regatului Unit din Uniunea Europeană).

În ceea ce privește evoluția economică individuală a statelor membre, în 2015, 27 dintre acestea au înregistrat creșteri ale PIB-ului real, situate între 0,5% (Finlanda) și 7,8% (Irlanda). România a înregistrat a șasea cea mai mare creștere economică.

² La nivelul Zonei Euro, rata de creștere a PIB-ului real din 2015 s-a situat sub nivelul mediu al Uniunii Europene, înregistrând valoarea de 1,7%.

Figura 1.7. Creșterea reală a PIB în statele membre ale Uniunii Europene în anul 2015

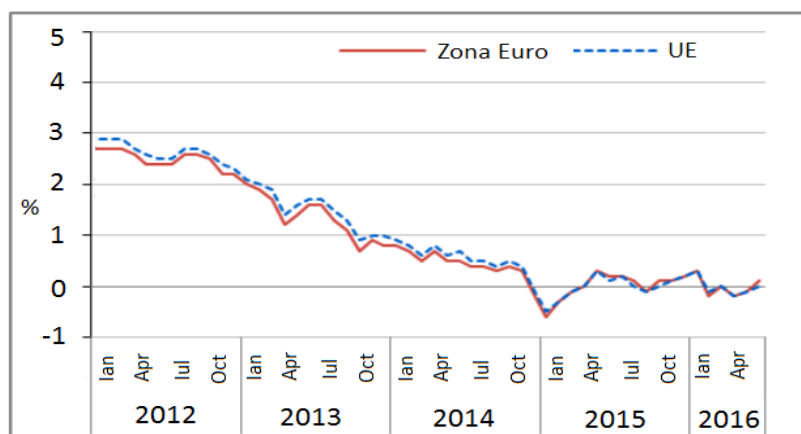


Sursa datelor: Eurostat

Dependența inflației de prețul energiei a făcut ca aceasta să înregistreze valori negative în prima parte a anului 2016, în contextul reducerii accentuate a prețului petrolului în această perioadă.

În condițiile în care prețul energiei este mai mic față de anul precedent, iar moneda euro se află în curs de apreciere ușoară, nu sunt așteptate modificări semnificative pe termen scurt. În a doua parte a anului, însă, odată cu majorarea treptată a prețurilor la energie și cu creșterea prețurilor practicate pe piața internă, ca urmare a cererii interne tot mai intense, Uniunea Europeană previzionează creșteri semnificative ale ratei inflației.

Figura 1.8. Evoluția ratei anuale a inflației în Uniunea Europeană și Zona Euro



Sursa: Eurostat

Tendențe de convergență la nivel european

Convergența este un concept complex, ce reflectă procesul de reducere a decalajelor dintre economiile naționale la nivelul unor dimensiuni diverse. Astfel, analiza convergenței la nivelul Uniunii Europene se transpune în evaluarea măsurii în care diferențele dintre diverși indicatori economici ai țărilor membre se diminuează sau în verificarea îndeplinirii anumitor praguri la nivelul unor indicatori de referință.

Principalele trei tipuri (axe) de convergență³ sunt:

- *convergența reală*: aplicată în domeniul evoluției economiei reale, folosind ca indicatori creșterea PIB sau a venitului pe locuitor. În acest caz, convergența evidențiază tendința de apropiere a nivelului de dezvoltare economică a statelor membre.
- *convergența nominală*: aplicată în domeniul monetar și financiar, pentru a urmări gradul de stabilitate economică prin ratele privind inflația, deficitul bugetar, împrumutul public, rata de schimb, în vederea trecerii la moneda unică europeană.
- *convergența instituțională*: aplicată în domeniul compatibilizării, până la unificare, a structurii sistemului instituțional din diferite țări, inclusiv creșterea calității acestuia, pentru a asigura o funcționare eficientă a economiei și o bună comunicare între țări și regiuni, în scopul realizării obiectivelor comune.

Acestora li se adaugă și alte dimensiuni ale convergenței, ce pot viza aspecte precum: ciclurile de afaceri, comportamentul consumatorilor, stratificarea socială etc.

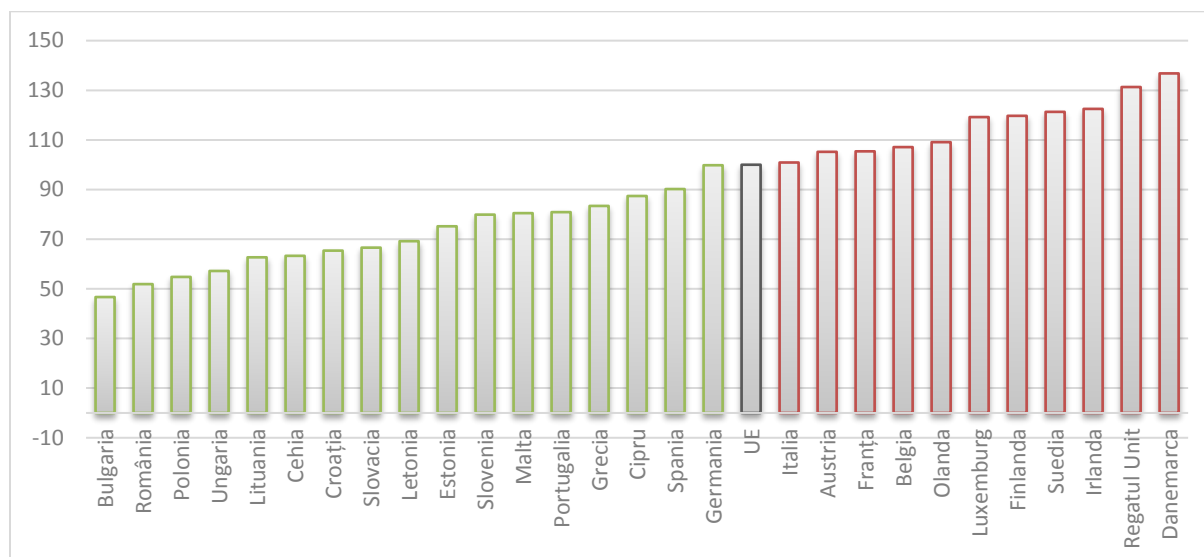
În continuare, convergența este analizată, la nivelul statelor membre ale Uniunii Europene, prin prisma prețurilor și a performanței economice.

Nivelul prețurilor și al tarifelor pentru bunuri și servicii diferă semnificativ între statele membre ale Uniunii Europene, iar conștientizarea acestor diferențe este importantă atât pentru interpretarea diverșilor indicatori economici naționali, cât și pentru analiza dezvoltării pieței unice.

Conform celui mai recent studiu Eurostat-OCDE privind paritatea puterii de cumpărare, la nivel agregat, relativ la media Uniunii Europene, nivelul prețurilor a variat, în 2015, între 47%, în Bulgaria, și 137%, în Danemarca. România se află pe poziția a doua în acest clasament, ca și în anul anterior, cu un nivel al prețurilor reprezentând 52% din media UE, deci cu un nivel al prețurilor cu 48% mai mic, la nivel agregat, comparativ cu media UE.

³ Aurel Iancu, *Tipurile de convergență. Convergența instituțională*, INCE, Seria Working Papers nr. 1/2007.

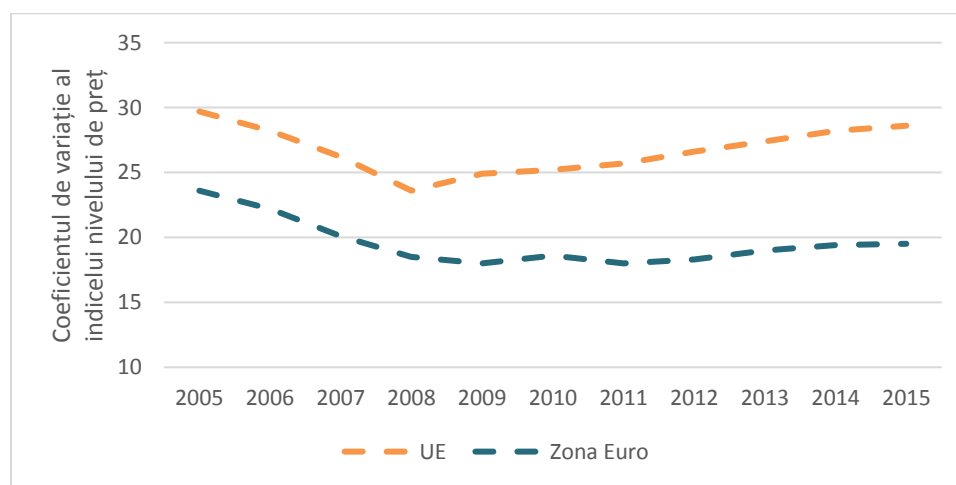
Figura 1.9. Indicele nivelului de preț/tarif pentru bunuri de consum și servicii⁴, în 2015, pentru statele membre ale Uniunii Europene (media UE = 100)



Sursa datelor: Eurostat

Spre deosebire de tendința de convergență a prețurilor, ce caracteriza perioada de dinainte de criza economică și financiară globală, evoluția din ultimii ani este una de divergență a prețurilor la nivelul statelor membre, evidențiată de creșterea coeficientului de variație al indicelui nivelului de preț (Figura 1.10).

Figura 1.10. Convergența prețurilor în Uniunea Europeană și în Zona Euro, 2005-2015



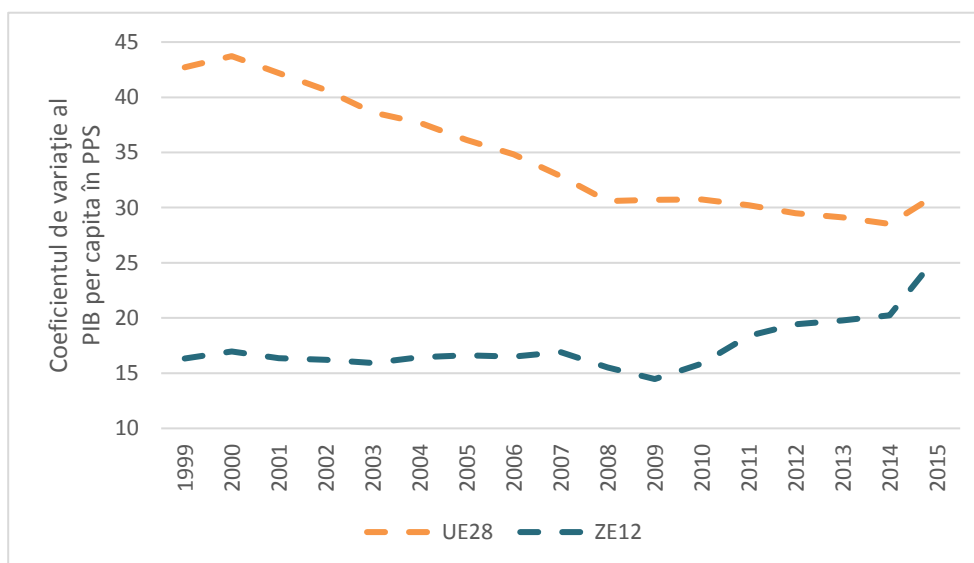
Sursa datelor: Eurostat

⁴ Corespunzător cheltuielii pentru consumul final al gospodăriilor.

Această evoluție negativă a fost mai puțin accentuată la nivelul Zonei Euro, comparativ cu situația la nivelul întregii Uniuni. Anul 2015 nu a adus modificări semnificative, coeficientul de variație înregistrând o creștere ușoară.

Pentru analiza convergenței **performanței economice** a statelor membre ale Uniunii Europene vom utiliza indicatorul PIB pe locuitor, acesta fiind adesea utilizat ca măsură generală de evaluare a standardului mediu de viață la nivelul unei economii – această modalitate de măsurare a convergenței poartă denumirea de *convergență sigma*. Pentru asigurarea comparabilității datelor, indicatorul este exprimat la paritatea puterii de cumpărare standard (PPS).

Figura 1.11. Convergența sigma, calculată pe baza PIB pe locuitor (PPS)



Sursa datelor: Eurostat

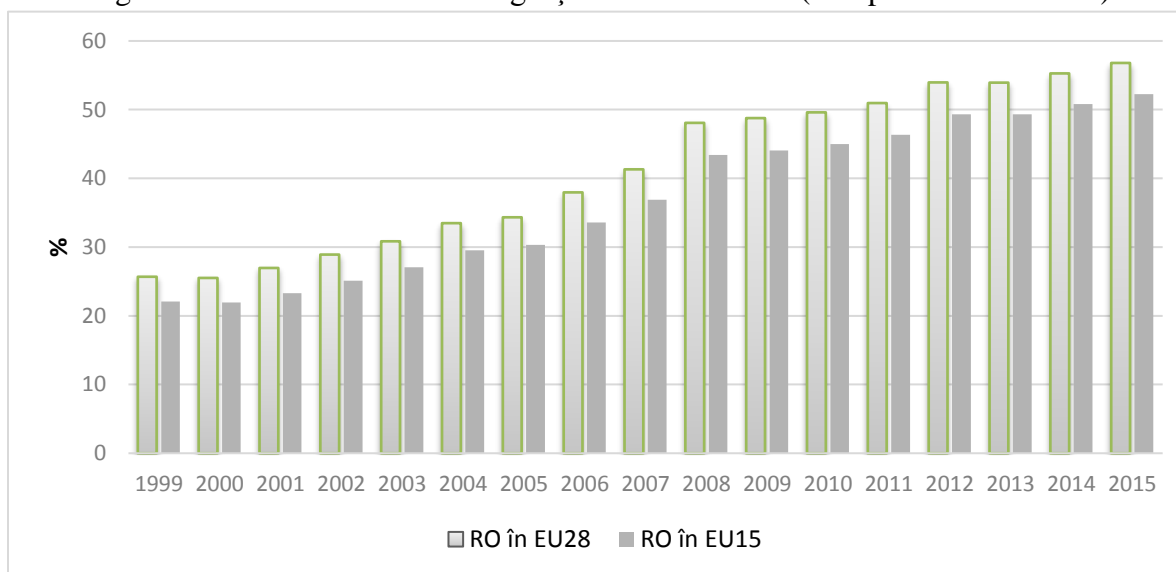
Evoluția variației PIB per capita (Figura 1.11) evidențiază existența unui proces de convergență la nivelul Uniunii Europene. Coeficientul de dispersie s-a situat pe un trend descrescător în perioada analizată, cu toate că ritmul de scădere a fost încetinit ca urmare a manifestării crizei economice și financiare.

Nu același lucru se poate spune despre Zona Euro. Tendința ascendentă a coeficientului de variație observată, în ultimii ani, la nivelul primelor 12 state care au adoptat moneda euro indică prezența unor disparități, accentuate de perioada de criză.

România a înregistrat o evoluție pozitivă din punct de vedere al convergenței reale, evaluată prin prisma decalajelor față de media Uniunii Europene a PIB-ului pe locuitor în PPS. Procesul de

convergență reală a continuat și în perioada de criză. În 2015, țara noastră s-a situat la un nivel de aproximativ 57% față de media Uniunii.

Figura 1.12. Indicatori de convergență reală - România (PIB pe locuitor în PPS)



Sursa datelor: Eurostat

Evoluția politicii de concurență

Activitatea Consiliului Concurenței se desfășoară pe două componente principale: una preventivă, de monitorizare a piețelor și de supraveghere a actorilor de pe aceste piețe și una corectivă, menită să restabilească și să asigure dezvoltarea unui mediu concurențial normal. Demersurile autorității de concurență din 2015, precum și cele din prima jumătate a anului curent, evidențiază o activitate intensă la nivelul acestor două componente ale politicii de concurență.

Autoritatea de concurență a finalizat, în **2015, 21 de investigații privind posibile încălcări ale legislației de concurență**, ce vizau sectoare economice importante, precum sectorul energiei sau cel al telecomunicațiilor, și **investigația sectorială privind serviciile aeroportuare** (serviciile de catering și handling aferente acestora).

Tot în 2015, au fost declanșate **13 investigații privind posibile încălcări ale legislației de concurență**, principalele sectoare vizate fiind sectorul financiar, sectorul serviciilor comunitare de apă și canalizare și sectorul energiei electrice.

Este important de menționat faptul că cea mai mare parte a investigațiilor privind posibila încălcare a legislației de concurență declanșate în 2015 vizează înțelegeri anticoncurențiale orizontale (carteluri), 39%.

Valoarea totală a amenzilor impuse anul trecut a fost de 239.680.544 lei (53.921.382 euro⁵). Nivelul acestor sancțiuni a înregistrat o creștere considerabilă față de nivelul total al sancțiunilor din anii precedenți (de 1,3 ori mai mare decât în anul 2014, de 2,76 ori mai mare decât în 2013 și de 7,93 ori mai mare decât în 2012).

În 2015, Consiliul Concurenței a continuat activitatea de monitorizare pro-activă a piețelor și a sectoarelor cheie, din perspectiva concurenței.

În cadrul **Raportului privind concurența în sectoare cheie din 2015**, Consiliul Concurenței a analizat sectorul energiei, sectorul asigurărilor auto, sectorul bancar și sectorul de retail alimentar. De asemenea, a fost calculat (pentru al treilea an consecutiv) Indicele Agregat de Presiune Concurențială, al cărui scop este să măsoare înclinarea spre concurență a piețelor sau a industriilor din economia națională. În anul 2015, Consiliul Concurenței a evaluat 20 de industrii, prin utilizarea acestui indice compozit.

În **primele 6 luni din 2016**, au fost inițiate 7 investigații privind posibile încălcări ale legislației de concurență. Acestea vizează:

- exploatarea/prelucrarea masei lemnoase;
- plățile prin mesaje scurte date prin intermediul telefonului mobil;
- închirierea terenurilor aparținând domeniului public al statului și care fac parte din infrastructura portuară și activități dependente de accesul în condiții optime la infrastructura portuară;
- servicii de acces la infrastructura de comunicații;
- închiriere spații de birouri situate în București;
- distribuția angro și en detail de medicamente;
- comercializarea produselor turistice și/sau a pachetelor de servicii turistice din România.

Tot în primul semestru al anului 2016, au fost finalizate 7 investigații de încălcare a legislației de concurență. Acestea au vizat: distribuția și comercializarea gazului petrolier lichefiat auto (*3 cazuri privind înțelegeri verticale*), lacuri și vopsele (*înțelegeri verticale*), jocuri de noroc – slot machine/VLT (*acțiuni anticoncurențiale ale administrației publice*) și lucrări de construcții de drumuri (*1 caz de cartel și 1 caz implicând fapte de cartel și acțiuni anticoncurențiale ale administrației publice*).

Activitatea autorității de concurență a cunoscut, în acest interval de timp, și o intensificare semnificativă pe componenta privind derularea anchetelor sectoriale.

Consiliul Concurenței efectuează, din proprie inițiativă, investigații privind un anumit sector economic sau un anumit tip de acord în diferite sectoare, atunci când rigiditatea prețurilor sau alte împrejurări sugerează posibilitatea restrângerii sau a denaturării concurenței pe piață. Aceste

⁵ Valoare calculată la cursul de schimb mediu din 2015, conform BNR.

investigații constituie un instrument important în activitatea autorității de concurență din perspectiva ambelor componente principale ale activității sale: componenta preventivă, de monitorizare a piețelor și de supraveghere a actorilor de pe aceste piețe și componenta corectivă, menită să restabilească și să asigure dezvoltarea unui mediu concurențial normal. Derularea investigațiilor sectoriale face posibilă cunoașterea detaliată a piețelor și, prin urmare, permite autorității de concurență să identifice eventuale disfuncționalități care afectează procesul concurențial. Atunci când, în urma derulării analizei, se constată astfel de situații, Consiliul Concurenței ia măsurile necesare creării condițiilor de concurență efectivă prin emiterea de recomandări către mediul de afaceri, autoritățile publice sau consumatori, prin promovarea unor reglementări specifice sau prin impunerea măsurilor necesare pentru remedierea disfuncționalităților pieței.

În primele 6 luni din 2016, au fost finalizate 3 investigații sectoriale și au fost inițiate 5 noi astfel de demersuri de cunoaștere a piețelor.

Proiectul „Analiza impactului reglementărilor în vigoare asupra unui mediu concurențial în trei sectoare cheie ale economiei românești”

În 2016, a fost finalizat proiectul „Analiza impactului reglementărilor în vigoare asupra unui mediu concurențial în trei sectoare cheie ale economiei românești”, demarat la începutul anului 2015, ca o colaborare între Consiliul Concurenței, Guvernul României și OCDE, în vederea evaluării impactului concurențial al reglementărilor existente în trei sectoare de activitate cu pondere semnificativă în PIB: procesarea produselor agroalimentare, transporturi și construcții.

Proiectul s-a desfășurat în patru etape. **Etapa 1** a definit sfera de aplicare exactă a celor trei sectoare. Cu ajutorul experților guvernamentali, a fost alcătuită o listă a întregii legislații sectoriale relevante. Această listă constă în 895 de acte legislative, precum: legi, ordonanțe (de urgență) ale guvernului, hotărâri de guvern și ordine ministeriale. În **etapa 2**, această legislație a fost filtrată, pentru a identifica potențialele bariere în calea concurenței, utilizând *Setul de instrumente pentru evaluarea concurenței* al OCDE. Evaluarea a inclus atât prevederi naționale, cât și acte legislative de transpunere a directivelor Uniunii Europene, având în vedere faptul că toate cele trei sectoare de interes sunt reglementate într-o mare măsură de directivele și reglementările comunitare. Au fost identificate 227 de limitări potențiale ale concurenței (95 în construcții, 85 în transport și 47 în procesarea produselor alimentare). În plus, a fost realizată o prezentare generală, din perspectivă economică, pentru fiecare sector, prezentare ce conține indicatori economici importanți, cum ar fi producția, ocuparea forței de muncă și tendințele prețurilor. În **etapa 3**, au fost cercetate obiectivele factorilor de decizie responsabili pentru fiecare prevedere. S-a efectuat o analiză calitativă aprofundată și, atunci când disponibilitatea datelor a permis acest lucru, o analiză cantitativă. Au avut loc mai multe întâlniri cu experți ministeriali, pentru a avea o mai bună înțelegere a justificărilor și obiectivelor legiuitorilor. În **etapa 4**, au fost formulate recomandări pentru acele prevederi care pot limita concurența, ținând

cont de legislația comunitară și de prevederile relevante din țările comparabile, în special statele membre ale Uniunii Europene. Mai mult, pe durata proiectului, au fost derulate interviuri cu părțile interesate din domeniu, care să asigure o mai bună înțelegere a pieței și a legislației în vigoare. În cele din urmă, au fost organizate o serie de ateliere cu experți ministeriali și cu membrii Consiliului Concurenței pentru construirea capacității de evaluare a concurenței în administrația românească.

În urma derulării proiectului, a rezultat un număr de 152 de recomandări de modificare a legislației din sectorul construcțiilor (în principal, materiale de construcții și proiectarea pe baze concurențiale a licitațiilor aferente lucrărilor de construcții civile), sectorul transportului de mărfuri (terestru și naval) și sectorul procesării agro-alimentare. În tabelul de mai jos, se regăsește statistica privind prevederile legale identificate prin setul de instrumente și recomandările făcute, la nivelul fiecărui sector.

Tabelul 1.1. Rezultatele evaluării impactului concurențial al reglementărilor, la nivelul fiecărui sector

	Construcții	Transport de mărfuri	Procesarea produselor agro-alimentare
Legislația analizată	162	566	167
Restricții identificate	95	85	47
Recomandări	72	46	34

Sursa datelor: Raportul proiectului

În cazul în care toate recomandările detaliate în raportul proiectului sunt implementate, beneficiile pentru consumatorii din România și pentru economia românească ar trebui să crească în toate cele trei sectoare. OCDE a estimat un **efect pozitiv asupra economiei românești de aproximativ 434 de milioane de euro anual** în situația punerii în aplicare a recomandărilor. De remarcat faptul că suma estimată provine dintr-un număr restrâns de restricții ce au putut fi cuantificate, astfel încât beneficiile finale rezultate din punerea în aplicare completă ar putea fi mai mari.

În plus, raționalizarea corpului legislativ în aceste sectoare va influența în mod pozitiv capacitatea întreprinderilor de a concura pe termen lung, cu condiția ca recomandările să fie aplicate pe deplin. Drept urmare, OCDE consideră că impactul cumulativ asupra economiei românești, pe termen lung, produs ca urmare a ridicării tuturor restricțiilor identificate ca fiind dăunătoare, inclusiv a celor care au fost mai tehnice în natură, va fi semnificativ. În Australia, unde a fost desfășurat un program amplu pentru eliminarea barierelor din calea concurenței din

cadru legal în anii 1990, au existat beneficii semnificative. În 2005, Comisia Productivității a examinat efectele reformelor favorabile concurenței selectate și a calculat că, prin creșterea productivității în anumite sectoare, Australia și-a majorat produsul intern brut cu circa 2,5% peste nivelurile care ar fi fost înregistrate altfel.

Rezultatele analizei impactului reglementărilor în vigoare asupra unui mediu concurențial în cele trei sectoare cheie ale economiei românești au fost prezentate pe 28 iunie 2016, în cadrul unui eveniment organizat cu ocazia finalizării proiectului.

2. INDICELE AGREGAT DE PRESIUNE CONCURRENTIALĂ

Elemente introductive

Indicele Agregat de Presiune Concurrentială (în continuare, IAPC) este un instrument analitic dezvoltat de Consiliul Concurenței pentru a măsura înclinarea spre concurență a industriilor din economia națională. Proiectul IAPC a fost demarat în anul 2013 în cadrul Direcției Cercetare-sinteze a instituției, rezultatele aplicării indicelui agregat fiind incluse în rapoartele anuale ulterioare privind concurența în sectoare cheie ale economiei românești⁶. Metodologia IAPC a fost prezentată în două articole publicate în Revista Română de Concurență⁷, iar susțineri pe marginea indicelui au avut loc în cadrul unor conferințe interne și internaționale, câteva alte autorități de concurență din regiune exprimându-și interesul în implementarea unui astfel de instrument.

Subliniem de la bun început faptul că 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. Se poate considera, deci, 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 timp ce cazurile instrumentate de autoritatea de concurență se axează asupra piețelor relevante, definite în sens restrâns, în funcție de substituibilitatea la nivelul cererii. Drept urmare, IAPC este menit să arate gradul 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 existente pe fiecare dintre acestea.

Date fiind cele de mai sus, este evident faptul că IAPC indică înclinarea (structurală) spre concurență (sau presiunea concurențială) la un nivel mai vast, de industrie națională, iar nu concurența efectivă la nivelul unei anumite piețe. De aceea, indicele agregat nu poate afecta în vreun fel analizele pe care Consiliul Concurenței le realizează în cadrul investigațiilor efectuate în baza prerogativelor conferite de lege, cazurile investigate de autoritatea de concurență vizând eventuale comportamente anticoncurențiale în cadrul restrâns al unor piețe relevante bine definite.

⁶ 2013: www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id9017/concurenta_in_sectoare_cheie_2013.pdf

2014: www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id9929/concurenta_in_sectoare_cheie_2014.pdf

2015: www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id10686/concurenta_in_sectoare_cheie_2015.pdf

⁷ Radu A. Păun, Paul Prisecaru – *Un instrument economic de evaluare a caracterului (pro)concurențial al industriilor: Indicele Agregat de Presiune Concurrentială*, Revista Română de Concurență, nr. 2/2013. Articol disponibil online la adresa www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id9047/rrc_nr_2_2013.pdf

Radu A. Păun, Paul Prisecaru – *Indicele agregat de presiune concurențială, o versiune nouă și îmbunătățită*, Revista Română de Concurență, nr. 1-2/2014. Articol disponibil online la adresa www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id9996/rrc_nr_1-2_2014.pdf

Metodologia IAPC, pe care o vom prezenta în secțiunea următoare, se bazează pe o teorie microeconomică solidă și larg acceptată, rafinată pe parcursul mai multor ani de practicieni din domeniul concurenței și de economiști din mediul academic deopotrivă. Modalitatea de calcul a indicelui este transparentă și greu de manipulat, în timp ce datele obiective utilizate în construirea indicelui compozit sunt dificil de influențat într-o asemenea manieră încât o disfuncționalitate a industriei să poată fi ascunsă⁸. Drept consecință, IAPC este un instrument robust de analiză economică, ce se poate dovedi util autorității de concurență.

De altfel, utilitatea IAPC se manifestă pe mai multe paliere, din care menționăm doar câteva. La nivel intern, al Consiliului Concurenței, indicele compozit ajută la uniformizarea procesului de monitorizare continuă a industriilor din economia națională. Tot la acest nivel, IAPC poate suplimenta alte informații disponibile autorității, ajutând în procesul decizional privind declanșarea investigațiilor de încălcare a legii sau a investigațiilor sectoriale.

La nivel extern Consiliului Concurenței, IAPC poate completa cu succes alte inițiative proactive ale instituției, de exemplu eforturile de promovare a culturii concurenței sau de implementare a politicii de clemență. IAPC poate susține și alte demersuri ale autorității de concurență, de exemplu facilitând discuțiile cu alte autorități sau reglementatori ai anumitor industrii. Nu în ultimul rând, importanța unui astfel de instrument de analiză economică prospectivă derivă și din funcția sa inhibitorie, în sensul că întreprinderile care au cunoștință de existența instrumentului și care poate au intenția de a adopta comportamente anticoncurențiale ar putea alege să respecte regulile liberei concurențe de teama de a nu fi depistate și eventual sancționate de autoritatea de concurență.

Indicele agregat are însă și anumite limitări. În primul rând, este vorba de limitările oricărui indice compozit – pentru detalii, vezi teoria deciziilor multicriteriale dezvoltată în domeniul alegerilor sociale⁹. Chiar și cu aceste neajunsuri, agregarea indicatorilor este implementată pe scară largă în multe domenii tocmai pentru că de cele mai multe ori fenomenele analizate sunt multidimensionale, iar sintetizarea într-o unică valoare a multiplelor fațete prezintă avantaje evidente.

Apoi, susținerea teoretică a IAPC înclină mai degrabă către evaluarea industriilor prin prisma presiunii concurențiale manifestate împotriva înțelegerilor și coordonării între concurenți și mai puțin către posibilele cazuri de abuz de poziție dominantă care pot apărea în cadrul industriilor analizate. Altfel spus, denumirea indicelui este ușor prea generală, acesta concentrându-se mai

⁸ Pentru a putea influența rezultatele obținute în urma aplicării IAPC, întreprinderile ar trebui să adopte un comportament competitiv, ceea ce ar crește presiunea concurențială, acesta fiind și scopul autorității.

⁹ În particular, vezi teorema imposibilității a lui Arrow, care a demonstrat că nu există o metodă de agregare a indicatorilor care să respecte concomitent trei condiții rezonabile: să fie eficientă Pareto, nedictatorială și independentă față de alternativele irelevante. Lucrarea lui Kenneth Arrow, *Social Choice and Individual Values*, Yale University Press, 1951, constituie un reper în teoria alegerilor sociale. De asemenea, vezi și demonstrația lui Gh. Păun. Folosind elemente din teoria mulțimilor vagi, acesta arată că un indicator agregat nu poate fi în același timp sensibil, anticatastrofic și necompensator. Gheorghe Păun, *An Impossibility Theorem for Social Indicators Aggregation*, Fuzzy Sets and Systems, nr. 9, 1983.

degrabă asupra comportamentelor coordonate ale întreprinderilor, nu asupra comportamentelor unilaterale.

Nu în ultimul rând, trebuie spus că aplicarea indicelui agregat în industriile puternic reglementate și în cele cu acoperire globală nu este recomandată, rezultatele putând fi distorsionate. Conștientizând pe deplin relativele limitări ale indicelui agregat de presiune concurențială, considerăm că acesta reprezintă totuși un instrument valoros în arsenalul autorității de concurență.

Metodologia IAPC

Proiectul Consiliului Concurenței privind indicele agregat de presiune concurențială a fost demarat în anul 2013. Metodologia de calcul a fost ajustată anul următor, grupul de analiză economică din cadrul Direcției Cercetare-sinteze putând decide rafinarea ulterioară a acestui instrument, astfel încât acesta să răspundă cât mai bine nevoilor autorității de concurență.

Deoarece concurența este un fenomen complex și multidimensional, nu există un indice de concurență unic, specific, care să poată fi folosit pentru a măsura în mod direct înclinarea spre manifestarea liberă a concurenței în anumite industrii naționale. Prin urmare, ceea ce IAPC propune este măsurarea acestei predispoziții prin intermediul unui set de 20 de indicatori primari, fiecare dintre aceștia reflectând o parte din complexitatea concurenței.

Dezvoltarea IAPC în cadrul Consiliului Concurenței nu constituie o abordare singulară, autoritatea de concurență din Olanda (NMa) propunând o abordare oarecum similară în anul 2012¹⁰. Metoda dezvoltată de NMa implică agregarea într-un index a unui număr relativ redus de indicatori (nouă), acești indicatori fiind însă de natură cantitativă și precis măsurați la nivel de piață (500 de piețe evaluate, acoperind practic întreaga economie olandeză). În plus, autoritățile de concurență din Marea Britanie, Danemarca și Suedia, folosesc în mod constant sisteme de indicatori pentru a identifica piețele potențial problematice din punct de vedere concurențial¹¹.

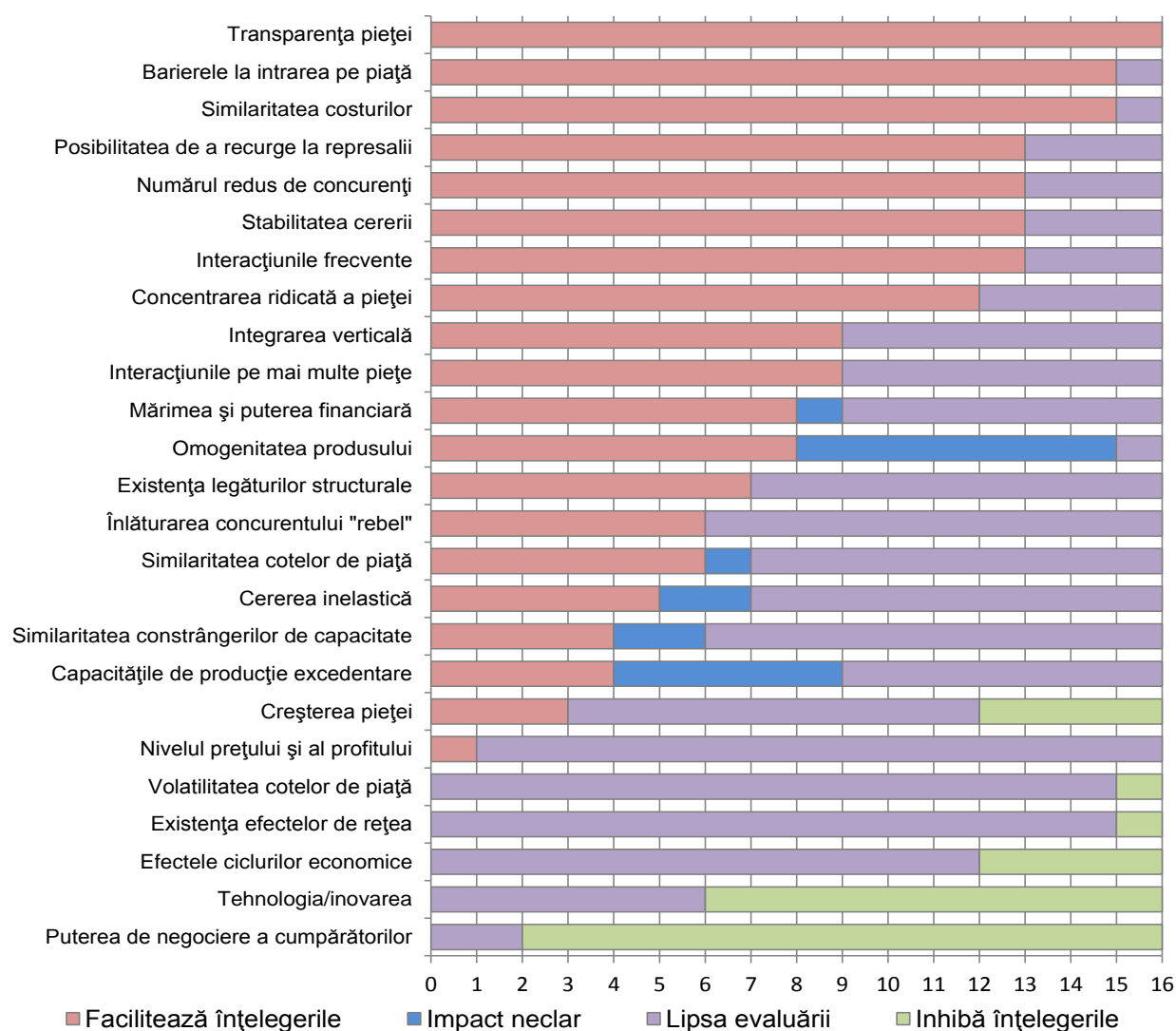
Trebuie menționat faptul că informațiile pe care se bazează indicele compozit sunt cele disponibile la nivel intern, al Consiliului Concurenței, faptul că autoritatea este organizată pe sectoare economice și că acestea sunt monitorizate continuu de inspectorii de concurență reprezentând factori decisivi pentru acest demers. Din punctul nostru de vedere, în cazul autorităților de concurență cu o altă modalitate de organizare, de exemplu orientate pe practici de concurență, implementarea unui index similar ar putea fi ceva mai dificilă. Astfel de autorități ar putea însă efectua o primă evaluare a industriilor la nivel intern, putând recurge apoi la experți externi, din mediul de afaceri sau academic, pentru validarea și/sau completarea acestei evaluări.

¹⁰ Lilian Petit, *The Economic Detection Instrument of the Netherlands Competition Authority: The Competition Index*, NMa Working Paper no. 6, 2012.

¹¹ Claus Kastberg Nielsen, Simen Karlsen și Torben Thorø Pedersen, *External Report on Competition Indicators and Other Relevant Methods*, Summary Report, Copenhagen Economics, 2007.

În ceea ce privește indicatorii primari ce stau la baza IAPC, punctul de plecare în selecția acestora îl reprezintă contribuția lui Christopher Decker¹², care discută fundamentele economice ale coordonării tacite între concurenți și prezintă un sumar al factorilor considerați a avea un impact asupra acestei coordonări. Graficul de mai jos ilustrează o mare parte din informațiile prezentate în anexa cărții, unde sunt trecute în revistă 16 studii realizate în perioada 1988-2005.

Figura 2.1. Impactul mai multor factori asupra înțelegerilor și coordonării între concurenți



Sursa: Prelucrare proprie a informațiilor prezentate de Decker (2009)

După cum se poate observa, majoritatea autorilor celor 16 studii sunt de părere că înțelegerile sau coordonarea între concurenți sunt mai probabile atunci când aceștia interacționează frecvent și pe mai multe piețe, au mijloacele pentru a-i pedepsi pe cei ce deviază de la înțelegere, au diverse legături între ei, prezintă niveluri similare de integrare verticală și, în fine, când au un interes comun în a elimina un eventual concurent „rebel”. De asemenea, înțelegerile sau coordonarea

¹² Christopher Decker: *Economics and the Enforcement of European Competition Law*, Edward Elgar, 2009.

sunt facilitate de existența barierelor la intrare în acea industrie, industrie eventual caracterizată de un nivel ridicat de concentrare, o cerere stabilă și un grad crescut de transparență. Autorii studiilor analizate de Christopher Decker identifică și anumiți factori care pot inhiba înțelegerile sau coordonarea între concurenți: firme cu structuri de cost diferite, cumpărători cu putere de negociere ridicată, piață caracterizată de efecte ciclice sau de progres tehnologic rapid etc.

O mare parte din indicatorii considerați în mod curent în literatură au fost reținuți și în analiza noastră, tabelul de mai jos prezentând cei 20 de indicatori primari prin intermediul cărora sunt evaluate industriile naționale, câteva comentarii și observații pentru aceștia, dar și apartenența fiecărui factor la una din cele patru clase de importanță considerate.

Tabelul 2.1. Indicatorii ce intră în componența IAPC, presupunerile legate de aceștia și tipul lor

Indicator	Presupunerea de bază	Tip
Barierile la intrare	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când există bariere semnificative la intrare, luându-se în considerare orice fel de bariere (costuri fixe ridicate, avize sau autorizații, alte reglementări, rețele, importanța reputației și mărcii etc.).	A+
Numărul de concurenți	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când sunt active mai puține întreprinderi.	A
Gradul de concentrare	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când gradul de concentrare este mai ridicat.	A
Gradul de inovare	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când impactul inovării (tehnologice, a proceselor sau modelului de afaceri) asupra performanței este limitat.	A
Gradul de transparență	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când mediul este mai transparent (concurenții pot observa cu ușurință și acuratețe elemente esențiale din activitatea celorlalți: prețuri, costuri, vânzări, capacități de producție etc.).	A
Elasticitatea cererii în funcție de preț	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când cererea este mai inelastică (de exemplu, pentru că nu există produse substituibile pentru cel în cauză și/sau nevoia pe care acesta o satisface este stringentă).	A
Omogenitatea produsului	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când produsul este omogen (eventual standardizat), concurența putându-se manifesta doar prin intermediul prețului.	A
Asociațiile de afaceri sau patronale	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat în cadrul asociațiilor de afaceri sau patronale, mai ales atunci când acestea sunt reprezentative și foarte influente în rândul membrilor.	A
Simetria cotelor de piață	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când cotele de piață ale principalilor concurenți sunt simetrice, această	B

	simetrie putând fi un indiciu al unor similarități mai profunde.	
Legăturile structurale	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când există legături structurale între principalii concurenți (acorduri de cooperare, joint-venture, dețineri încrucișate de acțiuni, participări comune la licitații etc.).	B
Simetria costurilor	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când principalii concurenți au costuri similare.	B
Marketing și comunicare	Intensitatea activităților de marketing și comunicare, apreciate prin raportare la cifra de afaceri a principalilor concurenți, poate reprezenta un indiciu pentru intensitatea concurenței.	B
Concurenții „rebeli”	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când nu există concurenți „rebeli” (concurenți atipici din mai multe perspective: inovație, costuri, procese, modele de afaceri etc.).	B
Evoluția cererii	Considerând fix numărul de concurenți, declinul cererii totale face înțelegerile și coordonarea mai dificil de realizat.	B
Șocurile cererii	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când cererea este stabilă, fluctuațiile semnificative și neașteptate ale cererii afectând stabilitatea cartelurilor sau a coordonării tacite.	B
Puterea de negociere a cumpărătorilor	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când cumpărătorii au o putere de negociere redusă în relația cu vânzătorii, fiind doar acceptanți ai condițiilor oferite de aceștia.	B
Stabilitatea cotelor de piață	Stabilitatea în timp a cotelor de piață a principalilor concurenți poate indica o intensitate scăzută a concurenței.	C
Interacțiunile pe mai multe piețe	Înțelegerile și coordonarea sunt mai ușor de realizat atunci când principalii concurenți interacționează/concurează pe mai multe piețe, mai ales când aceste interacțiuni sunt frecvente.	C
Profitabilitatea	O rată ridicată a profitului principalilor concurenți poate fi un indiciu al unor practici anticoncurențiale.	C
Nivelul prețului	Un nivel ridicat al prețului, raportat la alte țări din regiune, poate fi un indiciu al unor practici anticoncurențiale, chiar dacă prețul este afectat concomitent de mulți alți factori.	C

După cum o arată tabelul de mai sus, în acest moment construirea IAPC presupune segmentarea celor 20 de indicatori primari în patru categorii de importanță, după ce într-o versiune anterioară factorii erau plasați doar pe două paliere. Decizia de rafinare a categoriilor de indicatori a fost adoptată pentru a surprinde importanța deosebită pe care o atribuim barierelor la intrarea pe piață, acest indicator fiind considerat cvasi-unanim în literatură drept unul esențial din punct de vedere concurențial. De aceea, barierele la intrare reprezintă singurul factor de importanță A+ ce intră în construcția IAPC. Ceilalți factori considerați drept foarte importanți, încadrați inițial în categoria A, își păstrează locul în această categorie, în timp ce patru indicatori primari văzuți mai

degrabă drept circumstanțiali sunt retrogradați din categoria B a celor de importanță „normală” într-o clasă inferioară, notată acum C.

Tabelul 2.1 mai arată că, spre deosebire de abordarea NMa, o mare parte din indicatorii primari evaluați la nivel de industrie națională în cadrul IAPC sunt de natură calitativă, iar nu cantitativă, numerică. Pe de o parte, această abordare permite evaluarea presiunii concurențiale dintr-un număr crescut de perspective (20 în cazul nostru, față de 9 în cazul autorității de concurență din Olanda). Pe de altă parte, evaluările indicatorilor calitativi vor fi inerent subiective. Cu toate acestea, întrucât evaluările sunt furnizate de experți care monitorizează industriile în mod continuu, apreciem că subiectivismul este limitat și că avantajele extinderii gradului de cuprindere a indicelui compozit surclasează eventualele neajunsuri ale acestei abordări.

Măsurarea fiecărui factor primar ce stă la baza Indicelui Agregat de Presiune Concurențială se face prin intermediul unei scale în șapte puncte, valoarea inferioară a scalei reprezentând situația cea mai nocivă din punct de vedere concurențial, în timp ce valoarea superioară reprezintă situația cea mai favorabilă manifestării concurenței. Altfel spus, situațiile potențial problematice din punct de vedere concurențial primesc un număr mai mic de puncte iar situațiile pro-competitive 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, sporind îngrijorările concurențiale ale autorității.

În esență, IAPC este calculat ca medie aritmetică ponderată a 20 de valori individuale, ponderile asociate indicatorilor primari depinzând de clasa de importanță a acestora. În particular, pentru cele șapte trepte ale scalei, singurul indicator din categoria A+ are asociate valori ce cresc constant de la 0 la 9 (deci cu un pas de 1,5). Indicatorii din categoria A primesc valori ce cresc unitar de la 0 la 6 pentru fiecare treaptă a scalei pe care sunt evaluați, în timp ce indicatorii din categoria B au asociate valori între 0 și 4 (pas de 0,67). În fine, indicatorii din ultima categorie (C) au asociate valori între 0 și 3 pentru cele șapte trepte ale scalei (pas de 0,5). Astfel, la fiecare nivel al scalei, singurul indicator din categoria A+ (barierele la intrare) primește cu 50% mai multe puncte decât indicatorii importanți, incluși în categoria A. La rândul lor, factorii din clasa A au alocate cu 50% mai multe puncte decât indicatorii primari de importanță medie, din categoria B, care au asociate valori mai mari cu 33% față de indicatorii din ultima categorie de importanță (C), la fiecare nivel al scalei în șapte trepte.

Înainte de a prezenta rezultatele evaluării prin intermediul IAPC pentru o serie de industrii din economia națională, menționăm faptul că valorile indicelui compozit sunt comparabile între acestea. Comparabilitatea vine, în primul rând, din faptul că pentru fiecare industrie analizată sunt urmăriți aceeași indicatori primari, de factură generală, deci nu specifici diverselor industrii. Comparabilitatea este asigurată și de implementarea în procesul de evaluare a indicatorilor primari a unei scale unitare în șapte trepte.

Datorită modului cum este construit, acest indicator oferă semnale asupra riscului apariției unor înțelegeri în industriile analizate. Cu toate acestea, este foarte important de subliniat faptul că un scor mic nu înseamnă automat existența unor înțelegeri în respectiva industrie, precum și faptul că un scor mare nu exclude din start astfel de comportamente. Riscurile surprinse de IAPC vizează, mai degrabă șansele de apariție și nocivitatea efectelor unor înțelegeri. Datorită comparabilității între industrii a indicatorului, se poate aprecia că în cazul a două structuri de piață similare (de exemplu oligopol), în eventualitatea existenței unor înțelegeri, efectele vor fi mai nocive în industriile care înregistrează o presiune concurențială mai redusă.

Rezultatele actuale ale IAPC reprezintă doar o evaluare statică a industriilor, la un moment dat, realizată din punct de vedere structural. Scorurile obținute la nivelul fiecărei industrii nu pot surprinde eventualele practici anticoncurențiale deja existente sau pe cele viitoare.

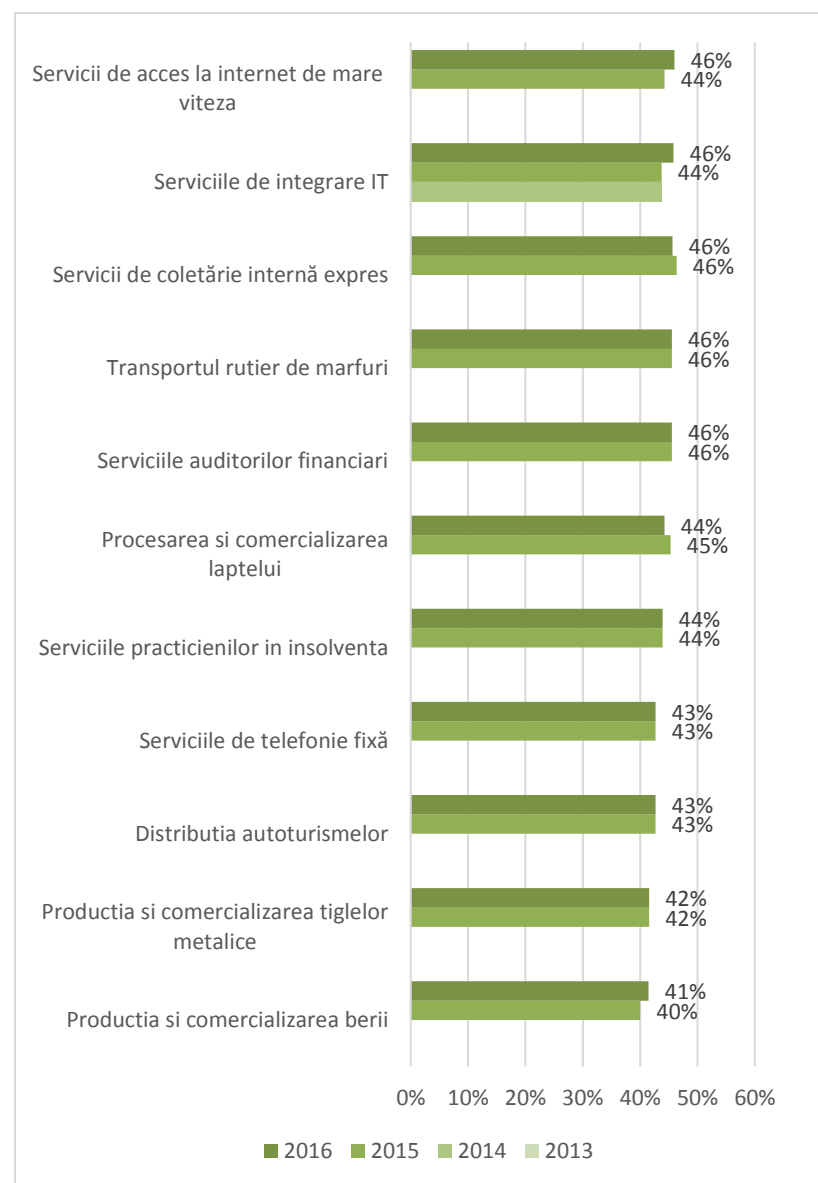
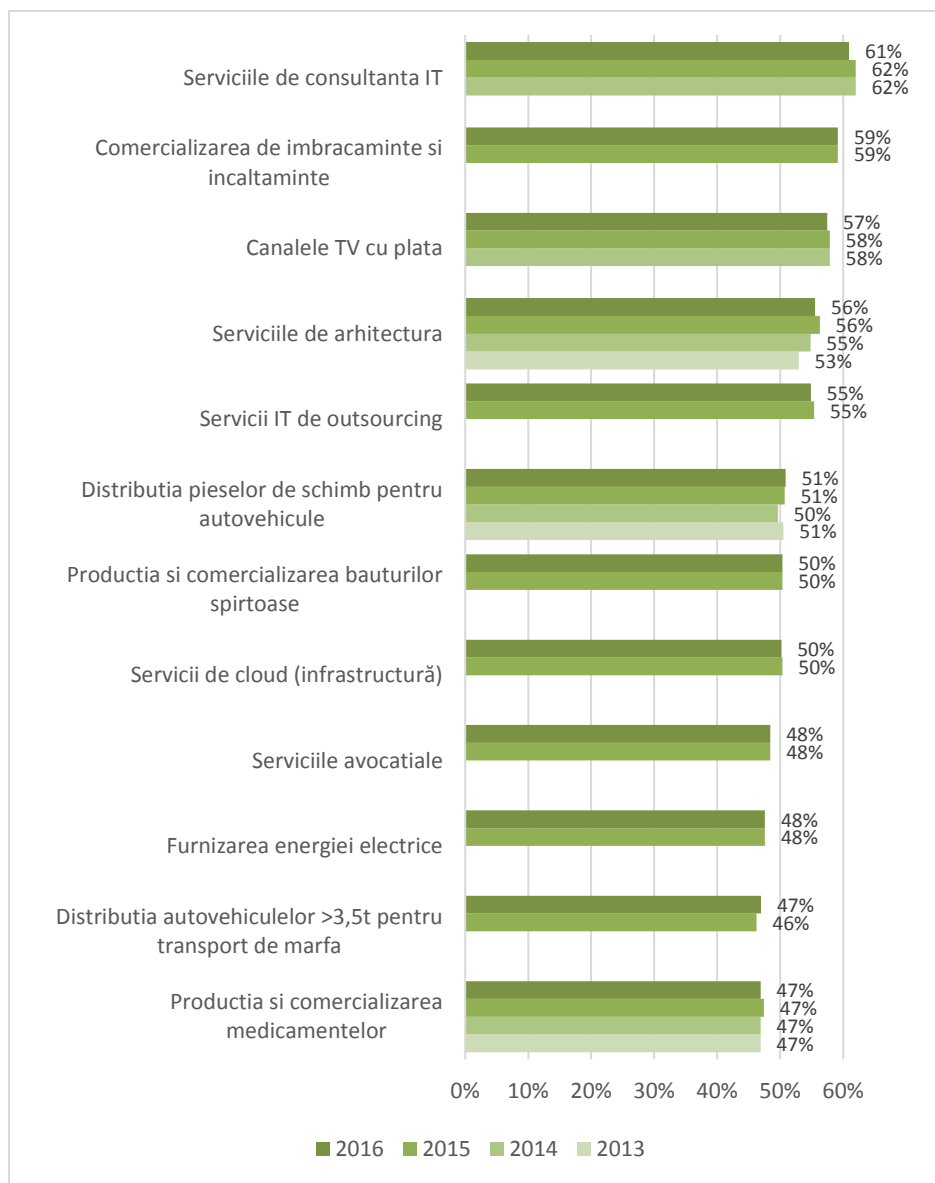
Rezultatele aplicării IAPC asupra a 46 de industrii din economia națională

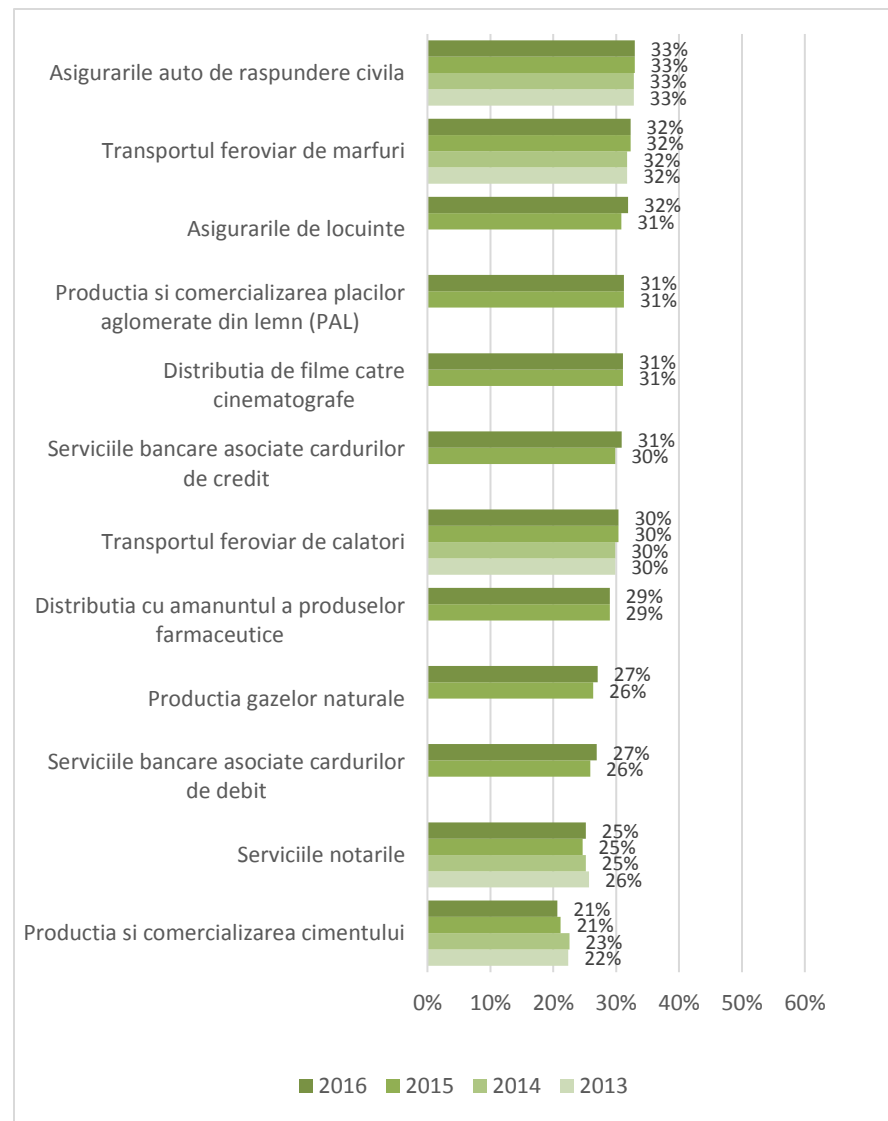
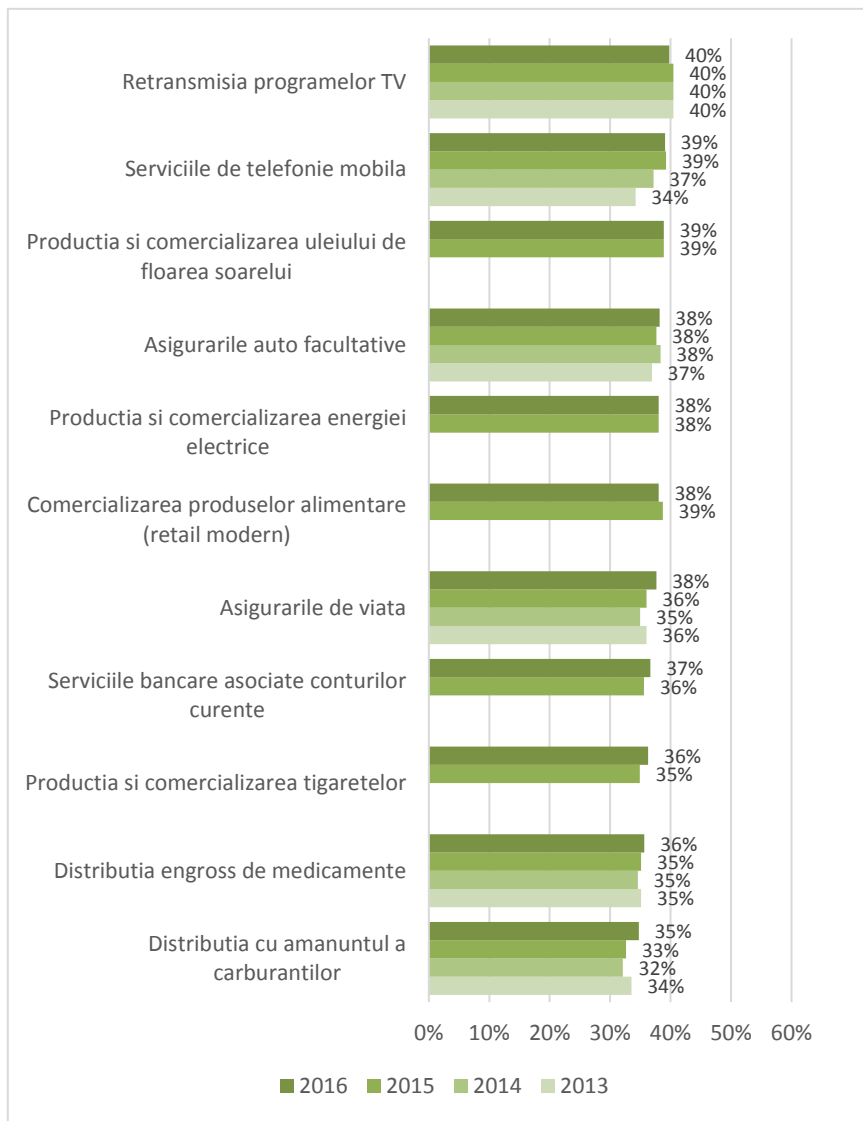
În perioada 2013-2015, au fost analizate douăzeci de industrii din economia națională prin prisma IAPC, evaluându-se astfel apropierea de o situație ideală, ce permite manifestarea deplină a concurenței. Dată fiind modalitatea de calcul indicată anterior, o valoare mai ridicată a indicelui compozit este asociată unei presiuni concurențiale mai intense, în timp ce o valoare mai redusă a IAPC indică o deplasare față de situația ideală.

Rezultatele precedente au arătat robustețea indicelui compozit. Astfel, valorile obținute anterior au fost considerate rezonabile, industriile pro-concurențiale având asociate valori mai ridicate ale IAPC, în linie cu așteptările. Robustețea indicelui este susținută și de obținerea unor rezultate omogene de la o aplicare la alta, lipsa fluctuațiilor majore la nivel anual confirmând condițiile de piață, respectiv absența unor evenimente care să poată determina schimbări profunde ale presiunii concurențiale în domeniile analizate. În acest context, trebuie spus că o mare parte din indicatorii primari urmăriți în cadrul IAPC sunt de natură structurală și prezintă o inerție semnificativă.

Dată fiind utilitatea IAPC, Consiliul Concurenței a decis extinderea ariei de cuprindere a indicelui compozit, în acest an fiind evaluate prin prisma instrumentului un număr de **46** de industrii din economia națională. Evaluarea industriilor nou incluse a fost realizată și pentru anul 2015, astfel încât să poată exista posibilitate de comparație pentru industriile nou introduse. Evaluările IAPC pentru anul 2016 reprezintă, momentan, valori provizorii care pot înregistra modificări în funcție de evoluțiile ce vor avea loc la nivelul fiecărei industrii până la finalul anului. În aceste condiții, scorurile IAPC vor prezenta o situație definitivă pentru anul anterior, unde se dispune de toate informațiile relevante. Pentru anul în curs vor fi prezentate scorurile provizorii, bazate pe informații disponibile până la jumătatea anului sau până la cel mai recent moment înainte de realizarea evaluării, acestea urmând a fi definitivate în cursul anului următor.

Figura 2.2. Rezultatele evaluării IAPC pentru perioada 2013-2016 (valorile pentru anul 2016 sunt provizorii)





Sursa: prelucrări proprii

Pe baza datelor aferente anului 2016, identificăm trei grupuri de industrii, definite prin intermediul cuartilelor¹³:

1. Primele 12 industrii, care înregistrează valori ale IAPC peste $Q3 > 46\%$, constituie grupul industriilor cele mai înclinare către manifestarea liberă a concurenței;
2. Următoarele 22 industrii, pentru care se înregistrează valori ale IAPC în intervalul 35-46%, constituie grupul industriilor de mijloc;
3. Ultimele 12 industrii, care înregistrează valori ale IAPC sub $Q1 < 35\%$, constituie grupul industriilor cele mai înclinare spre comportamente anticoncurențiale.

Plasarea industriilor în categoriile astfel definite respectă pe deplin trăsăturile acestora. De exemplu, ultimul grup, al industriilor cu cea mai scăzută presiune concurențială, include activități economice în care barierele la intrare sunt ridicate, în care lipsesc procesele inovative și care implică produse omogene. Mai mult decât atât, gradul de concentrare al acestor industrii este în general ridicat iar în aceste domenii nu activează concurenți „rebeli”. La polul opus se situează serviciile de consultanță IT, domeniu ce poate reprezenta un etalon în ceea ce privește presiunea concurențială¹⁴. Aceasta deoarece intrarea pe piață este foarte facilă (există chiar stimulente pentru deschiderea de companii în domeniu), numărul de concurenți este ridicat, gradul de concentrare este redus, procesele inovative au o importanță deosebită iar concurenții „rebeli” sunt foarte activi. Serviciile de arhitectură, producția de medicamente, distribuția de autovehicule și de piese de schimb pentru autovehicule prezintă și ele importante trăsături pro-competitive.

Figura 2.2 arată un lucru ce putea fi chiar anticipat, anume că diferențele de la un an la altul ale valorii indicelui compozit sunt relativ limitate. Astfel, diferența maximă anuală se înregistrează în anul 2016 (față de 2015) în cazul serviciilor de integrare IT și în cazul distribuției cu a amănuntul a carburanților și se ridică la 2 puncte procentuale (pp)¹⁵, în timp ce pentru majoritatea sectoarelor diferențele au fost fie nule, fie reduse (sub 1 pp). Aceasta deoarece factorii surprinși în analiza prin intermediul IAPC sunt în mare parte factori structurali, ce țin de modalitatea de organizare a sectorului și care prezintă o mare rezistență la schimbare.

Înainte de prezentarea succintă a situației fiecărei industrii în parte, este foarte important de subliniat faptul că presiunea concurențială, măsurată prin IAPC, surprinde acele aspecte structurale ale modului de organizare a industriei, generate, în mare parte de modul specific de

¹³ Cuartilele sunt indicatori de poziție folosiți în mod curent în practica statistică. Q1, cuartila inferioară, reprezintă acea valoare care împarte seria de date în două grupuri, 25% din valorile seriei fiind inferioare Q1, în timp ce 75% din valori sunt superioare acestei prime cuartile. În mod similar, 25% din valorile seriei depășesc Q3, cuartila superioară, în timp ce 75% din observații sunt inferioare valorii Q3.

¹⁴ Cu mențiunea, pe care o reiterăm aici, că gradul efectiv de concurență la nivelul eventualelor piețe relevante ce-ar putea fi definite în cadrul acestei industrii este cel mai probabil diferit de la o piață la alta.

¹⁵ Creșterea valorii IAPC în 2014 surprinde acțiunile energice ale unui anumit participant pe piață, acțiuni de natură a întări caracterul concurențial al industriei.

funcționare al fiecăreia dintre acestea și de caracteristicile produsului. Acest indicator nu măsoară concurența efectivă pe care producătorii o resimt pe piețele pe care aceștia activează.

Un alt aspect ce merită subliniat este că evaluarea IAPC se face având ca etalon modelul de funcționare al pieței cu concurență perfectă. Astfel, unele industrii, datorită modului specific de funcționare, vor înregistra scoruri mai scăzute decât altele. Cu toate acestea, se pot observa diferențe de scor între industrii cu același mod de funcționare, sugerând intensitatea presiunii concurențiale din respectivele sectoare.

Servicii IT

Serviciile IT sunt un topul industriilor cu cea mai ridicată presiune concurențială dintre toate cele analizate. Acest rezultat este de așteptat, dat fiind faptul că nu există bariere la intrarea pe piață, acest sector fiind unul care beneficiază chiar de stimulente pentru a se dezvolta. Astfel, chiar dacă vorbim de consultanță IT sau servicii de outsourcing, numărul de firme este ridicat, acestea oferind soluții inovative în condiții competitive de preț, mai ales raportat la alte țări. În ceea ce privește serviciile de integrare, acestea înregistrează un scor mai scăzut, această diferență fiind datorată faptului că există câteva diferențe semnificative comparativ cu celelalte tipuri de servicii IT. Serviciile de integrare reprezintă proiecte de mari dimensiuni care presupun anumite resurse, astfel că în acest sector activează relativ puține firme, de mari dimensiuni, comparativ cu cele care oferă consultanță. De asemenea, posibilitățile de diferențiere sunt mai scăzute, serviciile de integrare fiind mai omogene decât cele de consultanță IT.

Comercializarea de îmbrăcăminte și încălțăminte

Este industria cu a doua ce mai ridicată presiune concurențială dintre cele observate în cadrul prezentului raport. În cadrul acestui sector de activitate activează foarte mulți agenți economici, comercializând produse foarte diferite atât din punct de vedere al atributelor, cât și al calității, acest aspect influențând puternic presiunea concurențială. De asemenea, diferențierile semnificative în privința formatului de vânzare precum și activitatea promoțională intensă se reflectă pozitiv asupra presiunii concurențiale din acest sector de activitate.

Televiziune

Industriile din acest sector înregistrează scoruri ce sugerează o presiune concurențială relativ ridicată. În ciuda faptului că există unele bariere la intrare generate de accesul la o anumită infrastructură, precum și alte investiții specifice, numărul de retransmițători de programe TV este relativ ridicat, chiar dacă mulți dintre ei au o dimensiune locală. În cazul canalelor TV cu plată presiunea concurențială este mai ridicată decât în cazul serviciilor de retransmisie a canalelor de televiziune. Un factor important care contribuie la acest aspect se datorează faptului că, în cazul serviciilor de retransmisie a canalelor de televiziune, necesitățile de capital sunt semnificativ mai mari decât în cazul canalelor TV cu plată. Această necesitate de capital mai redusă este valorificată sub forma conținutului livrat, astfel, apar diferențe semnificative de calitate între canale, rezultând o puternică diferențiere între conținutul livrat de acestea.

Profesii liberale

Profesiile liberale au înregistrat scoruri care le plasează pe acestea în prima parte a clasamentului din punctul de vedere al presiunii concurențiale, două dintre acestea fiind chiar în primul sfert, serviciile de arhitectură și cele avocațiale, urmate îndeaproape de serviciile auditorilor financiari

și cele ale practicienilor în insolvență. Scorurile obținute se datorează caracteristicilor comune ale profesiilor liberale precum numărul foarte mare de agenți de pe piață, barierele reduse la intrare, acestea fiind reprezentate doar de anumite certificări specifice fiecărei profesii și apartenența la organizația profesională aferentă, care are și rol de reglementare a fiecărei activități liberale în parte. O excepție notabilă de la scorurile obținute de profesiile liberale este reprezentată de serviciile notariale, care se află la polul opus, înregistrând a doua cea mai slabă presiune concurențială dintre toate industriile analizate prin intermediul IAPC. Scorul scăzut în cazul serviciilor notariale se datorează, în mare parte existenței unor puternice bariere cantitative la intrare, numărul cabinetelor de notari fiind limitat prin reglementările impuse de Uniunea Națională a Notarilor Publici din România. De asemenea, un alt factor care determină o presiune concurențială scăzută este reprezentat de cererea pentru astfel de servicii, care este inelastică prin prisma caracterului de strictă necesitate al unora dintre aceste servicii.

Distribuția pieselor de schimb pentru autovehicule

Distribuția pieselor de schimb pentru autovehicule nu prezintă bariere considerabile la intrarea pe piață. Cu toate acestea numărul de ofertanți activi pe piața din România nu este unul foarte ridicat. Acest lucru se datorează, cel mai probabil, altor factori, precum necesitatea creării unei rețele de distribuție sau crearea unei imagini în rândul clienților, activități ce se pot dovedi costisitoare atât financiar cât și din punct de vedere al timpului. Cum distribuitorii de piese de schimb nu se adresează consumatorilor finali, posibilitatea manifestării concurenței vizează o serie de aspecte precum: condiții comerciale, gama de produse etc. Un alt factor care influențează presiunea concurențială este gradul integrare verticală, putându-se observa că unii dintre distribuitori au și rețele proprii de service-uri.

Producția și comercializarea băuturilor spirtoase

În cazul băuturilor spirtoase există mai multe companii care acționează pe piață, comparativ cu producerea berii, gradul de concentrare fiind mai redus. Chiar dacă există anumite reglementări care trebuie respectate de cei ce activează în acest domeniu, nu există bariere considerabile la intrarea pe această piață, atât în ceea ce privește producția cât și importul. Diferențierea intensă a produselor spirtoase, atât între tipuri de băuturi spirtoase cât și în cadrul aceluiași tip de băutură, în funcție de nivelul calitativ al acesteia, sporesc intensitatea presiunii concurențiale la nivelul acestei industrii. De asemenea, datorită faptului că aceste băuturi sunt relativ mai scumpe, iar în sens larg pot fi substituite cu alternative mai ieftine precum berea și vinul, determină o elasticitate mai ridicată la preț a acestor bunuri și, implicit, presiune concurențială suplimentară. Legea împotriva fumatului în spații închise este posibil să fi avut impact și asupra acestei industrii, însă, cel mai probabil, într-o măsură mai mică decât asupra industriei berii.

Servicii cloud (*infrastructure as a service*)

Acest sector se afla în prima parte clasamentului prezentând o parte din caracteristicile specifice industriei IT. Sectorul este dominat de prezența a câtorva mari jucători, prezenți și la nivel mondial, și doar de câțiva jucători locali importanți. Astfel chiar dacă există multe firme care oferă astfel de servicii, pentru moment acestea au încă dimensiuni foarte mici, neavând suficient renume pentru a genera o presiune concurențială de ordinul celei generate de firmele de renume mondial. Cu toate acestea, chiar dacă la momentul actual, industria pare una relativ concentrată, există și alți factori care conduc la creșterea presiunii concurențiale. Trecerea de la o piață mică la una cu potențial pentru mai mulți furnizori importanți (prin creșterea încrederii ca vector esențial de dezvoltare, dar și prin proiecte mari, în special în domeniul instituțiilor publice),

reorientarea firmelor către soluții de tip cloud față de alternativa „*in-house*”, precum și inovarea permanentă plasează această industrie în zona cu o presiune concurențială ridicată.

Furnizarea de energie electrică

Și în cazul furnizării de energie electrică numărul de ofertanți este ridicat, dar, spre deosebire de producție, diferențele între ofertanți sunt mai reduse, înregistrându-se o concentrare a pieței mult mai scăzută decât în cazul producției. Din punct de vedere al pătrunderii pe piață, comparativ cu producerea de energie electrică, intrarea este mai ușoară, nefiind necesare investițiile masive în infrastructură. Există, totuși o serie de avize care trebuie obținute și anumite condiții speciale ce trebuie îndeplinite în scopul desfășurării unei astfel de activități, dar, comparativ cu producerea, accesul pe piață este mult mai facil.

Producția și comercializarea medicamentelor

Producția și comercializarea medicamentelor se află în topul industriilor cu cea mai ridicată presiune concurențială, dintre cele monitorizate la momentul actual. Numărul de concurenți este relativ ridicat, neexistând lideri detașați. Industria este una puternic inovativă, acesta fiind principalul motor al dezvoltării. Medicamentele produse vizează o serie largă de afecțiuni diferite, astfel chiar dacă există suprapuneri în cazul medicamentelor generice, există, de asemenea, și posibilitatea dezvoltării unei puternice diferențieri între companii, în funcție de medicamentele pe care decid să le dezvolte.

Distribuția autovehiculelor peste 3,5 tone pentru transport de marfă

Din punct de vedere al actorilor activi în această industrie, sunt prezente toate marile grupuri care activează la nivel mondial. Comportamentul consumatorilor, în acest caz, este diferit de cel al utilizatorilor de autoturisme, achiziționându-se, de obicei, flote de camioane, ceea ce le conferă cumpărătorilor o mai mare putere de negociere. De asemenea, dimensiunea achizițiilor precum și incidența acestora, reprezintă factori ce cresc presiunea concurențială în cazul distribuției de autovehicule pentru transportul de marfă. Din punct de vedere al barierelor, acestea sunt relativ reduse din punct de vedere al funcționării pieței, însă sunt necesare anumite investiții în crearea rețelelor de distribuție.

Transport rutier de mărfuri

Scorul obținut de această industrie o plasează în prima jumătate a clasamentului. Industria este caracterizată de un număr ridicat de operatori de transport rutier, un grad redus de concentrare, și bariere de intrare relativ reduse. Pe lângă licențe, cel mai mare impediment este dat de necesitatea unor investiții inițiale considerabile într-o flotă de transport. Cu toate acestea, datorită dinamismului acestei industrii, fragmentării la nivelul operatorilor și existenței, în unele cazuri, a alternativei transportului feroviar de mărfuri, presiunea concurențială la nivelul transportului rutier de mărfuri este relativ ridicată.

Procesarea și comercializarea laptelui

Industria laptelui se situează în prima parte a clasamentului, înregistrând o valoare a IAPC peste medie. Concurenții activi în această industrie nu sunt foarte numeroși datorită faptului că intrarea pe această piață presupune pe lângă o serie de investiții specifice (autorizații de mediu, sanitare, fabrici de procesare etc.) și crearea unei imagini în rândul consumatorilor. Cu toate acestea, importurile sunt relativ ușor de realizat, ele reprezentând o alternativă la producția autohtonă. Din punct de vedere al proprietăților, laptele este un bun omogen (pentru aceleași paliere de

calitate), astfel că eforturile de diferențiere joacă un rol foarte important, acest aspect reflectându-se mai ales în intensitatea activităților de marketing, sporind, implicit, și presiunea concurențială la nivelul industriei.

Telecomunicații

Toate industriile din sectorul telecomunicațiilor se află în grupul de mijloc al clasamentului IAPC. Aceste industrii sunt puternic inovative, cu un grad ridicat de implementare a noilor tehnologii, fapt ce se reflectă automat într-o presiune concurențială mai ridicată. Cu toate acestea, o parte din această presiune concurențială este temperată de faptul că, în toate cazurile, barierele la intrarea pe piață sunt considerabile (avize, crearea unei rețele, dobândirea de spectru de frecvențe) astfel că sunt prezenți relativ puțini operatori capabili să furnizeze aceste servicii, iar concentrarea la nivelul acestor industrii este relativ ridicată. Această situație se datorează tocmai specificului sectorului, fiind unul în care economiile de scară și de scop sunt esențiale în furnizarea serviciului și implementarea în permanență a noilor tehnologii. Din acest motiv, în majoritatea cazurilor piața manifestă o tendință naturală de organizare, determinată de factorii structurali ai acesteia.

Distribuție de autoturisme

În România activează majoritatea grupurilor auto importante la nivel internațional. Gradul de concentrare a pieței este moderat, remarcându-se câteva dintre aceste grupuri care oferă modele în toate segmentele de preț. Grupul Renault are o prezență semnificativă pe piață, o parte din acest lucru datorându-se brandului Dacia, ale cărui modele sunt produse la nivel național. Cerea pentru autoturisme înregistrează fluctuații considerabile în funcție de perioada de înlocuire, diversele programe de stimulare de tipul „Rabla” precum și alți factori. Fluctuațiile cererii coroborate cu faptul că autoturismele reprezintă bunuri de folosință îndelungată, conduc la premisele existenței unor puternice stimulente în manifestarea unei concurențe intense între distribuitori.

Producția și comercializarea de țigă metalică

Această industrie se află în grupul de mijloc al clasamentului. Numărul de ofertanți este moderat, însă există un grup de jucători de dimensiuni mai mari aflați în fruntea clasamentului. Deși există anumite reglementări, în special cele legate de mediu, nu există bariere considerabile la intrarea pe piață. Industria este puternic corelată cu sectorul construcțiilor, astfel că relansarea acestuia a condus, implicit, la creșterea pieței pentru învelitorile metalice.

Producția și comercializarea berii

La nivelul producției de bere în România sunt activi pe lângă marii jucători la nivel mondial și o serie de mici producători locali. Deși în ultimii ani au apărut mai multe micro berării, produsele acestora rămân totuși unele de nișă, acești mici producători nepunând o presiune considerabilă asupra marilor producători internaționali. În aceste condiții, gradul de concentrare este unul ridicat, iar evoluțiile anuale nu arată schimbări semnificative în ierarhia producătorilor. Deși această industrie cunoaște puternice evoluții sezoniere, în 2016 au avut loc o serie de evenimente capabile să creeze șocuri. Apariția legii împotriva fumatului în spațiile publice închise este posibil să fi avut efecte și asupra consumului de bere în sectorul HoReCa. De asemenea, desfășurarea campionatului european de fotbal este posibil să fi amplificat evoluțiile sezoniere în sensul sporirii consumului de bere.

Producția și comercializarea uleiului de floarea soarelui

Industria producerii și comercializării uleiului de floarea soarelui este una relativ matură, fiind caracterizată de prezența unui număr redus de producători. Chiar dacă numărul de jucători este redus și gradul de concentrare este unul destul de ridicat, cu diferențe de magnitudine între principalii jucători activi, se pot observa fluctuații anuale ale cotelor de piață, fapt ce sugerează existența unei moderate presiuni concurențiale. Chiar dacă există evoluții ale întreprinderilor active, acestea sunt limitate datorită maturității industriei și evoluției destul de constante a cererii. Acest aspect se datorează faptului că produsul este unul de bază, iar cererea pentru acesta nu cunoaște fluctuații semnificative în ultimii ani. Acești factori reduc presiunea concurențială la nivelul industriei.

Comercializarea produselor alimentare (retail modern)

Retailul alimentar pare să nu fi ajuns încă la maturitate, dat fiind faptul că marile rețele de magazine continuă să se extindă la nivelul României. Deși sunt prezente foarte multe rețele de magazine pe teritoriul țării, numărul celor de dimensiune națională este relativ redus. Dacă avem în vedere doar rețelele ce au cuprindere națională, ținând cont de specificul industriei și comparativ cu alte țări din zona est europeană, numărul marilor rețele este relativ ridicat. Amplitudinea transferului în prețuri a reducerii cotei TVA la alimente sugerează existența unei presiuni concurențiale relativ ridicate, dar consolidările recente din acest domeniu duc la reducerea numărului de operatori și creșterea gradului de concentrare.

Producția și comercializarea de energie electrică

Investiții inițiale foarte ridicate și reglementările specifice domeniului de activitate generează bariere la intrare considerabile pentru industria producției de energie electrică. Chiar dacă sunt prezenți mulți jucători pe piață, de diverse dimensiuni, care pot produce energie, mai ales din surse alternative, cei mai mari producători de energie electrică (Hidroelectrică, Nuclearelectrică și Complexul Energetic Oltenia) generează peste 60% din producție. Modul specific de funcționare a acestei industrii (consumul este simultan cu producția și există o procedură de prioritizare a intrării în sistem) precum și diferențele semnificative între diversele surse de producție a energiei electrice influențează puternic presiunea concurențială.

Asigurări

Asigurările se aseamănă foarte mult cu serviciile bancare din punct de vedere al scorurilor obținute la IAPC. Există unele similarități între condițiile de intrare pe piață și numărul de actori, cu toate că, în cazul asigurărilor, numărul de firme active pe piață este mai scăzut comparativ cu sectorul bancar. Ieșirile recente ale unor societăți de asigurare de pe piață au determinat o creștere a concentrării pe anumite categorii, însă aceasta nu a fost omogenă pe tipuri de asigurări. La nivelul rezultatelor IAPC se poate observa că în cazul asigurărilor care au caracter obligatoriu (RCA și o parte dintre asigurările de locuințe) scorul este mai scăzut, pentru aceste tipuri de asigurări neexistând diferențe considerabile între serviciile oferite societățile de asigurare. Comparativ cu asigurările obligatorii, în cazul celor facultative (CASCO și asigurările de viață), acolo unde diferențierea are un impact mai mare asupra consumatorilor, scorurile înregistrate sunt mai mari, indicând existența unei presiuni concurențiale mai ridicate.

Servicii bancare

Serviciile bancare se află în a doua jumătate a clasamentului pe baza scorului IAPC obținut. La nivelul tuturor instituțiilor bancare, gradul de concentrare este moderat, totuși primii cinci

jucători dețin mai mult de jumătate din piață la nivelul fiecărui serviciu separat. Scorurile relative reduse pentru toate serviciile bancare analizate (carduri de credit, carduri de debit și servicii asociate contului curent) sunt datorate unor caracteristici structurale ale sectorului bancar. O parte dintre aceste caracteristici sunt: caracterul indispensabil al unora dintre servicii, posibilitățile relativ limitate de diferențiere în ceea ce privește serviciile oferite, precum și un anumit grad de captivitate în rețea a utilizatorilor. Captivitatea în rețea poate fi generată atât dintr-o perspectivă inerțială, în virtutea unor relații consacrate cu anumite bănci sau, în cazul anumitor servicii, independentă de consumatori (ex: existența unor parteneriate între angajatori și unele dintre bănci în cazul cardurilor de debit). Chiar dacă există o serie de aspecte structurale care indică o presiune concurențială scăzută, apariția și implementarea noilor tehnologii (carduri contactless) precum și oferirea anumitor facilități (ex: cash-back) au sporit posibilitățile de diferențiere între serviciile oferite de bănci, acest aspect reflectându-se într-o manieră pozitivă asupra presiunii concurențiale. De asemenea, un alt factor important care contribuie la creșterea presiunii concurențiale este dat de anumite comportamente ale unor bănci care pot fi privite drept „competitori rebeli”.

Distribuția engross de medicamente

În cazul distribuției engross de medicamente, concentrarea la nivelul agenților economici care operează în această industrie este moderată. De asemenea, nu există fluctuații anuale semnificative la nivelul cererii, produsele, în acest caz, fiind indispensabile. Acest aspect se reflectă automat și asupra elasticității cererii, aceasta fiind foarte scăzută. Aspectele structurale ale industriei care conduc la o presiune concurențială scăzută sunt parțial compensate de faptul că majoritatea portofoliilor distribuitorilor au produse care coincid, astfel că aceștia sunt stimulați să de diferențieze.

Producția și comercializarea de țigarete

Această industrie se află în a doua jumătate a clasamentului actual, însă nu ajunge în ultimul grup din punct de vedere al presiunii concurențiale. Acest rezultat este de așteptat date fiind particularitățile acestei industrii. Peste 90% din întreaga industrie este deținută de trei mari jucători care sunt activi și la nivel internațional. Piața este una matură și cunoaște numeroase restricții (prețurile sunt reglementate, există interdicția de a face publicitate în audiovizual, etc.) astfel că posibilitățile de manifestare a concurenței sunt mai reduse.

Distribuția cu amănuntul a carburanților

Această industrie se află în grupul celor cu cea mai scăzută presiune concurențială. Acest scor se datorează, în principal, unor caracteristici structurale ale industriei, cele mai importante fiind gradul ridicat de concentrare a pieței determinat de prezența unui număr redus de actori pe piață. Chiar dacă există și distribuitori independenți, cea mai mare parte a pieței este dominată de lanțurile de benzinării ale grupurilor internaționale. Deși industria înregistrează ușoare creșteri pe măsură ce lanțurile de benzinării se extind, ierarhia acestora în funcție de cotele de piață nu e afectată puternic.

Distribuția de filme către cinematografe

Distribuția de filme către cinematografe se află în ultima parte a clasamentului din punct de vedere al presiunii concurențiale. Această industrie este una relativ concentrată, cu puține firme care activează în acest sector. Bunurile sunt relativ omogene, majoritatea filmelor produse de marile studiouri fiind distribuite către toate rețele de cinematografe.

Transport feroviar de mărfuri

Comparativ cu transportul feroviar de călători, în cazul transportului feroviar de marfă, presiunea concurențială este mai ridicată. Acest lucru se datorează în principal faptului că în cazul transportului de mărfuri există un număr mai ridicat de operatori. De asemenea, poziția operatorului de tradiție, CFR Marfă, nu este la fel de puternică precum în cazul transportului de călători. Mai mult decât atât, există un concurent semnificativ, relativ apropiat ca dimensiune de CFR Marfă.

Producția și comercializarea de plăci aglomerate de lemn

Situarea acestei industrii în ultima cuartilă a clasamentului se datorează, în principal, structurii industriei. Numărul întreprinderilor active este foarte redus, iar costurile pentru inițierea unei astfel de afaceri sunt foarte ridicate, investițiile inițiale mari presupunând pe lângă activele productive și investiții legate de mediu. Omogenitatea produsului și lipsa posibilităților de diferențiere semnificativă reduc și ele din presiunea concurențială ce caracterizează această industrie.

Transport feroviar de călători

Este caracterizat de presiune concurențială scăzută, acest lucru datorându-se în cea mai mare parte caracteristicilor acestei industrii. Deși în ultimii ani au apărut și operatori de transport feroviar de călători, aceștia activează doar pe un număr redus de rute, astfel că CFR Călători se menține lider detașat al acestei industrii. Intrarea pe o astfel de piață este relativ greu de realizat, existând o serie de bariere administrative, dar mai ales economice (investiții semnificative în material rulant, perioade ridicate de recuperare a investiției). Un alt motiv pentru numărul redus de operatori este faptul că nu toate rutele de transport pot fi exploatate într-o manieră rentabilă. În aceste condiții presiunea concurențială diferă la nivel regional.

Producția de gaze naturale

Poziționarea spre finalul clasamentului a acestei industrii nu este deloc surprinzătoare. Intrarea pe piață este greu de realizat, fiind condiționată de accesul la zăcăminte și dublată de necesitatea unor investiții considerabile în infrastructura de exploatare. Mai mult decât atât, deși pe piață sunt mai mulți producători, doi dintre aceștia produc marea majoritate a cantității de gaze naturale. Presiunea concurențială este atenuată și de caracteristicile produsului, acesta fiind unul omogen, neexistând posibilitatea de diferențiere.

Distribuția cu amănuntul a produselor farmaceutice

Se situează la finalul clasamentului, înregistrând una dintre cele mai scăzute valori ale presiunii concurențiale estimate de IAPC. Acest rezultat se datorează specificului acestei industrii, fiind vorba de bunuri de strictă necesitate, cu o elasticitate la preț foarte scăzută, cererea pentru acestea nu înregistrează fluctuații semnificative pe parcursul anului, cu excepția unor evoluții sezoniere. Mai mult decât atât, fiind o mare suprapunere în privința bunurilor comercializate, posibilitățile de diferențiere sunt reduse considerabil. De asemenea, există și unele reglementări în vigoare ce prevăd anumite criterii demografice în baza cărora se pot deschide noi farmacii, astfel intrarea pe piață este puternic condiționată de îndeplinirea respectivelor criterii. În aceste condiții presiunea concurențială potențială înregistrează o valoare foarte scăzută.

Producția și comercializarea cimentului

Este industria cu cel mai scăzut scor din punct de vedere al presiunii concurențiale încă de la începutul implementării acestui indice. Motivul pentru care înregistrează acest scor se datorează unui cumul de factori specifici acestei industrii. Producția și comercializarea cimentului este caracterizată de prezența unui număr redus de producători. Numărul de jucători s-a menținut constant chiar și după concentrarea petrecută între Lafarge și Holcim, prin intrarea pe piața a firmei CRH. Pe lângă numărul redus de participanți, evoluția în timp a producătorilor de ciment nu a înregistrat fluctuații considerabile din punct de vedere al cotelor de piață. Produsul este unul omogen, iar barierele la intrare sunt considerabile, investițiile necesare deschiderii unei fabrici de ciment fiind foarte mari și greu recuperabile în timp. Date fiind aceste condiții, apreciem ca producția și comercializarea cimentului este industria cea mai predispusă a înregistra o presiune concurențială scăzută.

Concluzii

Capitolul de față prezintă continuarea unui demers inițiat în urmă cu trei ani, demers ce vizează evaluarea unor industrii din economia națională prin prisma Indicelui Agregat de Presiune Concurențială. În urma primei aplicări a IAPC în anul 2013, dar și a discuțiilor ulterioare privind acest instrument de analiză economică, în anul 2014 au fost implementate câteva modificări asupra acestuia. Valorile anuale indicate în cadrul acestui raport au fost calculate în mod unitar, transmit informații relevante privind industriile analizate și arată faptul că analiza realizată prezintă un grad suficient de robustețe.

Extinderea evaluării IAPC, în 2016, pentru 46 de industrii întărește necesitatea folosirii acestui instrument în activitatea curentă a Consiliului Concurenței. Rezultatele obținute pentru industriile nou introduse în analiză confirmă robustețea indicatorului, scorurile individuale apropiindu-se de intuiția economică privind presiunea concurențială din respectivele industrii.

Indicele compozit reprezintă un instrument util atât din punct de vedere intern, al Consiliului Concurenței, cât și în relația autorității cu mediul de afaceri și cu părțile implicate în diversele sectoare ale economiei (de exemplu, autorități publice și reglementatori). Dată fiind utilitatea IAPC, autoritatea de concurență are în vedere aplicarea în continuare a indicelui și, eventual, în funcție de necesitățile acesteia, rafinarea lui pentru a suplimenta valoarea creată în cadrul activității Consiliului Concurenței.

3. ANALIZA IMPACTULUI REDUCERII COTEI GENERALE DE TVA

După creșterea cotei TVA la 24% din iulie 2010, au urmat o serie de măsuri de reducere a cotei TVA pentru diferite categorii de produse, atât în scopul stimulării respectivelor sectoare, cât și pentru protejarea consumatorilor. Prima etapă de reducere a TVA, de la 24% la 9%, a vizat produsele de panificație și s-a realizat în septembrie 2013. Pe baza rezultatelor obținute în prima fază (o transmitere de aproximativ 93%¹⁶ în prețuri a reducerii TVA), începând cu 1 iunie 2015, a fost realizată o altă etapă de reducere a TVA până la nivelul de 9% pentru toate produsele alimentare (a căror efecte s-au transmis în prețuri în proporție de 80%¹⁷). Pentru aceste categorii de produse observarea efectelor și cuantificarea transmiterii în preț a reducerii de TVA a fost mai facil de realizat datorită numărului limitat, dar mai ales a unei oarecare omogenități a produselor care au beneficiat de această măsură.

Începând din 2016, cota generală de TVA a fost scăzută de la 24% la 20% pentru toate bunurile și serviciile comercializate la nivelul României. Datorită ariei largi de cuprindere a acestei măsuri, cât și a eterogenității produselor și serviciilor afectate de această măsură, evaluarea impactului acesteia asupra prețurilor se poate realiza cel mai simplu prin analiza evoluției Indicelui prețurilor de consum pe categoriile de bunuri și servicii care îl compun. De asemenea, o transpunere integrală a reducerii TVA în prețuri ar echivala cu o scădere a prețurilor de doar 3,2% în ianuarie comparativ cu luna decembrie, valoare considerabil mai mică decât în cazul etapelor anterioare de reducere a cotei de impozitare, unde efectul maxim potențial a fost de 12,1%.

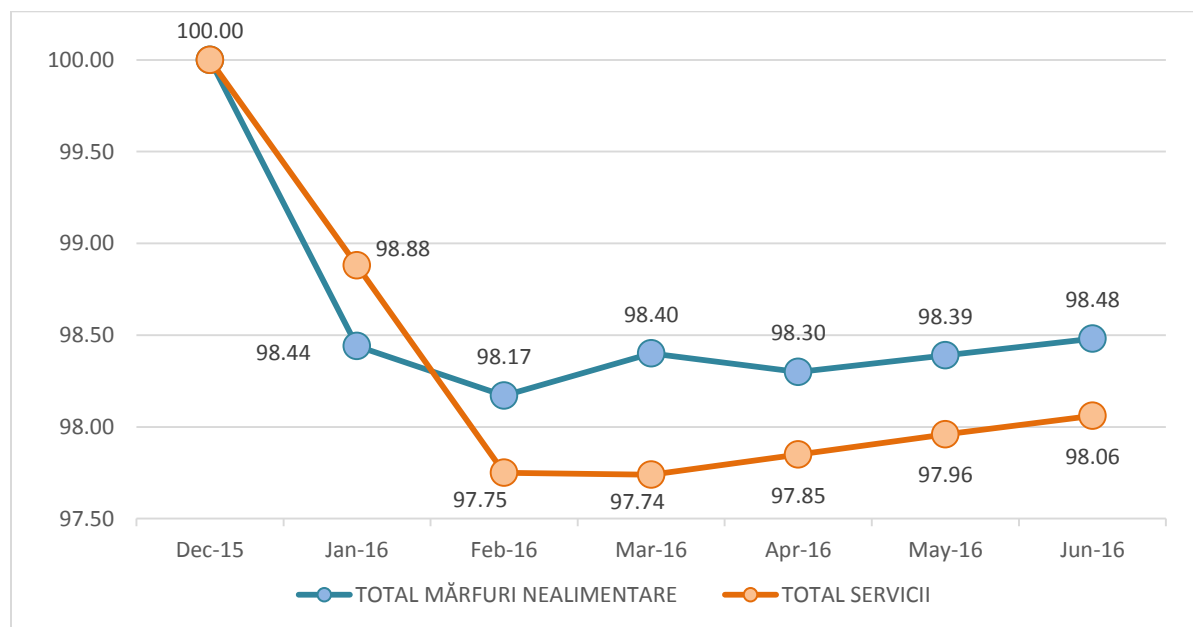
Conform datelor INS, se poate observa o reducere imediată a nivelului prețurilor produselor și serviciilor afectate de măsura scăderii TVA. Totuși, o parte din aceste efecte se pot datora și unor factori specifici anumitor categorii de produse precum și evoluției economiei globale (în special prețul petrolului și al gazelor naturale).

După cum se poate observa și din figura 3.1, începând cu luna ianuarie s-a înregistrat o reducere a prețurilor atât pentru mărfurile alimentare cât și pentru servicii. În cazul serviciilor, ajustarea prețurilor s-a realizat mai lent decât în cazul mărfurilor nealimentare, fiind necesare două luni pentru a se observa efectul integral, însă reducerea totală a fost mai intensă. La jumătatea anului curent, prețurile medii ale mărfurilor nealimentare se situau cu aproximativ 1,5% sub nivelul celor din decembrie 2015, în timp ce tarifele medii ale serviciilor erau cu aproximativ 2% mai scăzute decât cele de la finalul anului trecut.

¹⁶ Conform estimărilor BNR – Raport asupra inflației, mai 2016

¹⁷ Conform estimărilor BNR – Raport asupra inflației, mai 2016

Figura 3.1. Evoluția IPC pentru mărfuri nealimentare și servicii (modificare față de decembrie 2015)



Sursa: INS

Comparativ cu produsele alimentare, ajustarea de preț în cazul mărfurilor nealimentare și a serviciilor s-a realizat mai încet. Această evoluție se poate datora atât faptului că unele dintre acestea pot prezenta anumite rigidități de ajustare a prețului specifice sectorului de activitate, cât și din cauza eterogenității produselor și serviciilor observate, prețurile acestora fiind influențate de tipare de consum diferite. De asemenea, este de așteptat ca, în cele mai multe dintre cazuri, evoluția sezonieră a prețurilor să nu se manifeste la fel de intens ca în cazul produselor alimentare.

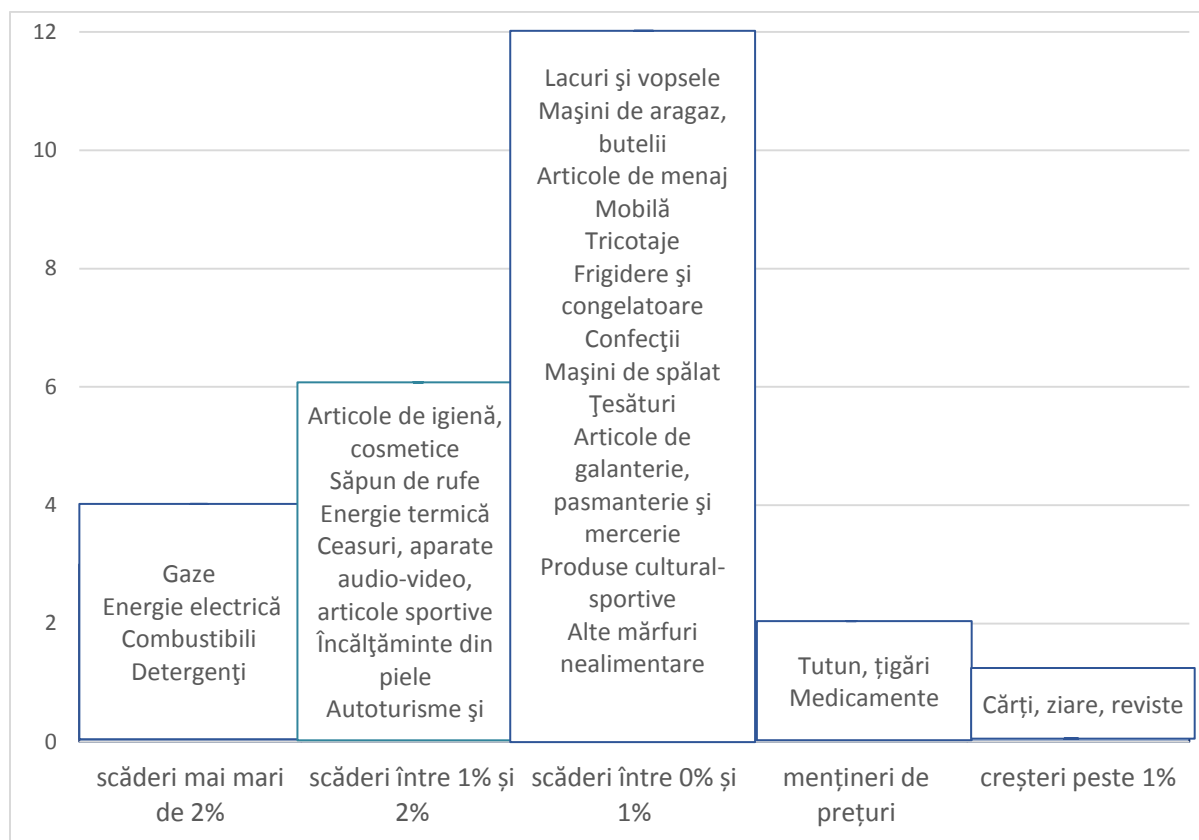
Datorită cuprinderii generale a măsurii, cât și a complexității interdependențelor care se creează la nivelul economiei, efectele inițiale ale reducerii TVA se pot observa cel mai bine în primele luni ale anului. Cu cât modificările prețului sunt mai îndepărtate de momentul reducerii TVA, cu atât cresc șansele ca acestea să cuprindă și influența altor factori care afectează mediul economic și care se datorează atât funcționării normale a economiei, cât și a unor posibile elemente excepționale de natură să afecteze prețurile.

După cum se poate observa și în figura 3.2, la nivel de categorii componente ale IPC situația este relativ eterogenă. Pentru majoritatea mărfurilor nealimentare, prețurile au scăzut cu valori sub 1%. Scăderi cuprinse între 1% și 2% se remarcă în cazul ceasurilor, aparatelor audio-video, articolelor sportive, articolelor de igienă și cosmeticelor și autoturismelor și pieselor de schimb. Combustibilul a înregistrat o scădere semnificativă a prețului în primele luni ale anului. Această evoluție a fost puternic influențată și de reducerea cotației petrolului. Cu toate acestea, se poate

observa o reducere mai accentuată a prețului cu taxe comparativ cu cel fără taxe în primele două săptămâni ale lunii ianuarie¹⁸, înainte de scăderea puternică a prețului petrolului, indicând astfel o astfel o transmitere în prețul combustibililor a reducerii TVA.

În cazul tutunului și țigărilor scăderea de TVA a fost compensată de creșterea accizei (care de regulă se realiza în luna aprilie), astfel încât impactul cumulat asupra prețurilor a fost nul.

Figura 3.2. Evoluția prețurilor mărfurilor nealimentare pe categorii componente



Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor INS

Dintre mărfurile nealimentare, cele mai mari ieftiniri s-au înregistrat în sectorul energetic, unde gazele, energia termică și energia electrică au cunoscut reduceri ale prețurilor cuprinse între 3,5 și 4,9%. Prețul gazelor era cu 4,26% mai scăzut în iunie față de decembrie 2015, în timp ce energia termică era cu 3,5% mai ieftină comparativ cu aceeași perioadă. Energia electrică a înregistrat cea mai mare reducere, de 4,9% în iunie față de decembrie 2015. În cazul energiei electrice, pe lângă reducerea TVA, scăderea de preț a fost suplimentată și de diminuările cu aproximativ 8-10% ale tarifelor de distribuție. Astfel, chiar dacă din ianuarie a urmat o nouă rundă de liberalizare a pieței, efectul total asupra prețului s-a manifestat în sensul reducerii.

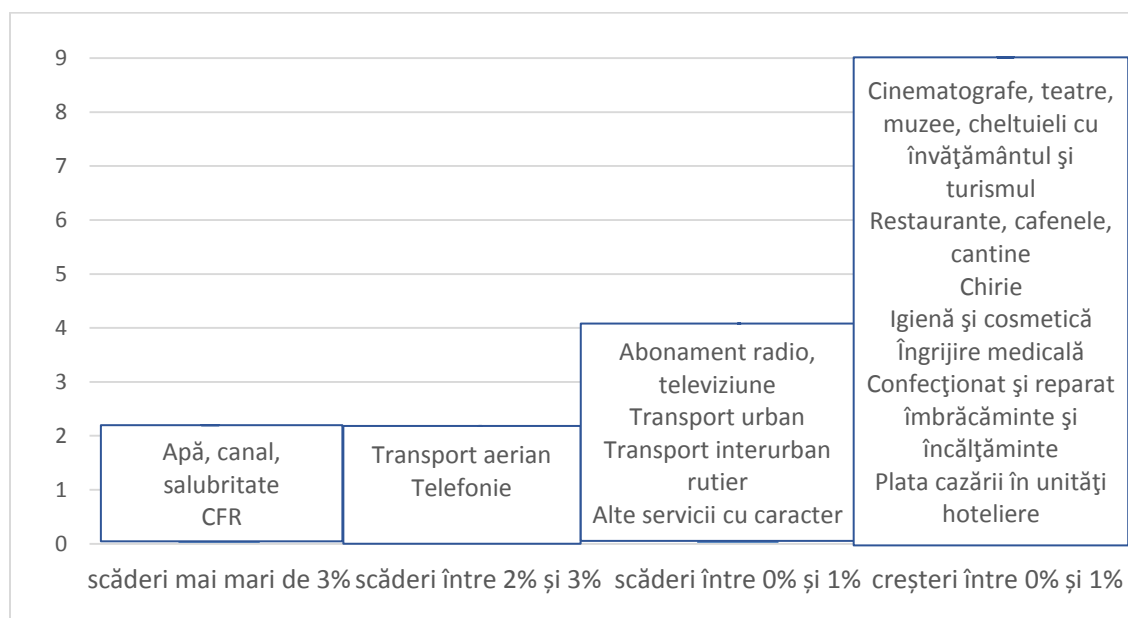
¹⁸ Conform datelor disponibile în Weekly Oil Buletin.

În cazul serviciilor, în aproximativ jumătate dintre categoriile incluse în calculul IPC se remarcă o ușoară creștere, cuprinsă între 0 și 0,50%, chiar și după reducerea TVA. Cu toate acestea, există categorii care au înregistrat reduceri ale tarifelor.

Transportul urban a înregistrat o scădere de aproximativ 0,60% comparativ cu transportul interurban care a înregistrat o diminuare a tarifelor medii de 0,47%. Transportul interurban este compus la rândul său din transportul rutier, feroviar și aerian, care au avut următoarele evoluții de la începutul anului:

- În cazul transportului rutier, scăderea TVA a fost suplimentată și de scăderea costului combustibilului, însă efectele asupra prețului este posibil să fi fost ameliorate de creșterile costurilor cu asigurările pentru transportatori. Același efect se poate observa și în cazul abonamentelor auto, care în luna iunie sunt marginal mai scumpe (cu 0,04%) decât la finalul anului precedent.
- În cazul transportului pe căile ferate se poate observa o transmitere integrală (3,19%) a reducerii TVA în tarifele practicate de CFR.
- Deși în ianuarie tarifele pentru transporturi aeriene au prezentat o ușoară creștere în prima lună a anului, acestea au scăzut începând cu luna februarie chiar cu mai mult decât reducerea potențială determinată de scăderea TVA, ieftinirea apropiindu-se de 4%. Această reducere de tarife este cumulul mai multor factori, unul dintre aceștia fiind prețul combustibililor. De asemenea este posibil ca aceasta să fi fost sporită și de intensificarea concurenței, mai ales pe plan intern, prin intrarea unor operatori *low-cost* pe unele dintre rutele interne.

Figura 3.3. Evoluția prețurilor serviciilor pe categorii componente



Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor INS

Și serviciile de telefonie au avut un mic decalaj de ajustare a tarifelor, însă începând cu luna februarie, tarifele medii au fost mai scăzute decât anul trecut, la jumătatea anului fiind cu 2,8% mai ieftine. Reducerea semnificativ mai mare în cazul serviciilor de telefonie față de alte servicii, altele decât cele reglementate, sugerează faptul că în acest sector intensitatea concurenței pe care operatorii o resimt este mai mare.

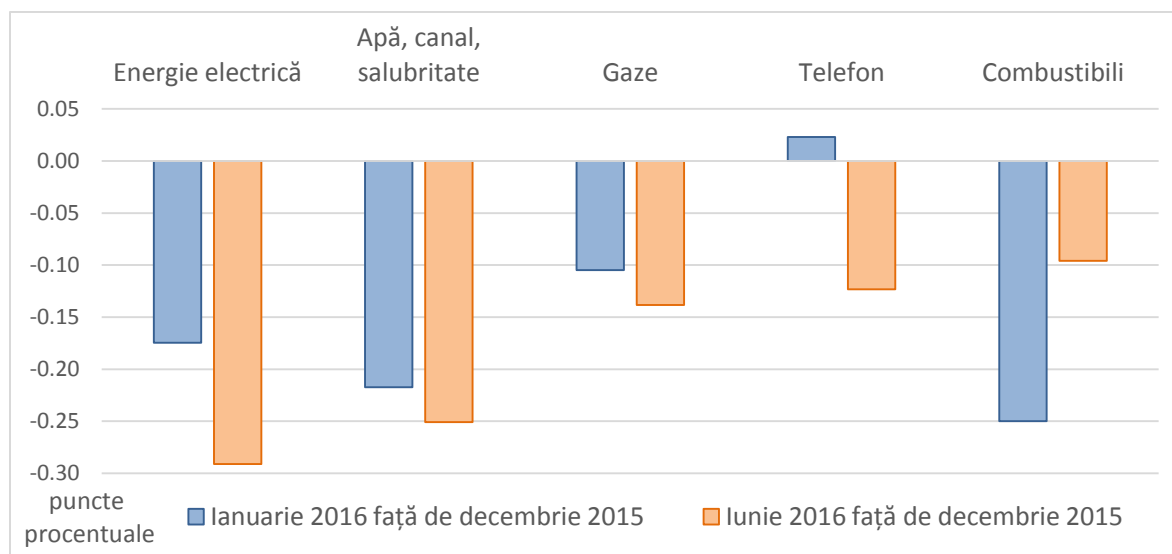
De asemenea, serviciile de apă, canal și salubritate au înregistrat o scădere a tarifelor de aproximativ 8% începând cu luna ianuarie a anului curent.

Chiar și după reducerea TVA, unele categorii de bunuri și servicii au înregistrat creșteri ușoare, cea mai intensă dintre acestea, de 1,22% în iunie față de luna decembrie, fiind înregistrată de cărți, ziare, reviste, acestea nefiind afectate de reducerea TVA, beneficiind deja de o cotă de 9%. În aceeași situație se află și medicamentele și serviciile medicale.

Alte creșteri se remarcă în cazul reparațiilor auto, electronice și lucrărilor foto (0,24%), serviciilor cosmetice și de igienă (0,12%), restaurantelor și cafenelelor (0,12%), acestea din urmă fiind afectate mai degrabă de reducerea TVA la produsele alimentare.

La nivel agregat, influența cea mai mare asupra indicelui prețurilor de consum pentru mărfurile nealimentare provine de la energia electrică, energia termică și gazele naturale, acestea înregistrând o scădere de aproximativ 4% și o pondere în totalul IPC mărfuri nealimentare de aproximativ 25%. Pentru servicii, cea mai mare parte a scăderii se datorează reducerii medii a tarifelor de telefonie cu 2,8%, acestea având o pondere de aproximativ 25% în IPC servicii, și a reducerii cu aproximativ 8% a serviciilor de utilități publice, acestea având o pondere de aproximativ 15% în IPC servicii.

Figura 3.4 Evoluția celor mai importante categorii din cadrul IPC



Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor INS

Impactul asupra prețurilor poate reflecta, în esență, și un alt aspect important. Datorită faptului că reducerea TVA a fost mai redusă comparativ cu măsura care a vizat produsele alimentare (în termeni de puncte procentuale), aceasta a fost mai greu de implementat în cazul categoriilor de produse sau servicii cu prețuri scăzute în valoare absolută. În aceste condiții modificările de preț au fost ne semnificative sau insesizabile la produse care au prețuri mici în mod normal.

4. SECTORUL FARMACEUTIC

Introducere

Consiliul Concurenței consideră domeniul farmaceutic ca fiind unul prioritar, derulând, în acest sens, investigații utile de cunoaștere a pieței pentru a identifica eventuale disfuncționalități care ar putea afecta mediul concurențial sau pacientul. Autoritatea de concurență va continua să monitorizeze această piață și să intervină în cazul detectării unor practici anticoncurențiale.

Consiliul Concurenței a finalizat, în anul 2016, o investigație utilă privind sectorul farmaceutic, urmărind evoluția a 36 de piețe¹⁹, pornind de la datele colectate în investigația sectorială anterioară²⁰, finalizată în anul 2011 și continuând cu evoluția din perioada 2010-2014.

Raportul se află în consultare publică, iar în urma centralizării și analizei observațiilor primite, acesta va fi publicat în variantă finală.

Concluziile sunt similare cu cele din investigația sectorială precedentă, din care a rezultat faptul că există un grad ridicat de concentrare a anumitor piețe, din cauza comercializării cu precădere a unor medicamente inovative.

În prezentul capitol, vom prezenta principalele constatări, concluzii și recomandări preliminare formulate de autoritatea de concurență în cadrul Raportului privind investigația utilă pentru cunoașterea sectorului farmaceutic din România²¹.

Piețele analizate în cadrul investigației

Având în vedere constatările investigației precedente privind sectorul farmaceutic cu privire la nivelul redus de penetrare al pieței de către medicamentele generice, Consiliul Concurenței a considerat oportună acordarea unei atenții deosebite acestui subiect în activitatea sa, pentru a se asigura că intrarea medicamentelor generice nu este în niciun fel afectată de posibile practici anticoncurențiale.

În acest context, în cadrul ultimei investigații sectoriale, Consiliul Concurenței a continuat analiza celor 36 de piețe analizate în investigația precedentă.

În cazul piețelor care au beneficiat de intrarea unor medicamente generice, în multe cazuri, acest fapt a condus la scăderea valorii pieței și la eficientizarea cheltuielilor cu medicamente de pe aceste piețe, fapt pozitiv care este de așteptat.

Cu toate acestea, există piețe pe care medicamentele generice, cu toate că sunt prezente, nu reușesc să acapareze o cotă de piață semnificativă, chiar și după mai mulți ani de la intrarea de piață.

¹⁹ totalizând cca. 62% din piața totală de medicamente din România, la nivel de producție, în anul 2014;

²⁰ Raport poate fi consultat pe site-ul autorității de concurență http://www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id6495/raport_total.pdf

²¹ Raport poate fi consultat pe site-ul autorității de concurență http://www.consiliulconcurentei.ro/uploads/docs/items/id11023/raport_final_site.pdf

În același timp, există piețe în care, odată cu apariția variantelor generice ale unui medicament, se observă schimbarea prescrierii pe alte medicamente inovative, pentru care nu există încă echivalent generic sau pentru care variantele generice de abia au apărut.

Există, de asemenea, piețe unde, la nivelul anul 2009, medicamentul generic predomina, iar în perioada analizată vânzările acestuia au fost devansate de cele ale medicamentului inovativ.

Promovarea medicamentelor

În anul 2014, cheltuielile cu promovarea și publicitatea, înregistrate de producătorii de medicamente din România, s-au ridicat la aproximativ 362 milioane lei, în scădere cu cca. 6% față de cele înregistrate în anul 2011.

În medie, o companie producătoare de medicamente inovative alocă aproximativ 9% din cifra de afaceri pentru activități de promovare, iar o companie producătoare de medicamente generice alocă aproximativ 5% din cifra de afaceri.

Companiile din industria farmaceutică au alocat, în medie, următoarele procente din cifra de afaceri totală pentru activități de promovare, marketing și publicitate:

Tabel 4.1. – Sume alocate, din cifra de afaceri, pentru promovare/publicitate/marketing de companiile din industria farmaceutică

2011 (medie)	2012 (medie)	2013 (medie)	2014 (medie)
7,98%	6,78%	7,38%	6,33%

Sursa: Prelucrare proprie a datelor primite din partea producătorilor.

Din analiza realizată a rezultat că producătorii de medicamente generice au alocat, în perioada 2011-2014, circa jumătate din sumele alocate de companiile producătoare de inovative pentru cheltuieli referitoare la activități de marketing, promovare și publicitate, după cum urmează:

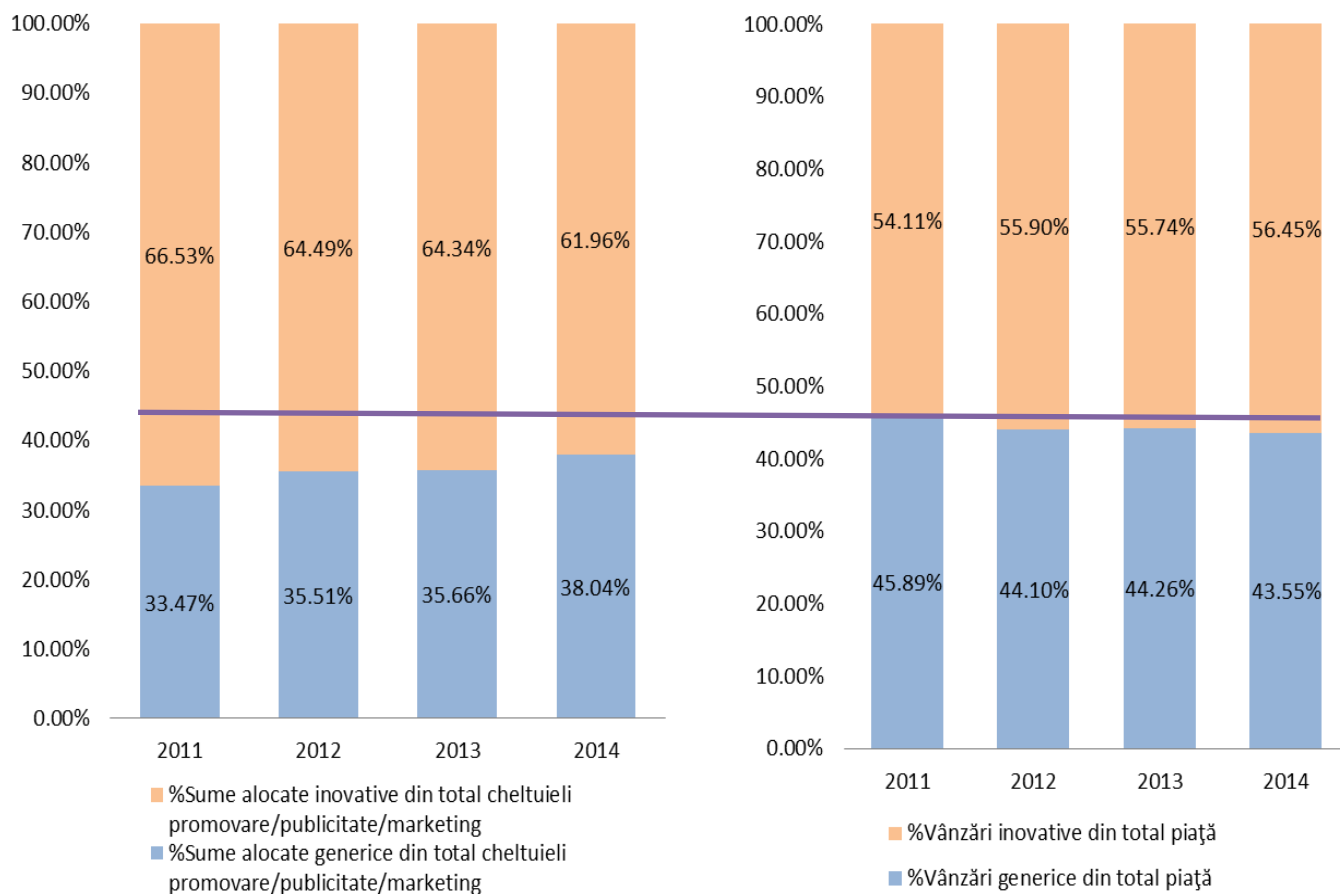
Tabel 4.2. – Sume alocate pentru promovare/publicitate/marketing de producătorii de generice/inovative

	2011	2012	2013	2014
% Sume alocate pentru generice, din total cheltuieli de promovare/publicitate/marketing	33,47%	35,51%	35,66%	38,04%
% Sume alocate pentru inovative, din total cheltuieli de promovare/publicitate/marketing	66,53%	64,49%	64,34%	61,96%

Sursa: Prelucrare proprie a datelor primite din partea producătorilor.

În perioada analizată, s-a observat o creștere a ponderii cheltuielilor de promovare/publicitate/marketing înregistrate de companiile producătoare de generice, care nu a generat, însă, o creștere a cotei de piață a acestora. Dimpotrivă, se înregistrează o scădere a cotei de piață a companiilor producătoare de generice, în cazul raportării la valoarea vânzărilor acestora în perioada 2011-2014.

Figura 4.1. Procentul alocat de companiile inovative vs cele generice din totalul activităților și ponderea vânzărilor de medicamente inovative, respectiv generice, din total piață.



Sursa: Prelucrare proprie a datelor primite din partea producătorilor

Analiza privind cheltuielile de marketing și promovare înregistrate pe cele 36 de piețe relevante a relevat faptul că, în general, în cazul în care medicamentele generice apar pe piață, valoarea pieței scade, împreună cu cheltuielile de marketing/promovare/publicitate.

Cu toate acestea, există și piețe unde intrarea genericelor a determinat creșteri ale eforturilor de marketing depuse de către companiile producătoare de medicamente inovative, în încercarea de a își conserva cotele de piață.

De asemenea, au fost identificate cazuri în care, în cazul piețelor unde medicamentele inovative predomină, valoarea piețelor a crescut și, în același timp, au fost înregistrate și creșteri ale cheltuielilor de marketing/promovare/publicitate.

Pentru piețele unde medicamentele generice nu reușesc să penetreze piața, iar cotele de piață ale medicamentelor inovative sunt în staționare sau chiar în creștere, cheltuielile de marketing alocate acestor medicamente sunt cu mult mai importante decât cele alocate medicamentelor prezente pe piețele unde medicamentele generice au reușit să acapareze cote de piață importante.

În ceea ce privește cota de piață redusă a medicamentelor generice, acest fapt se poate datora reglementărilor în vigoare, sau eforturilor depuse de către anumite companii pentru a își menține avantajele competitive pe piață.

În urma analizei autorității de concurență a rezultat că 57% dintre pacienți solicită o anumită denumire comercială ca urmare a recomandării medicului, deși, în România, prescrierea medicamentelor se realizează pe substanță activă și, doar în situații excepționale, justificate, pe denumire comercială.

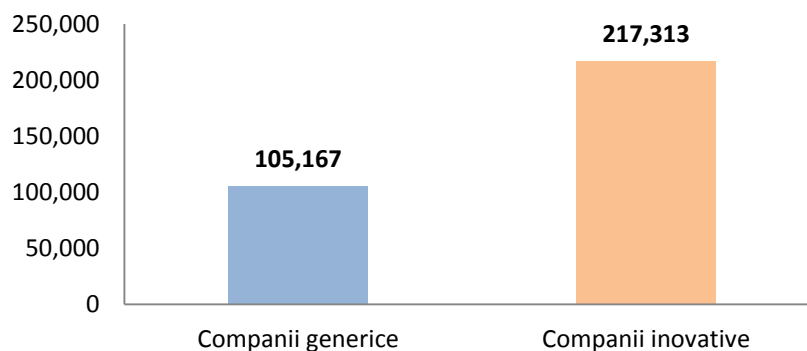
În acest context, per total, în anul 2014, companiile au raportat ca vizati un număr mai mare de 100.000 de medici de familie. Având în vedere că în România există cca 11.000 medici de familie, rezultă un număr mediu de 10 companii producătoare de medicamente care s-au adresat unui medic, în anul 2014.

În ceea ce privește medicii ținuți în funcție de tipul companiei, a rezultat că producătorii de medicamente inovative se adresează unui număr de cca. 2 ori mai mare de medici (217.313), în comparație cu producătorii de medicamente generice (107.313).

În ceea ce privește cheltuielile/medic, acestea sunt ușor mai mari pentru companiile generice (cca. 1320 lei), față de 1060 ale companiilor inovative.

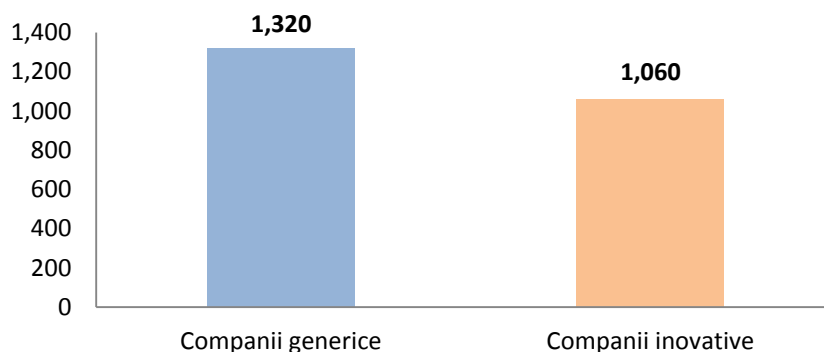
În ceea ce privește specialitățile medicale, cei mai vizati sunt medicii de familie/medicină generală, urmați de medicii cardiologi și interniști.

Figura 4.2. – Total medici ținuți / tip de companie



Sursa: Prelucrare proprie a datelor primite din partea producătorilor

Figura nr. 4.3. – Cheltuieli / medic



Sursa: Prelucrare proprie a datelor primite din partea producătorilor

Consiliul Concurenței consideră că medicii ar putea fi încurajați să prescrie medicamente generice prin oferirea de stimulente financiare în cazul în care se încadrează într-un buget lunar stabilit, iar economiile realizate față de bugetul respectiv ar putea fi utilizate de medici pentru alte scopuri precum stagii de instruire.

În ceea ce privește motivarea farmaciștilor să elibereze generice, o soluție ar fi ca structura remunerării farmaciștilor să facă rentabilă din punct de vedere economic eliberarea de medicamente generice (de exemplu, prin unifomizarea marjelor de distribuție).

O îmbunătățire a imaginii medicamentelor generice poate fi realizată prin implementarea unor programe de informare la nivel de prescriptori, farmacii și pacienți.

Disponibilitatea medicamentelor

Disponibilitatea unor medicamente sigure la un preț accesibil ar trebui să fie unul dintre obiectivele sistemului de sănătate din România. Întrucât sursele de finanțare pentru cheltuielile din domeniul sănătății sunt limitate, fondurile trebuie alocate eficient, pentru a permite ca un număr crescut de pacienți să beneficieze de tratament.

În acest sens, eficientizarea cheltuielilor realizate cu medicamente pentru care există echivalente generice ar putea permite medicamentelor noi care prezintă beneficii din punct de vedere terapeutic să fie incluse în circuitul de rambursare cât mai curând după înregistrarea acestora pe piață.

În acest sens, Consiliul Concurenței a recomandat includerea unui medicament în Listele de rambursare de îndată ce acesta a primit autorizație de punere pe piață și decizie de preț.

În cazul medicamentelor unde există referențiere, pacientul plătește diferența dintre prețul de referință (de obicei al celui mai ieftin generic) și prețul medicamentului care este eliberat efectiv, în funcție de gradul de compensare. În urma analizei realizate, a reieșit că, în cele mai multe cazuri, cel mai ieftin medicament generic lipsește de pe piață sau este comercializat în cantități mici.

În acest context, Consiliul Concurenței propune eliminarea din listele de compensare a medicamentelor care sunt puse pe piață în cantități insuficiente, fiind menținute doar pentru a da prețul de referință. De asemenea, Consiliul Concurenței susține limitarea cheltuielilor de marketing pentru anumite categorii de activități, sau, alternativ, o mai bună definiție a cheltuielilor care pot fi înregistrate pentru fiecare tip de activitate de marketing sau promovare. Autoritatea de concurență recomandă, de asemenea, realizarea unei analize cu privire la posibilitatea reglementării unei sume maxime care poate fi alocată unui medic prescriptor, în decursul unui an.

În cadrul anchetei sectoriale a fost analizată și situația medicamentelor care au lipsit de pe piață, fiind identificat un anumit procent de exporturi pentru fiecare dintre acestea. Prin urmare, Consiliul Concurenței recomandă monitorizarea mai eficientă a obligației de serviciu public, de către ANMDM (Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale), la fiecare nivel al lanțului de aprovizionare cu medicamente, inclusiv la nivel de farmacie. Astfel, producătorii trebuie să asigure, în primul rând, cantități suficiente pentru acoperirea nevoii naționale, iar distribuitorii să aprovizioneze cu precădere piața internă, exportul fiind posibil în situația în care există cantități excedentare.

De asemenea, pentru îmbunătățirea disponibilității medicamentelor, autoritatea de concurență recomandă distribuitorilor aprovizionarea tuturor farmaciilor, nu doar a celor integrate.

În prezent, există încă farmacii integrate vertical care au o gestiune comună cu distribuitorul, existând astfel posibilitatea ca marfa să fie transferată de la farmacie către distribuitor fără a fi facturată. Conform reglementărilor, de la data de 1 ianuarie 2017, farmacia și distribuitorul trebuie să devină entități separate și, prin urmare, vor fi obligate să aibă gestiuni diferite. În acest fel, nu va mai fi posibil exportul medicamentelor care au ajuns în farmacii și se va reduce posibilitatea apariției unor medicamente contrafăcute.

De asemenea, Consiliul Concurenței consideră necesară dezvoltarea unei metodologii pentru definirea mai clară a conceptului de serviciu public, reglementare care ar clarifica cadrul legal existent și ar conduce la o autoevaluare corectă a comportamentului agenților care au această obligație, prin lege.

Consiliul Concurenței colaborează îndeaproape cu ANMDM, pentru identificarea cauzelor care conduc la lipsa unor medicamente de pe piață și pentru a dezvolta o nouă metodologie de verificare a respectării obligației de serviciu public.

Analiza la nivel de farmacii

Din analiza realizată la nivel de farmacii a reieșit că pacienții sunt direcționați către anumite farmacii pentru achiziția unor medicamente. Ca urmare, un număr foarte mic de farmacii concentrează o mare parte din sumele decontate la nivel de județ. De exemplu, în județul Iași, în septembrie 2014, dintr-un total de 386 de farmacii care au eliberat medicamente incluse în programele naționale de sănătate, o farmacie a decontat 69% din totalul medicamentelor eliberate pentru Programul Național de Oncologie, iar în ceea ce privește Programul Național de Transplant, prima farmacie a decontat 43% din totalul medicamentelor.

Astfel, Consiliul Concurenței recomandă eliminarea avantajelor ce pot fi oferite medicilor de reprezentării farmaciilor sau ai distribuitorilor pentru ca aceștia, la rândul lor, să distribuie către pacienți cupoane promoționale valabile doar în anumite farmacii. În acest fel, va exista o concurență reală între farmacii, bazată pe prețuri competitive și servicii de calitate.

În ceea ce privește motivarea distribuitorilor și a farmaciilor de a elibera medicamente ieftine, o soluție ar fi ca această activitate să devină rentabilă prin aplicarea unei sume fixe pe serviciu de distribuție, respectiv farmacie. De asemenea, pentru ca distribuitorii, respectiv farmaciile, să nu mai comercializeze sau promoveze un anumit medicament în detrimentul altuia, o posibilă soluție ar fi limitarea discounturilor ce pot fi oferite.

O altă practică semnalată de către farmacii constă în faptul că majoritatea distribuitorilor condiționează livrarea medicamentelor foarte solicitate și care se vând bine de achiziționarea, de către farmacie, a altor medicamente pe care nu le dorește și nu le-ar comanda dacă nu ar fi nevoită. Această vânzare legată afectează cash-flow-ul farmaciilor și abilitatea acestora de a se concura efectiv pe piață.

Prin urmare, Consiliul Concurenței recomandă Ministerului Sănătății introducerea în Legea sănătății, a unei prevederi ce interzice vânzarea legată (sub formă de pachete) în cazul activităților de distribuție de medicamente.

Sistemele de distribuție a medicamentelor

Spre deosebire de situația din anul 2009, în perioada 2010-2014 s-a constatat o scădere drastică a numărului de contracte de distribuție exclusivă pe piețele analizate, fapt care a permis manifestarea concurenței intra-marcă.

Având în vedere modificarea sistemelor de distribuție implementate de anumiți producători în ultima perioadă, a fost analizat impactul sistemelor DTP (direct-către-farmacie) și restrâns de distribuție, la nivelul distribuitorilor, al farmaciilor și al pacienților.

Având în vedere informațiile disponibile, rezultate în urma colectării de informații de la întreprinderile care operează pe piețele producției, distribuției și retailului de medicamente din România, s-au centralizat argumentele atât în favoarea, cât și în defavoarea fiecărui model de distribuție, invocate atât de producătorii de medicamente, cât și de distribuitori și farmacii.

Prin urmare, din perspectivă concurențială, factorii care trebuie avuți în vedere în cazul implementării unui sistem DTP sunt :

- existența unei justificări obiective privind necesitatea implementării sistemului;
- oferirea unui timp de adaptare suficient pentru distribuitorii care vor fi afectați de schimbare, pentru ca aceștia să poată să își dezvolte noi strategii de business;
- să fie realizată o procedură transparentă de selecție a unui agent logistic;
- să fie create eficiențe care să compenseze restrângerea concurenței pe piața din aval;
- nivelul de servicii să fie îmbunătățit;
- sistemul să reducă incidența produselor contrafăcute;

- gradul de disponibilitate al medicamentelor să fie îmbunătățit;
- timpul de așteptare al pacientului să fie redus;
- fluxul de numerar al farmaciilor să fie îmbunătățit datorită eliminării vânzării legate;
- o parte a beneficiilor înregistrate să fie transmise către pacient.

De asemenea, Consiliul Concurenței recomandă evitarea următoarelor acțiuni, care ar putea crea probleme concurențiale, în contextul trecerii la un sistem DTP:

- realizarea unei proceduri de selecție netransparente sau care ar favoriza anumiți agenți economici;
- oferirea unor condiții comerciale mai nefavorabile, datorită eliminării concurenței intramarcă, cu accent pe termene de plată, garanții și discounturi;
- restricționarea totală a comerțului paralel;
- scăderea nivelului de servicii;
- internalizarea tuturor beneficiilor înregistrate în urma trecerii la sistemul DTP;
- implementarea unei proceduri de achiziție complicate, care ar crește costurile farmaciilor/spitalelor.

Oricare ar fi sistemul de distribuție ales, dacă producătorul se află în poziție dominantă, avantajele la nivel de farmacie/spital și pacient trebuie să fie similare cu cele înregistrate anterior și trebuie să fie cuantificabile, pe toate palierele: calitate, nivel de servicii, avantaje financiare și disponibilitate, pentru a nu exista riscul ca schimbarea sistemului de distribuție să fie privită drept abuz de poziție dominantă.

Mai mult, din investigația sectorială a reieșit, cel puțin în cazul medicamentelor pentru care au fost schimbate sistemele de distribuție, că, în anumite cazuri, discounturile nu se transmit până la nivel de pacient, astfel neexistând o concurență reală, în termeni de preț, între farmacii. Prin urmare, Consiliul Concurenței propune ca discounturile (de volum sau pentru plata în avans) oferite de companiile farmaceutice și de distribuitori către farmacii să fie limitate la un plafon maxim, ca răspuns al faptului că discounturile primite de farmacii și distribuitori nu se reflectă în prețurile finale și nu sunt transmise mai departe consumatorilor.

Investigații privind posibile încălcări ale legislației de concurență

În acest context, Consiliul Concurenței a declanșat o investigație având ca obiect un posibil abuz de poziție dominantă al companiei Novartis Pharma Services România SRL prin implementarea unui proiect pilot de distribuție directă către anumite farmacii, în paralel cu distribuția tradițională. În cadrul investigației a fost efectuată o inspecție inopinată la sediul Novartis Pharma Services România SRL, documentele ridicate fiind în analiza autorității române de concurență, în cadrul procedurilor specifice investigației.

De asemenea, Consiliul Concurenței are în analiză posibila încălcare a Legii concurenței de compania GSK România, prin modul de implementare a unui sistem de distribuție directă către farmacii.

Principalele propuneri și recomandări

Prezentăm, în mod sintetic, principalele propuneri și recomandări formulate de autoritatea de concurență, în urma finalizării investigației utile de cunoaștere a sectorului farmaceutic:

Propuneri privind îmbunătățirea funcționării pieței:

- Eliminarea vânzării de pachete de către distribuitori, cu scopul îmbunătățirii cash-flow-ului farmaciilor;
- Eliminarea posibilității de eliberare, de către medici, a unor cupoane care pot fi folosite doar într-o anumită farmacie, cu scopul permiterii concurenței efective între farmacii,
- Limitarea, sau, alternativ, mai buna definire a sumelor pe care producătorii le pot cheltui cu fiecare tip de activitate de marketing;
- Monitorizarea mai eficientă a obligației de serviciu public la fiecare nivel al lanțului de aprovizionare cu medicamente, în scopul îmbunătățirii disponibilității medicamentelor;
- Limitarea discounturilor care pot fi oferite, în scopul limitării stimulării distribuitorilor de a promova anumite medicamente, pentru a nu conduce la achiziția unui anumit produs în detrimentul unor concurenți.

Propuneri privind încurajarea prescrierii, eliberării și consumului de generice:

- Facilitarea procesului de intrare pe piață a medicamentelor generice prin acordarea deciziilor de preț și includerea acestora pe listele de compensare de îndată ce brevetul medicamentului inovativ a expirat;
- Uniformizarea adaosurilor de distribuție și farmacie pentru toate tipurile de medicamente;
- Eliminarea din Lista de medicamente a acelor care nu sunt puse pe piață în cantități suficiente, fiind menținute doar pentru a da prețul de referință;
- Programe de informare cu privire la medicamente generice la nivel de prescriptori, farmacii și pacienți;
- Motivarea medicilor pentru prescrierea de medicamente generice prin oferirea de stimulente financiare în cazul încadrării într-un anumit buget lunar.

Recomandări adresate producătorilor

- Asigurarea unor cantități suficiente pentru acoperirea nevoii naționale;
- Luarea în calcul a creșterii pieței în cazul aprovizionării;

- Interzicerea exporturilor paralele este o practică anticoncurențială sancționată de Consiliul Concurenței.

Recomandări adresate distribuitorilor

- Aprovizionarea cu precădere a pieței naționale;
- Exporturile posibile în situația în care există cantități excedentare;
- Aprovizionarea tuturor farmaciilor, nu doar a celor integrate.

Recomandări către autorități

- Dezvoltarea unei metodologii pentru definirea mai clară a conceptului de serviciu public;
- Obligațiile de serviciu public să fie monitorizate de aceeași entitate.

5. SECTORUL ASIGURĂRILOR AUTO

Capitolul de față reia cele mai importante elemente analizate în cadrul investigației sectoriale a Consiliului Concurenței privind asigurările auto din România, în scopul actualizării acestora cu cele mai recente date disponibile la momentul elaborării prezentului raport. Cea mai mare parte a datelor folosite pe parcursul acestui capitol au fost furnizate Consiliului Concurenței de către Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF).

Dimensiunea sectorului asigurărilor auto în perioada 2011-2016

Din punct de vedere al normelor în vigoare, în categoria generică a asigurărilor auto intră asigurările ce acoperă despăgubiri pentru vătămări corporale suferite de persoane în timpul transportului (a patra linie din clasa I de asigurări generale), asigurările de mijloace de transport terestru, altele decât cele feroviare (clasa III de asigurări generale), asigurările de bunuri în tranzit (clasa VII de asigurări generale) și asigurările de răspundere civilă pentru autovehicule (clasa X de asigurări generale).

Reamintim că, din rațiuni obiective și, întrucât raportările uzuale ale societăților de asigurare către ASF nu permit identificarea distinctă a primei componente a asigurărilor auto în cadrul clasei I de asigurări generale (asigurări de accidente, inclusiv accidentele de muncă și bolile profesionale), s-a optat pentru omiterea cu totul a despăgubirilor pentru vătămări corporale suferite de persoane în timpul transportului.

Tabelul 5.1 prezintă valoarea primelor brute subscrise (PBS), exprimate în termeni nominali (în prețuri curente), pentru fiecare din cele trei componente ale asigurărilor auto în perioada 2011-2016, dar și modificările procentuale înregistrate față de perioada similară a anului anterior.

Tabelul 5.1. Evoluția PBS pentru asigurări auto, în prețuri curente (2011-2016)

Indicator	2011	2012	2013	2014	2015	6L 2016
PBS clasa III (milioane de lei)	1.991,00	1.917,7	1.796,5	1.684,1	1.687,6	830,5
Diferență față de perioada anterioară	-	-3,7%	-6,3%	-6,3%	0,2%	-50,8%
PBS clasa VII (milioane de lei)	41,00	42,5	45,3	37,9	38,1	15,1
Diferență față de perioada anterioară	-	+3,7%	+6,4%	-16,2%	0,5%	-60,3%
PBS clasa X (milioane de lei)	1.970,5	2.137,00	2.461,7	2.800,4	3.289,0	2.157,1
Diferență față de perioada anterioară	-	+8,5%	+15,2%	+13,8%	17,4%	-34,4%
Total PBS asigurări auto (milioane de lei)	4.002,5	4.096,3	4.303,4	4.522,3	5.014,7	3.002,7
Diferență față de perioada anterioară	-	+2,3%	+5,1%	+5,1%	10,9%	-40,1%

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de ASF.

În continuare, este redată evoluția mărimii sectorului asigurărilor auto din România în termeni reali (în prețuri constante) a PBS aferente acestor asigurări, o evoluție care, prin eliminarea impactului inflației asupra valorilor monetare, conferă o imagine mult mai realistă asupra dimensiunii sectorului din perspectiva PBS și, totodată, permite compararea relevantă a acestui indicator în timp. Tabelul de mai jos redă PBS exprimate în prețurile anului 2011 și modificările procentuale față de perioada similară a anului anterior.

Tabelul 5.2. Evoluția PBS pentru asigurări auto, în prețuri constante (2011-2016)

Indicator	2011	2012	2013	2014	2015	6L 2016
PBS clasa III (milioane de lei)	1.991,0	1.981,6	1.930,3	1.828,9	1.821,9	878,7
Diferență față de perioada anterioară	-	0%	-3%	-5%	0%	-52%
PBS clasa VII (milioane de lei)	41,00	43,92	48,67	41,16	41,13	15,98
Diferență față de perioada anterioară	-	7%	11%	-15%	0%	-61%
PBS clasa X (milioane de lei)	1.970,5	2.208,2	2.645,1	3.041,2	3.550,8	2.282,2
Diferență față de perioada anterioară	-	12,06%	19,79%	14,98%	16,76%	-35,73%
Total PBS asigurări auto (milioane de lei)	4.002,5	4.232,7	4.624,0	4.911,2	5.413,9	3.176,9
Diferență față de perioada anterioară	-	6%	9%	6%	10%	-41%

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de ASF și a celor disponibile pe site-ul INS.

Precizări: Pentru conversia la prețuri constante la nivelul anului 2011 s-au folosit valorile anuale ale indicelui prețurilor de consum publicate de INS pentru sectorul serviciilor.

Și pe parcursul anului 2015 și primul semestru din 2016 se continuă tendința de creștere a importanței relative a clasei X de asigurări generale în detrimentul clasei III, tendință ce caracterizează întreaga perioadă surprinsă în analiză.

Astfel, se ajunge ca în iunie 2016 asigurările obligatorii de răspundere civilă auto să reprezinte aproape 72% din totalul subscrierilor pentru asigurări auto, de la aproximativ 49% în anul 2011.

Între anii 2011-2016, ponderea în totalul asigurărilor auto a subscrierilor pentru clasa VII de asigurări generale (asigurări de bunuri în tranzit) fluctuează în jurul valorii de 1%, pentru ca în iunie 2016 să fie doar 0,5%. Din acest motiv, analiza sectorului asigurărilor auto se va axa pe celelalte două componente ale sectorului, respectiv asigurările auto obligatorii de răspundere civilă și cele facultative.

Figura 5.1. a) Evoluția celor trei clase de asigurări auto în termeni nominali (2011-2016)

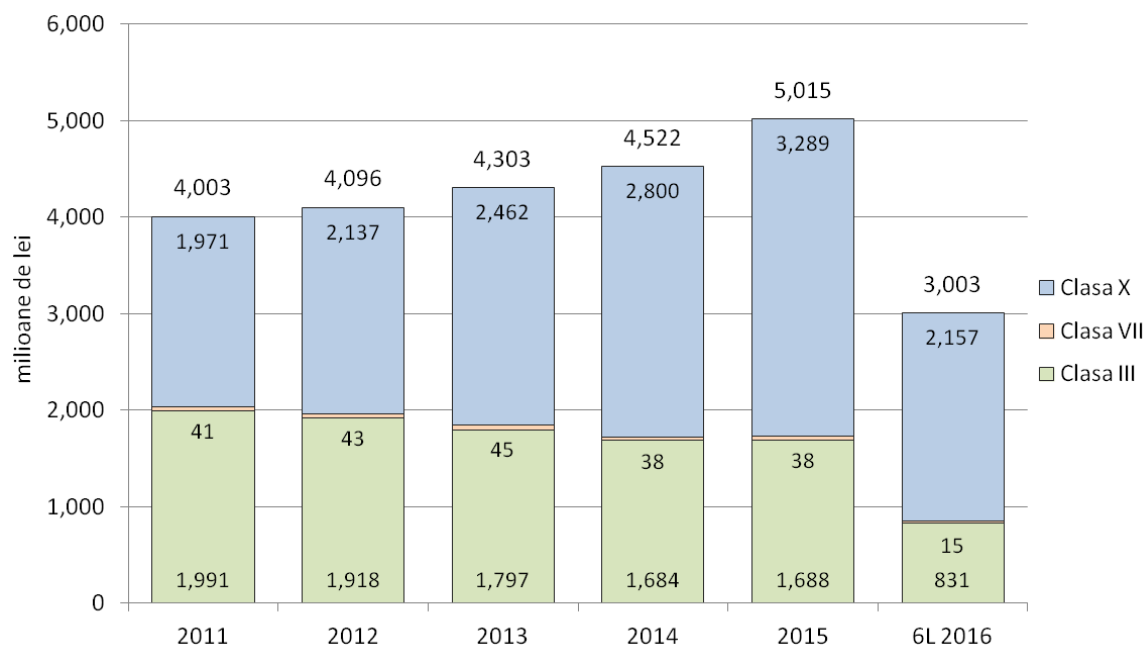
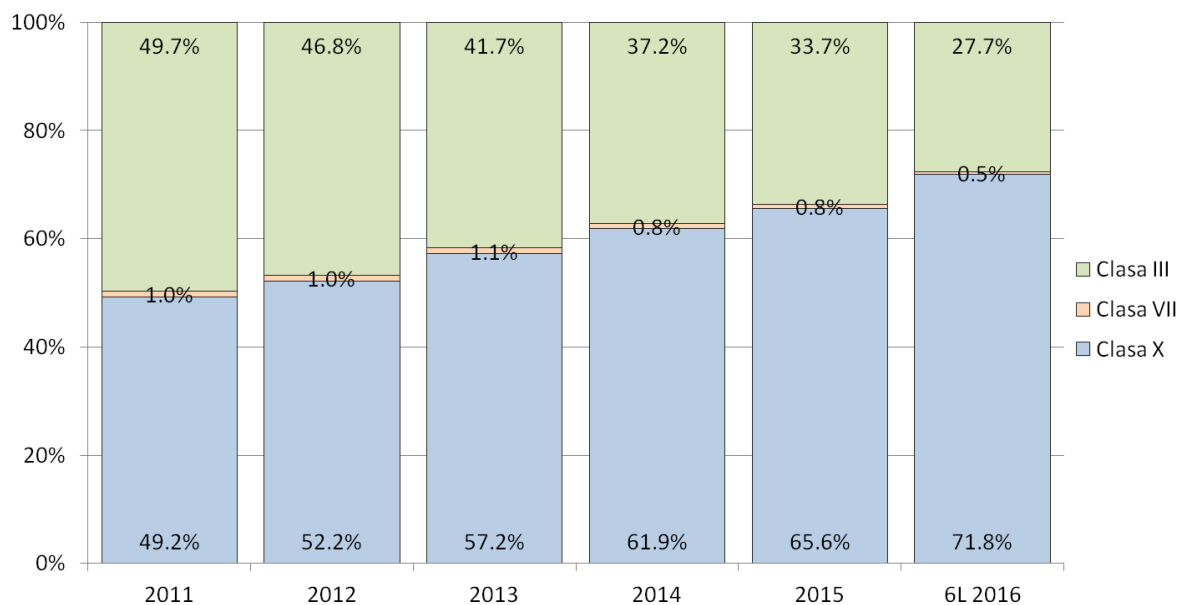


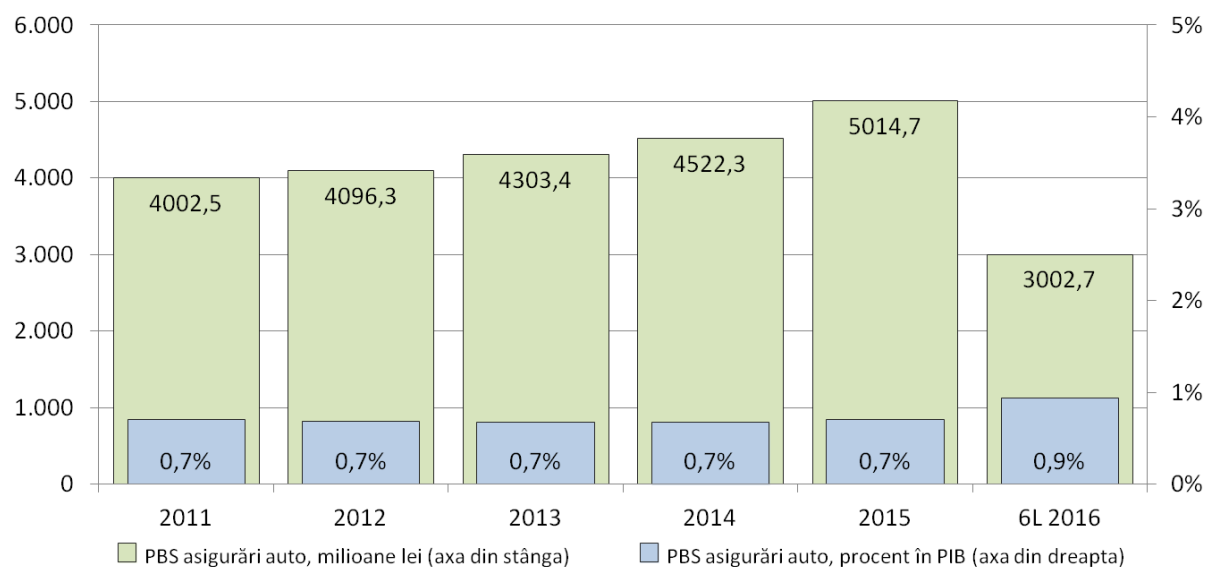
Figura 5.1. b) Evoluția ponderilor celor trei clase de asigurări auto (2011-2016)



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de ASF.

În graficul următor, va fi ilustrată evoluția subscrierilor pentru asigurări auto, în termeni nominali, dar și valoarea relativă a acestor subscrieri față de produsul intern brut (PIB) al României în perioada 2011-2016.

Figura 5.2. Evoluția PBS pentru asigurările auto și ponderea lor în PIB (2011-2016)



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de ASF (PBS pentru asigurările auto) și a celor disponibile pe site-ul INS (PIB).

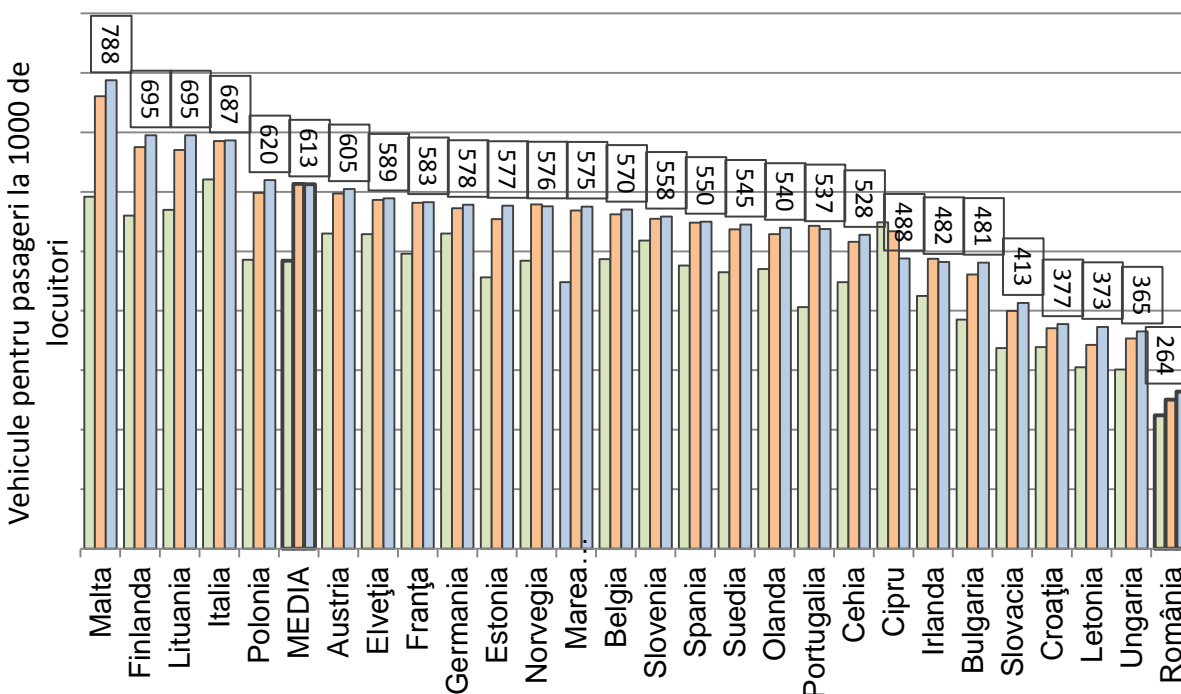
Ponderea în PIB a PBS pentru asigurări auto măsoară gradul de penetrare a acestui tip de asigurări la nivel agregat, putând conduce la formarea unei mai bune imagini de ansamblu asupra importanței sectorului în perioada analizată. Nivelul relativ constant al gradului de penetrare a asigurărilor auto din perioada 2011-2015, situat în jurul valorii de 0,7%, arată că tendința ascendentă a subscrierilor pentru asigurările auto a urmat ritmul susținut de creștere a PIB din această perioadă. Datele la 30.06.2016 arată o creștere a gradului de penetrare a asigurărilor auto (la 0,9%), dar această situație este comună pe parcursul perioadei analizate, valoarea la șase luni fiind mereu mai ridicată decât cea înregistrată la finalul anului. Foarte probabil, acest lucru este consecința sezonității intra-anuale a subscrierilor pentru asigurări auto și a formării PIB (de exemplu, impactul agriculturii în PIB este probabil mai important în a doua jumătate a anului). Drept consecință, ne așteptăm ca valoarea aferentă întregului an 2016 să fie în linie cu cele înregistrate în intervalul 2011-2015.

Comparații internaționale

Un prim indicator relevant de observat la nivelul României în comparație cu alte 26 de state europene se referă la rata de motorizare²². Figura 5.3 ilustrează evoluția acestui indicator pentru perioada 2012 – 2014, iar valorile redate în chenare sunt aferente anului 2014. Se poate observa că, pentru toți anii, România este pe ultimul loc în clasamentul european în ceea ce privește numărul de vehicule pentru pasageri la mia de locuitori.

²² Informațiile privind acest indicator sunt furnizate de Eurostat, biroul de statistică al Comisiei Europene (vezi <http://ec.europa.eu/eurostat>). Rata de motorizare este definită ca număr de vehicule pentru pasageri la mia de locuitori, vehiculele pentru pasageri fiind considerate a fi cele cu maxim nouă locuri, altele decât motocicletele și destinate transportului persoanelor.

Figura 5.3. Rata de motorizare în 27 de țări europene (2012-2015)



Sursa: Eurostat, biroul de statistică al Comisiei Europene

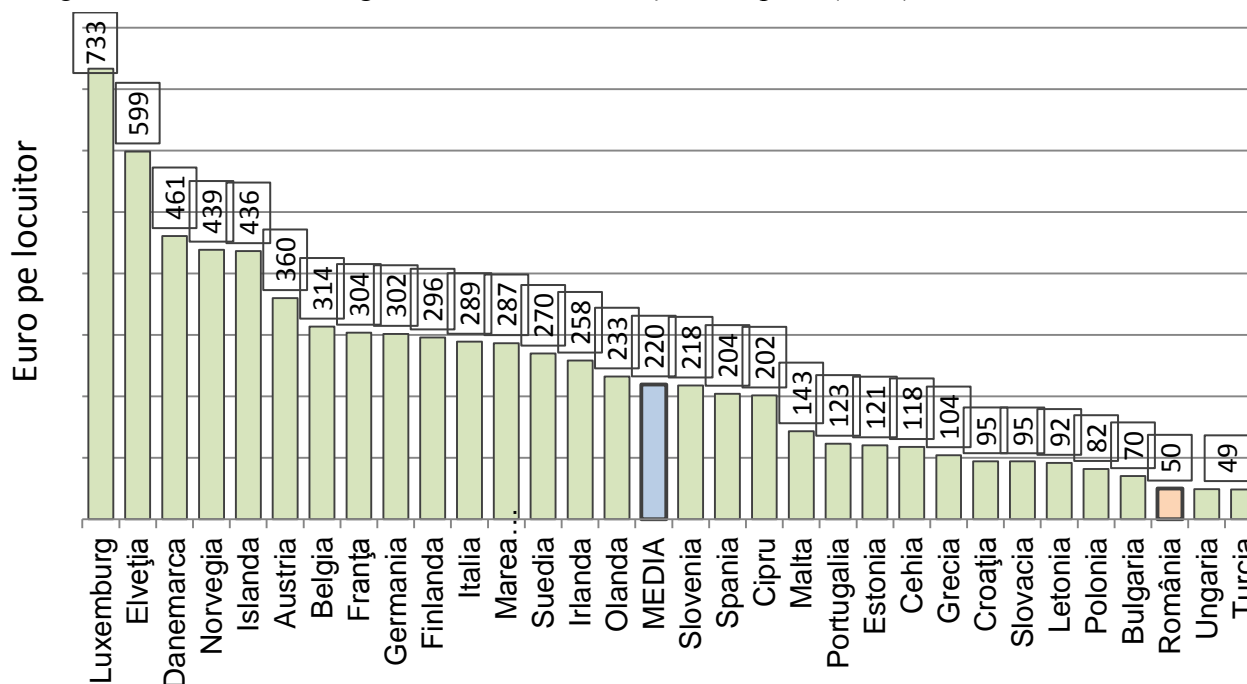
Dată fiind mărimea relativ redusă a parcului auto național, nici sectorul asigurărilor auto din România nu poate fi foarte dezvoltat în comparație cu cele din alte state europene. Figura 5.4 prezintă densitatea asigurărilor auto, calculată ca primă medie anuală pentru acest tip de asigurări, în euro pe locuitor, în România și alte 29 de țări europene, datele fiind furnizate de asociația Insurance Europe²³.

Se poate observa că, în anul 2014, diferențele față de situația statelor din Europa de vest și cea nordică rămân în continuare uriașe și țin, cel mai probabil, atât de gradul ridicat de motorizare al acestor state, cât și de nivelul de cultură financiară, în general, și de tradiția actului de asigurare, în particular, din această zonă a continentului.

Graficul de mai jos arată că valoarea cheltuielii medii pentru asigurări auto în România în anul 2014 (50 de euro/locuitor), în ușoară creștere față de 2013 (47 de euro/locuitor), se află la un nivel similar doar cu cea întâlnită în Ungaria și Turcia (49 de euro/locuitor), în timp ce în alte state din regiune acest indicator înregistrează valori multe mai ridicate: Bulgaria (70 de euro/locuitor), Polonia (82 de euro/locuitor) și Slovacia (95 de euro/locuitor).

²³ Asociația europeană a societăților de asigurare și reasigurare din 34 de țări, companiile membre cumulând aproximativ 95% din primele brute subscrise la nivelul continentului – vezi www.insuranceurope.eu.

Figura 5.4. Densitatea asigurărilor auto în 30 de țări europene (2014)

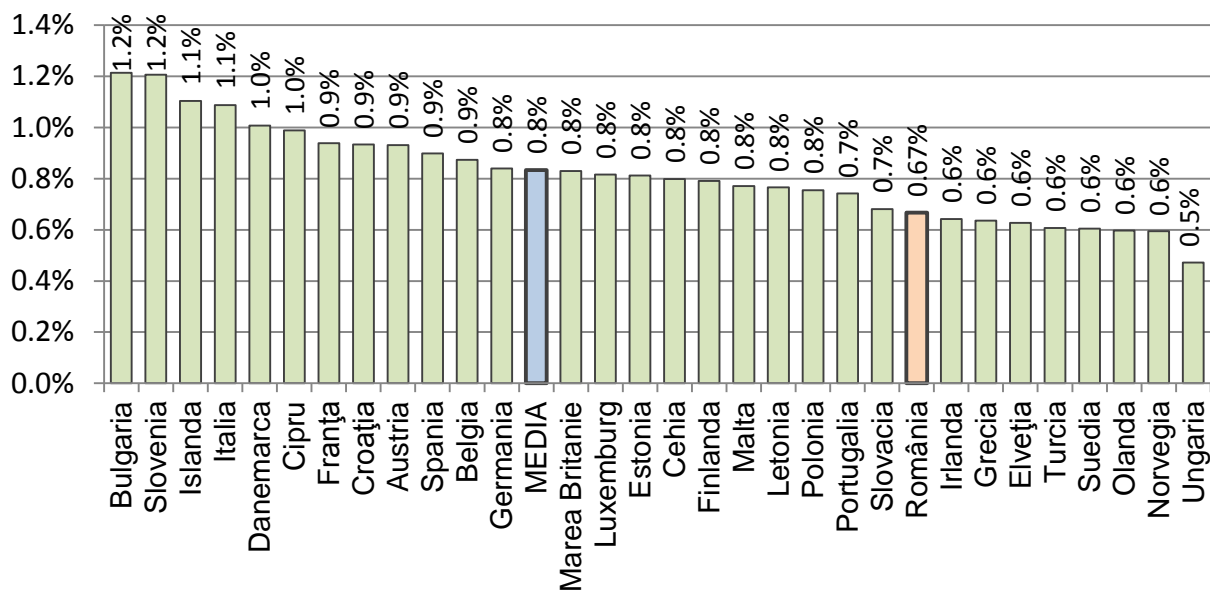


Sursa: Calcule proprii pe baza datelor prezentate de Insurance Europe, European insurance industry database, date disponibile la adresa www.insuranceeurope.eu/insurancedata.

Aducem totodată în atenție faptul că situația prezentată de graficul anterior nu este nicidecum una conjuncturală, prima medie anuală pentru asigurări auto înregistrând valori foarte reduse în România pe întreaga perioadă 2004-2014.

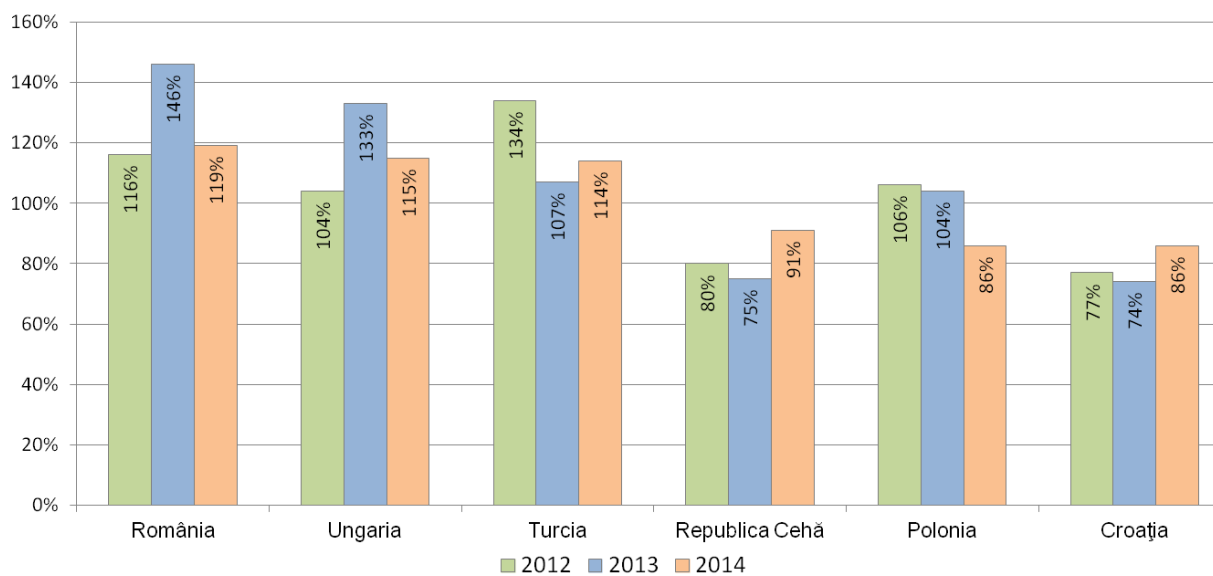
În continuare, va fi ilustrat grafic gradul de penetrare a asigurărilor auto, calculat ca pondere în PIB a PBS pentru acest tip de asigurări, pentru 30 de țări europene, la nivelul anului 2014. România se află în ultima parte a grupului de țări analizate, cu valori ale gradului de penetrare apropiate de cele înregistrate în Slovacia, Grecia, Irlanda, Elveția, Turcia, Suedia și Olanda. Cel mai probabil, plasarea României în această zonă a clasamentului vine din nivelul relativ redus al subscrierilor pentru asigurări auto în țara noastră, în timp ce valoarea redusă a indicatorului pentru restul statelor menționate este rezultatul mai degrabă al unui nivel mai ridicat al PIB-ului (numitor în calculul gradului de penetrare a asigurărilor auto).

Figura 5.5. Gradul de penetrare în PIB a asigurărilor auto în 30 de țări europene (2014)



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor prezentate de Insurance Europe, European insurance industry database, date disponibile la adresa www.insuranceeurope.eu/insurancedata.

Figura 5.6. Evoluția ratei combinate pentru segmentul asigurărilor RCA, 2012-2014



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor prezentate de Insurance Europe, European insurance industry database, date disponibile la adresa www.insuranceeurope.eu/insurancedata.

Rata combinată se calculează la nivel de clasă de asigurări generale prin raportarea cheltuielilor aferente activității societății la valoarea subscrierilor pe acea clasă de asigurări. În mod normal, veniturile societății din activitatea de subscriere ar trebui să depășească cheltuielile asociate acestei activități, situație care se transpune într-o valoare subunitară a ratei combinate. Altfel, o valoare supraunitară a indicatorului pentru o anumită clasă de asigurări indică faptul că societatea înregistrează pierderi din activitatea de subscriere pe acea clasă. Aceste pierderi ar trebui compensate de rezultate pozitive pe alte clase de asigurări, în caz contrar acoperirea pierderilor putând necesita creșterea aportului de capital din partea acționarilor societății.

Din Figura 5.6. se poate constata că pe întreaga perioadă analizată, România înregistrează cele mai mari cheltuieli raportate la subscrieri, în comparație cu restul statelor incluse în analiză, maximum fiind atins în 2013 când la 100 lei subscriși, societățile care practică asigurări RCA cheltuiau 146 lei. În 2014 s-a revenit la nivelul din 2012, ceea ce arată o evoluție favorabilă, dar valoarea ratei combinate încă se menține supraunitară.

Tendențe de concentrare în sectorul asigurărilor auto

Societățile prezente pe piața românească a asigurărilor auto, incluse în acest raport, sunt doar cele autorizate de ASF să vândă produse de asigurare. Altfel spus, sunt omiși asigurătorii care funcționează în România în baza dreptului de stabilire și liberei circulații a serviciilor în UE, ca sucursale ale unor societăți străine, autorizate în alte state membre ale Uniunii. De precizat, însă, că astfel de societăți activează doar în segmentul asigurărilor auto facultative (clasa III de asigurări generale), iar subscrierile lor sunt foarte reduse.

Numărul societăților autorizate de ASF să practice asigurări auto în România este urmărit pe o perioadă mai lungă de timp, începând cu ianuarie 2005 până în august 2016. În acest interval se remarcă reducerea constantă a numărului de societăți, atât în cazul asigurărilor auto facultative (clasa III de asigurări generale), cât și în cel al asigurărilor de răspundere civilă a autovehiculelor (clasa X). Astfel, numărul de asigurători CASCO scade de la 31 la începutul anului 2005 la 20 de societăți autorizate în S2 2016, în timp ce numărul de asigurători RCA scade, în aceeași perioadă, de la 17 la 9 societăți autorizate.

Figura 5.7. Evoluția semestrială a numărului de societăți autorizate să practice asigurări din clasa III (2005-2016)

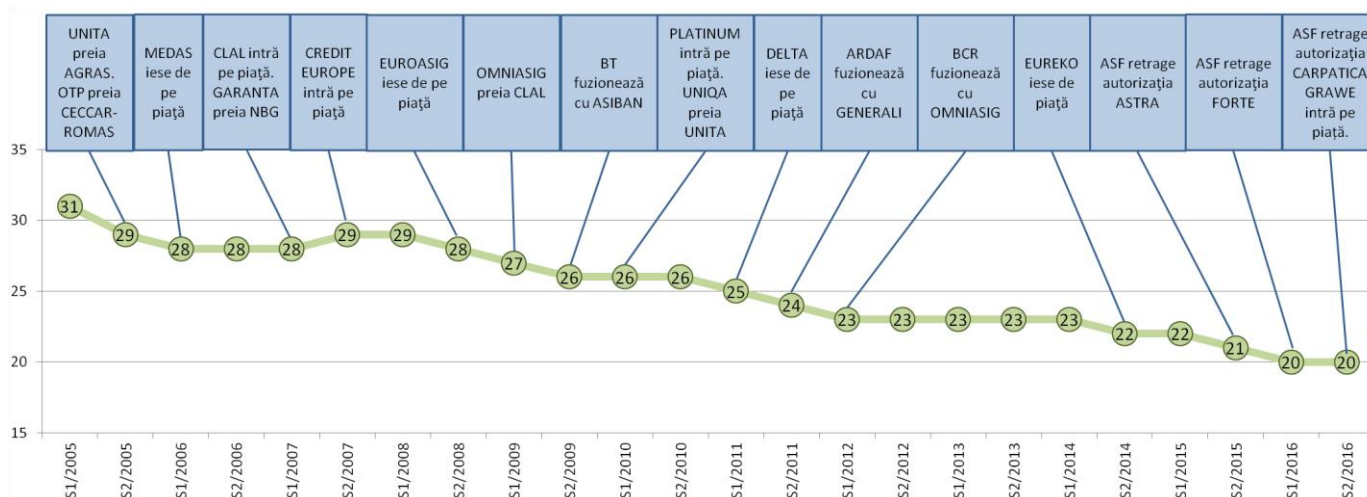
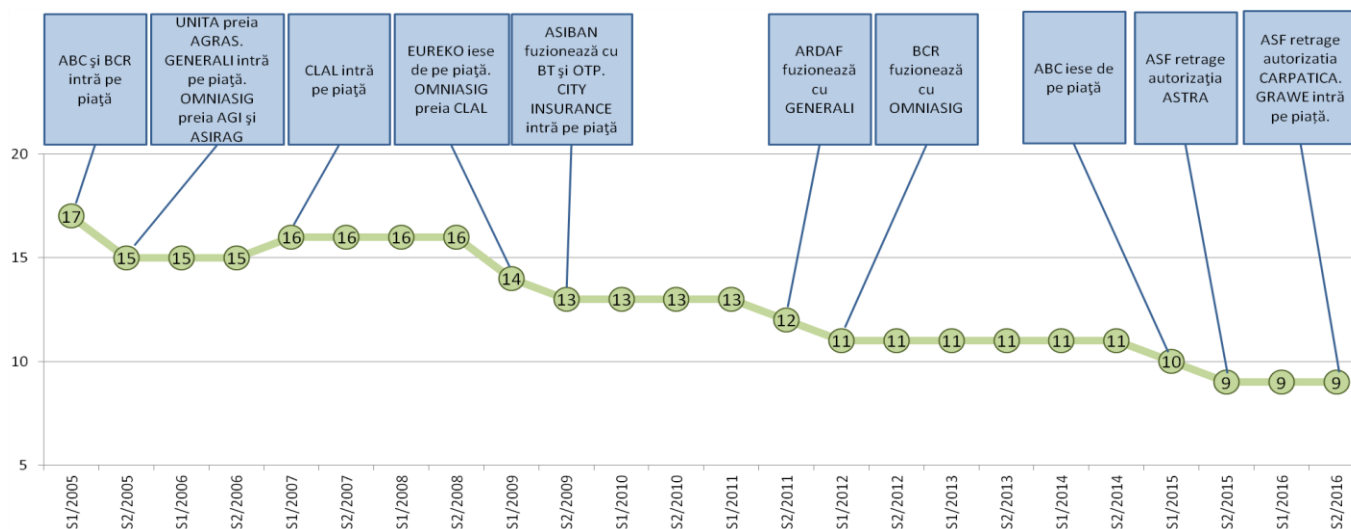


Figura 5.8. Evoluția semestrială a numărului de societăți autorizate să practice asigurări din clasa X (2005-2016)



Tendențele de concentrare prezente în cadrul sectorului asigurărilor auto din România, evidențiate de graficele de mai sus, sunt evaluate numeric în continuare prin intermediul unor indicatori specifici ce au la bază cotele de piață ale participanților²⁴. În cele ce urmează, vom

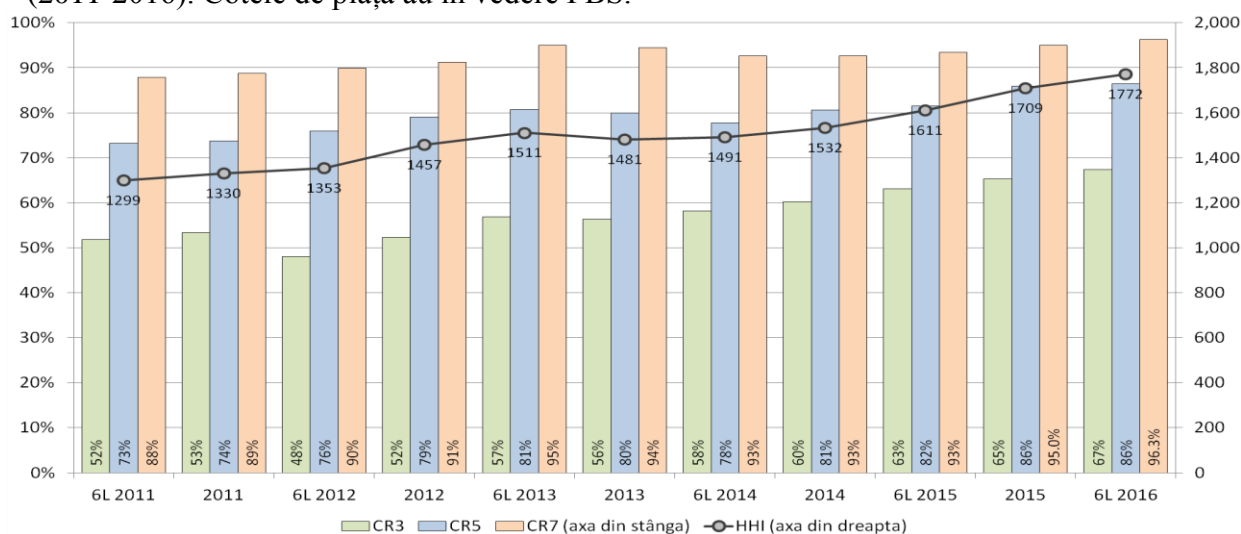
²⁴ Cota de piață, în general determinată atât din punct de vedere cantitativ, cât și valoric, este considerată a fi un bun indicator al puterii de piață al întreprinderilor.

analiza concentrarea celor două segmente ale sectorului asigurărilor auto din România prin prisma câtorva rate de concentrare și folosind indicele Herfindahl-Hirschman.

Analiza gradului de concentrare se va axa distinct asupra asigurărilor auto facultative de tip CASCO și a celor obligatorii de răspundere civilă pentru autovehicule (RCA), iar cotele de piață ale asigurătorilor vor fi determinate valoric, în funcție de volumul primelor brute subscrise, nete de anulări (PBS).

Asigurările auto facultative de tip CASCO

Figura 5.9. Evoluția semestrială a gradului de concentrare pentru asigurările auto facultative (2011-2016). Cotele de piață au în vedere PBS.



Sursa: Calcule proprii pe baza informațiilor furnizate de ASF (pentru asigurătorii aflați sub supravegherea sa)

Figura 5.9 confirmă continuarea tendinței de ușoară creștere a gradului de concentrare în segmentul asigurărilor auto facultative de tip CASCO din perioada 2011-2015, HHI înregistrând valoarea maximă de 1772 în iunie 2016. Evoluția semestrială a gradului de concentrare în acest segment, redată prin HHI, mai arată și faptul că, în ciuda acestor creșteri moderate dar constante, valorile se mențin în intervalul 1000-2000, ceea ce înseamnă că segmentul asigurărilor auto facultative este considerat a avea o concentrare medie.

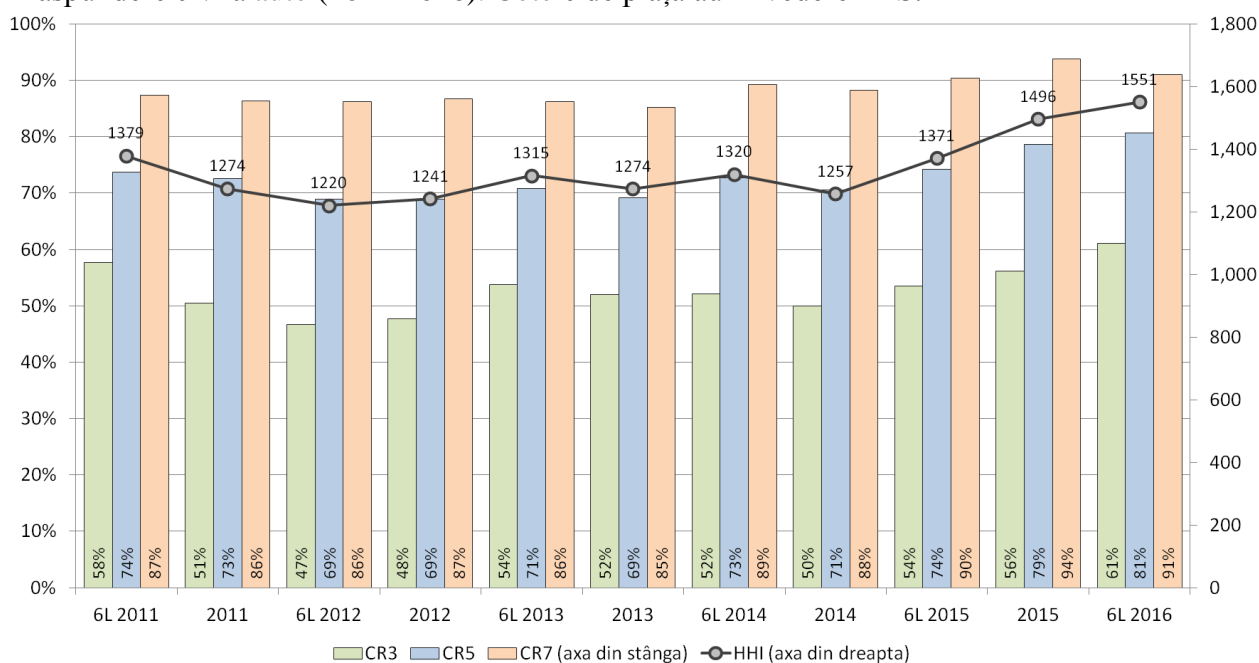
Evoluția HHI este strâns legată de cea a CR5 și CR7. Primul indicator (CR5) arată creșterea din ultimii ani a puterii cumulate de piață pentru primele cinci societăți ce oferă asigurări auto facultative, acestea ajungând să controleze peste 80% din total, începând cu finalul lui 2014, pentru ca în iunie 2016 să ajungă la 86%. CR7 crește într-un mod similar și arată că primele

șapte societăți active în acest segment al asigurărilor auto acoperă peste 96% din subscrieri, fiind un indiciu al caracterului oligopolist al asigurărilor auto facultative.

Asigurările obligatorii de răspundere civilă pentru autovehicule

În graficul următor este ilustrată evoluția semestrială a gradului de concentrare pentru asigurările obligatorii de tip RCA în perioada 2011-2016. Față de situația descrisă la nivelul asigurărilor auto facultative, se pot observa unele mici diferențe. În primul rând, HHI nu ajunge la valoare de 1600 și nu prezintă o tendință evidentă de creștere, decât în a doua parte a perioadei analizate. În ceea ce privește ratele de concentrare, nici acești indicatori nu cresc semnificativ pe parcursul perioadei 2011-2016.

Figura 5.10. Evoluția semestrială a gradului de concentrare pentru asigurările obligatorii de răspundere civilă auto (2011-2016). Cotele de piață au în vedere PBS.



Sursa: Calcule proprii pe baza informațiilor furnizate de ASF (pentru asiguratorii aflați sub supravegherea sa)

Similar cu evoluția observată la nivelul CASCO, observăm și aici faptul că primii șapte jucători activi controlează peste 90% din totalul subscrierilor începând cu iunie 2015. Drept urmare, și segmentul asigurărilor obligatorii RCA pare să prezinte anumite trăsături oligopoliste. Aceste trăsături sunt oarecum atenuate în evaluarea gradului de concentrare prin intermediul HHI, datorită valorilor efective ale cotelor de piață înregistrate de asiguratorii. Astfel, în evaluarea puterii de piață prin prisma subscrierilor, primii trei concurenți au cote de piață relativ apropiate, aceeași situație întâlnindu-se și în cazul următorilor trei asiguratorii.

Modalitatea de calcul a HHI pune accentul pe valorile ridicate ale cotelor de piață și cum, această situație nu se regăsește în evoluția PBS a RCA, valoarea HHI este relativ redusă, chiar dacă valorile ratelor de concentrare sunt semnificative. Diferența în cazul asigurărilor CASCO este explicată parțial de poziția cea mai importantă pe piață a societății cu cea mai însemnată cotă, care ridică întrucâtva valoarea HHI, mai ales începând cu iunie 2015.

Evoluții privind primele de asigurare auto

Formarea primei de asigurare RCA

În termeni generali, primele de asigurare sunt calculate astfel încât să poată acoperi posibilele daune ce pot apărea într-un contract de asigurare. Calculul pornește de la probabilitatea de producere a evenimentului asigurat, coroborată cu pierderea financiară probabilă cauzată de daună. Rezultatul, ce poate fi ajustat cu un factor pentru daune întâmplare și neavizate, este cunoscut sub numele de primă de risc (PR) și reprezintă punctul de plecare în calculul primei de asigurare RCA.

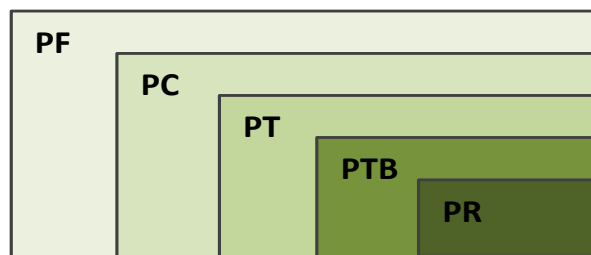
PR este apoi ajustată pentru a acoperi cheltuielile societății de asigurare (cheltuieli de administrare, de distribuție, financiare etc.), marja de profit urmărită, dar și cu reducerile estimate (reduceri comerciale, de volum, financiare etc.). Rezultatul obținut la acest nivel secundar poartă, în general, numele de primă tarifară de bază (PTB).

La următorul nivel se determină prima tehnică (PT), această primă pornind de la PTB, la care se adaugă factorii de ajustare aferenți criteriilor de risc (de exemplu, vârsta asiguratului, capacitatea cilindrică a motorului, puterea acestuia, zona, masa vehiculului, tipul de activitate a persoanei juridice etc.). Importanța acestor factori este determinată pe baze statistice, în funcție de datele istorice ale societății.

Prima comercială (PC) se bazează pe prima tehnică, ajustată în funcție de obiectivele de vânzări ale societății. În cele din urmă, PC este ajustată la rândul său prin aplicarea sistemului bonus-malus, dar și a eventualelor reduceri de volum, de fidelitate, financiare etc., ajungându-se astfel la prima finală de asigurare RCA (PF).

În concluzie, se poate considera că prima de asigurare RCA este rezultatul unui proces iterativ de rafinare, prin trecerea de la PR, care se bazează pe informații agregate, prin PT, care ține cont de caracteristicile grupului de risc din care face parte asiguratul și ajungând la PF, care ține cont de particularitățile clientului. Figura de mai jos prezintă ilustrează cele cinci niveluri de agregare a primei de asigurare RCA.

Figura 5.11. Nivelurile de agregare a primei RCA



În urma analizei criteriilor tarifare utilizate în formarea primelor RCA în cadrul investigației sectoriale a Consiliului Concurenței privind asigurările auto din România, s-a constatat că prima finală de asigurare RCA practică de fiecare asigurător depinde atât de calculul actuarial, cât și de alte elemente ce țin de strategia de afaceri adoptată de societate și alte aspecte comerciale, care nu sunt supuse controlului sau aprobării ASF.

Printre cei mai importanți factori de risc folosiți de societățile de asigurare autorizate să practice asigurări RCA în perioada 2010-2016, pentru persoane fizice sunt:

Vârsta asiguraților

Vârsta este un element extrem de important în calculul actuarial al primelor de asigurare pentru polițele auto, șoferii tineri având o probabilitate mai ridicată de a provoca accidente, deci și de a produce daune. Această realitate este demonstrată atât de studii europene în domeniu, cât și de statistica rutieră din România. Astfel, date oficiale ale Poliției Rutiere²⁵ arată faptul că aproape jumătate din accidentele rutiere grave au fost provocate în anul 2013 de șoferi cu vârsta până în 35 de ani, în condițiile în care acești șoferi dețin aproximativ 37% din totalul permiselor de conducere. Conform datelor statistice la nivel de piață privind frecvența daunei²⁶ și valoarea daunei medii în cazul polițelor RCA, având în vedere expunerea²⁷ în perioada 01.01.2013-31.12.2015, publicate de ASF²⁸ și prezentate în tabelului 5.3, mai jos, pentru diversele criterii de risc, se poate constata că dauna medie crește cu cât asigurații sunt mai tineri, ajungând de la

²⁵ „Buletinul siguranței rutiere, raport anual 2013”, realizat de Direcția Rutieră din cadrul Inspectoratului General al Poliției Române și Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității.

²⁶ Frecvența daunelor este dată de numărul daunelor raportat la expunere.

²⁷ Pentru a avea o corespondență între expunere și daune, expunerea reprezintă suma unităților anuale de expunere la risc care intră în perioada analizată. Aceasta nu este egală cu suma simplă a numărului de polițe cu expunere în perioada analizată ci este luată în considerare durata poliței care intră în perioada 01.01.2013-31.12.2015. De exemplu, dacă în portofoliul supus analizei există doar o poliță cu o perioadă de valabilitate de 12 luni și o perioadă de expunere tot de 12 luni atunci expunerea totală este 1. În același timp dacă în portofoliul supus analizei există 2 polițe cu o perioadă de valabilitate de 12 luni dar cu o perioadă de expunere de 6 luni fiecare atunci expunerea totală este $0,5+0,5 = 1$. Acest raționament a fost aplicat pentru întreg portofoliul analizat având în vedere toate polițele de asigurare având expuneri câștigate în perioada 2013 – 2015 aferente societăților cuprinse în analiză.

²⁸ Analiza tarifelor practicate de nouă societăți de asigurare autorizate să încheie polițe RCA întocmită de compania de consultanță Milliman și publicată pe site-ul ASF.

5358 lei, pentru categoria de vârstă de peste 40 de ani, la 6989 lei, pentru cei din grupa de vârstă sub 25 de ani. Același lucru este valabil și pentru frecvența daunei care ajunge la 6,14% pentru asigurații mai tineri de 25 de ani, comparativ cu doar 4,59% pentru asigurații de peste 40 de ani.

Capacitatea cilindrică

Un alt criteriu care are o influență semnificativă în calculul primei tarifare RCA este capacitatea cilindrică. Conform tabelului 5.3, se poate observa că, atât dauna medie, cât și frecvența daunei cresc odată cu capacitatea cilindrică.

Pentru persoane juridice în aceeași perioadă, se observă că cele mai importante criterii tarifare din punct de vedere al impactului asupra primei RCA sunt:

Domeniul de activitate

Ținând cont de ponderea în prima tehnică, se poate constata că domeniul de activitate în care e folosit vehiculul este extrem de importantă. Din această perspectivă, prima tehnică poate fi de până la 5 ori mai ridicată atunci când se asigură taxiuri și autovehicule destinate închirierii (*rent-a-car*), pe considerentul că aceste categorii de vehicule sunt mai predispuse la a fi implicate în accidente în trafic decât alte categorii de vehicule.

Tipul autovehiculului

Din tabelul 5.3 se poate constata că dauna medie pentru capete tractoare este de aproape 3 ori mai mare decât dauna medie calculată la totalul tipurilor de autovehicule. Acest lucru, coroborat cu frecvența destul de mare a daunei (de 1/6) pentru acest tip de autovehicule, constituie o primă explicație pentru diferențele de prime tarifare substanțiale aferente acestui tip de asigurați.

Masa autovehiculului

O influență semnificativă în prima tarifară vine din masa autovehiculului. Masa are un impact și mai mare atunci când se analizează riscul asociat autoutilitarelor, categoriei autoutilitarelor de peste 18 tone atribuindu-se cea mai mare frecvență de daune, conform tabelului 5.3.

Numărul de locuri

În ceea ce privește autovehiculele destinate transportului de persoane, prima tarifară crește cu numărul de locuri.

Evoluția primelor de asigurare RCA

Frecvența daunei și dauna medie

Tabelul 5.3. Date statistice la nivel de piață privind frecvența daunei și valoarea daunei medii în cazul polițelor RCA, având în vedere expunerea în perioada 01.01.2013-31.12.2015, pentru diverse criterii de risc.

Grupa vârstă	Expunere	Frecvența daunei	Dauna medie (lei)
<=25	475.219	6,14%	6.989
26-30	769.731	5,91%	6.501
31-35	829.991	5,01%	6.154
36-40	1.198.749	4,58%	5.773
>40	5.028.020	4,59%	5.358
Total	8.301.711	4,84%	5.745
Capacitate cilindrică	Expunere	Frecvența daunei	Dauna medie (lei)
<1200	1.162.654	3,78%	5.283
1200-1400	2.344.130	4,22%	5.03
1400-1600	1.903.304	5,01%	5.298
1600-1800	589.809	4,99%	5.892
1800-2000	1.725.281	5,46%	6.24
2000-2500	390.598	6,54%	7.39
>2500	185.934	7,91%	8.511
Total	8.301.711	4,84%	5.745
Tipul autovehiculului	Expunere	Frecvența daunei	Dauna medie (lei)
Autoturisme	1.585.358	9,26%	4.651
Autoutilitare	679.931	13,46%	9.392
Motociclete	7.304	2,44%	7.951
Remorci	198.878	1,10%	12.317
Tractoare	58.055	15,87%	18.564
Autobuze	61.131	11,58%	7.537
Altele	18.742	9,71%	5.42
N/A	154.123	9,99%	7.936
Total	2.763.524	9,92%	7.028
Masa (kg)	Expunere	Frecvența daunei	Dauna medie (lei)
<2299	308.109	13,31%	10.922
2300-3499	99.252	9,20%	4.925
3500-7499	111.665	12,94%	5.173
7500-15999	59.846	14,21%	10.412
>=16000	101.059	18,22%	11.038
Total	679.931	13,46%	9.392

Sursa: Analiza tarifelor practicate de nouă societăți de asigurare autorizate să încheie polițe RCA întocmită de compania de consultanță Milliman și publicată pe site-ul ASF.

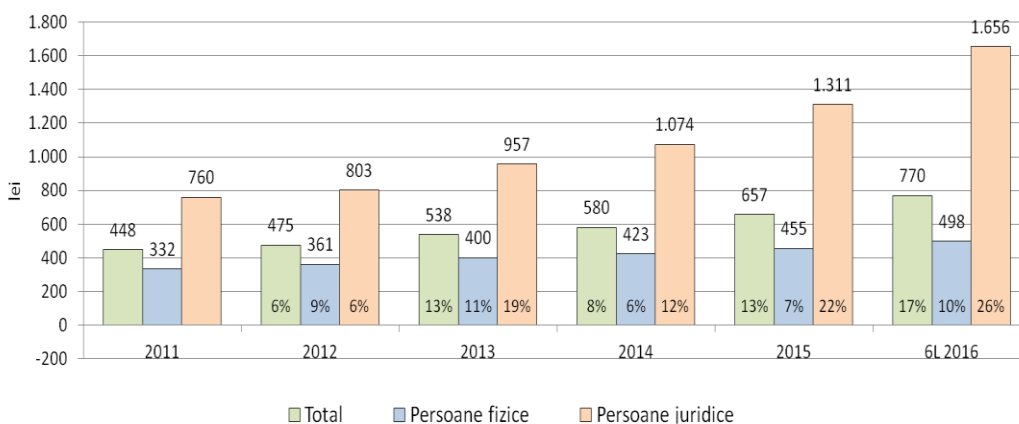
Situația descrisă în tabelul 5.3, vine în explicația situației ce caracterizează astăzi oferta de RCA pentru diversele categorii de risc. Așadar, se poate deduce deja că unei autoutilitare sau unui cap

tractor cu masa de peste 16 tone folosit în domeniul transporturilor de marfă i se asociază un risc proporțional mai mare, determinat atât de o daună medie mai mare cât și de o frecvență a daunei ridicată asociată tipului de autovehicul (autoutilitară), masei (peste 16 tone), dar, mai ales, domeniului de activitate (transporturi marfă). Acest lucru se traduce într-o primă corespunzătoare mai mare asociată acestei categorii de asigurați.

Prima finală (PF)

Pornind de la totalitatea subscrierilor RCA și având în vedere numărul de polițe încheiate pe cele trei durate posibile (o lună, șase luni, un an), se poate calcula o valoare medie a primei RCA anualizate. Această valoare corespunde primei finale de asigurare (PF), iar singura clasificare disponibilă pe baza datelor colectate de ASF se referă la tipul asiguratului, respectiv persoană fizică sau juridică.

Figura 5.12. Evoluția primei medii anualizate pe piața RCA, 2011-2016



Notă: Valorile indicate la baza graficelor reprezintă diferența procentuală față de perioada anterioară.

Sursa: Calcule proprii pe baza datelor furnizate de ASF și a celor disponibile pe site-urile INS.

După cum se poate observa, creșterea primei medii anualizate în perioada 2010-2016 se datorează, în special, creșterii primelor aferente persoanelor juridice.

În plus, pentru anumite categorii de asigurați, au fost publicate pe site-ul ASF rapoarte elaborate de firma de consultanță Milliman în cadrul cărora se analizează evoluția PF, așa cum este definită mai sus.

Tabelul 5.4. Evoluția primelor de asigurare aferente polițelor RCA încheiate pe 12 luni pentru autoutilitare cu masa mai mare de 16 tone, persoană juridică, B0

Polițe cu durată de 12 luni, B0, Pj, masa > 16000	PF medie (lei)
iunie 2016	10.786
mai 2016	10.049
aprilie 2016	10.091
iunie 2015	6.234
Variație iunie 2016/iunie 2015	73.02%
Variație iunie 2016/mai 2016	7.33%
Variație mai 2016/aprilie 2016	-0.42%

Tabelul 5.5. Evoluția primelor de asigurare finale medii aferente polițelor RCA încheiate pe 12 luni pentru un autobuz, transport de persoane.

Polițe cu durată de 12 luni, B0, Pj, număr locuri > 40	PF medie(lei)
iunie 2016	7.435
mai 2016	7.344
aprilie 2016	5.257
iunie 2015	5.798
Variație iunie 2016/iunie 2015	34,7%
Variație iunie 2016/mai 2016	6,3%
Variație mai 2016/aprilie 2016	39,7%

Sursa: evoluția primelor de asigurare aferente polițelor RCA încheiate pe 12 luni pentru autoutilitare/autocamioane și vehicule de transport persoane încadrate în clasa de risc B0 întocmită de compania de consultanță Milliman și publicată pe site-ul ASF.

Atragem atenția asupra faptului că prima RCA obținută folosind generatoarele online se referă la prima comercială (PC), în timp ce prima medie aferentă polițelor RCA preluate de la ASF din raportul Milliman se referă la prima finală (PF) de asigurare RCA. Diferența dintre cele două situații vine din faptul că PC este prima RCA oferită (încă neacceptată de asigurat) și nu include discount-urile aplicate, în timp ce PF este prima efectivă acceptată de asigurați.

Acestea fiind spuse, în presă sunt comparate, în mod eronat, minimul ofertat al PC cu media PF publicată de ASF.

Clarificând aceste aspecte, este de așteptat ca PF mediu să fie sub nivelul PC (chiar valoarea minimă ofertată de generatoarele online pentru polițe RCA), cu atât mai mult cu cât, din decembrie 2015, a fost eliminat plafonul de 10% pentru reducerile acordate (ca ipoteză de lucru, în medie, se oferă reduceri de 20-25%).

Chiar și așa, evoluția PF medie arată creșteri de peste 70% în iunie 2016 față de iunie 2015 pentru autoutilitarele cu masa mai mare de 16 tone. Foarte important de menționat în acest sens este faptul că prima finală medie este calculată la nivelul tuturor domeniilor de activitate, în timp ce PC este aferent unui anumit scenariu.

În urma problemelor recente ce caracterizează piața asigurărilor auto, mai ales în ceea ce privește segmentul RCA, ASF a întreprins o serie de acțiuni menite să corecteze aceste disfuncționalități detectate și relatate inclusiv în raportul Consiliului Concurenței, preluând o mare parte din recomandările formulate în cadrul acestuia.

În continuare vom face referire la câteva din soluțiile propuse de ASF la momentul elaborării prezentului raport: implementarea decontării directe, cu caracter facultativ pentru consumator; posibilitatea suspendării poliței pe perioada neutilizării vehiculului; posibilitatea încheierii poliței și pe perioade mai mici; posibilitatea plății în rate a poliței RCA; luarea în calcul a istoricului șoferului și/sau posibilitatea utilizării tehnologiilor telematice pentru determinarea clasei bonus/malus; despăgubiri pentru vătămări corporale pe baza unor tabele cu puncte traumatice; introducerea unei reglementări clare care face referire la obligativitatea asigurării proporționalității între daunalitate și tarifele RCA practicate de societăți; relaxarea condițiilor de autorizare în scopul atragerii și altor asigurători pe piața RCA; eliminarea restricțiilor în ceea ce privește ofertarea, promovarea și comercializarea asigurărilor RCA la alte prime decât cele notificate, indiferent de canalul de vânzare utilizat; eliminarea interdicției de a se acorda avantaje colaterale la vânzarea polițelor RCA.

În plus, ASF încerca stabilizarea tarifelor ca urmare a creșterii concurenței prin dezvoltarea și diversificarea ofertei, mai exact prin facilitarea intrării altor jucători pe piața asigurărilor generale și auto (Ergo și Grawe).

Concluzii

Capitolul de față reia și actualizează cele mai importante elementele analizate în cadrul investigației sectoriale a Consiliului Concurenței privind asigurările auto din România.

O primă constatare se referă la avansul pe care sectorul asigurărilor auto l-a avut în ultimii ani, avans datorat subscrierilor pentru asigurările auto de răspundere civilă (în contrast evident cu reducerea subscrierilor pentru asigurările auto facultative în perioada 2011-2014 și stagnarea din 2015). Cu toate acestea, comparațiile internaționale arată că nivelul de dezvoltare a sectorului asigurărilor auto din România rămâne încă redus față de majoritatea statelor europene, chiar și față de cele din regiune.

În al doilea rând, numărul de asigurători auto se află pe un trend descendent iar principalele două segmente ale sectorului prezintă tendințe de concentrare în perioada 2011-2016, tendințe similare cu cele înregistrate în restul continentului. Tendința de concentrare, numărul de societăți care

practică asigurări RCA în scădere, obligativitatea deținerii RCA și faptul că unii asigurători evită anumite categorii de asigurați mai riscanți practicând prețuri mult mai mari, creează premisele apariției fenomenului cunoscut sub denumirea de „efectul de umbrelă”²⁹.

Urmare inclusiv a recomandărilor Consiliului Concurenței, ASF a acționat prin promovarea și adoptarea mai multor măsuri menite să elimine ineficiențele detectate în sectorul asigurărilor auto.

O variantă intermediară a Proiectului Ordonanței de Urgență privind asigurarea obligatorie de răspundere civilă pentru prejudicii produse terților prin accidente de vehicule a fost avizată favorabil de către Consiliul Concurenței, cu condiții, iar ulterior a suferit o serie de modificări, devenind OUG nr. 54/2016.

OUG nr. 54/2016 nu cuprinde propunerea Consiliului Concurenței (formulată în aviz) conform căreia durata minimă a încheierii contractului RCA să fie de 6 luni pentru persoanele fizice. Cu toate acestea, inițiatorul a propus elaborarea unui studiu, la împlinirea unui an de la intrarea în vigoare a ordonanței de urgență, privind efectele încheierii contractelor RCA pentru perioade mai mici de 6 luni și oportunitatea menținerii în vigoare a acestei măsuri.

În plus, în motivarea adoptării OUG nr. 54/2016, inițiatorul constată că piața asigurărilor obligatorii auto trece prin împrejurări excepționale manifestate printr-un dezechilibru major între cerere și ofertă, respectiv disfuncționalitate evidentă a pieței, motiv pentru care propune plafonarea tarifelor RCA la un nivel ce urmează a fi stabilit de către ASF, în vederea combaterii creșterii excesive a acestora. Aprobarea acestui tarif maximal este de competența Guvernului, cu avizul Consiliului Concurenței, în condițiile art. 4 alin. (3) din Legea nr. 21/1996, republicată.

O altă prevedere cuprinsă în OUG nr. 54/2016 este aceea că, timp de 6 luni de la expirarea perioadei de plafonare a tarifelor RCA, ASF va propune tarife de referință cu caracter orientativ, calculate pe baza daunei medii determinate statistic pentru fiecare categorie de vehicul în parte și a plăților efective de daune achitate de către asigurații RCA din piață și raportate la frecvența statistică a producerii evenimentelor pe categoria segmentelor de vehicule.

²⁹ Eng. umbrella pricing; o situație caracteristică, în general, piețelor cu structură de oligopol unde firmele mai mari, prin stabilirea unor prețuri ridicate, creează loc pentru companiile mai mici să opereze profitabil sub nivelul acestora.

6. SECTORUL COMERCIALIZĂRII CU AMĂNUNTUL DE CARBURANȚI

Sectorul comercializării cu amănuntul de carburanți (benzină și motorină) ocupă un loc important în economia românească, având impact direct asupra celorlalte sectoare economice, precum și asupra consumatorilor. Caracteristicile principale ale acestui sector nu diferă foarte mult de restul țărilor europene, structura acestuia fiind, în linii mari, de oligopol.

Mai exact, cea mai mare parte a ofertei de pe această piață este concentrată în portofoliul unui număr restrâns de companii petroliere (OMV-Petrom, Lukoil, Rompetrol, MOL, Gazprom, SOCAR și NIS). Pe această piață mai activează, de asemenea, o serie de întreprinderi neintegrate vertical, cu resurse financiare inferioare celor din prima categorie, care administrează stații de distribuție carburanți.

Cererea de carburanți este reprezentată de posesorii autovehiculelor care se aprovizionează, de regulă, de la stațiile de distribuție aflate în apropierea zonelor pe care aceștia le frecventează în mod curent (traseul spre locul de muncă, zona de reședință etc.). Ca atare, interacțiunea concurențială între diversele surse de aprovizionare a clienților se manifestă la nivel local, posibilitatea de substituție între diverse stații de alimentare fiind limitată din punct de vedere geografic.

Caracteristici generale ale sectorului:

Sectorul comercializării cu amănuntul de carburanți prezintă caracteristicile unui oligopol, un grad mare de concentrare (HHI de peste 2500 și un operator care deține o poziție importantă pe piață), cu bunuri omogene, bariere ridicate la intrare pe piață, transparență relativ ridicată și elasticitate relativ scăzută a cererii în funcție de preț.

Contextul internațional

La acest moment, o influență determinantă asupra prețului petrolului o are Organizația țărilor exportatoare de petrol (OPEC).

OPEC este o organizație interguvernamentală cu caracter permanent, creată în cadrul Conferinței de la Bagdad din 1960, de Iran, Iraq, Kuwait, Arabia Saudită și Venezuela. Ulterior s-au mai alăturat OPEC Qatar (1961), Indonezia (1962), Libia (1962), Emiratele Arabe Unite (1967), Algeria (1969), Nigeria (1971), Ecuador (1973), Gabon (1975) și Angola (2007).

Conform statutului, misiunea OPEC este de a „*coordona și unifica politica petrolieră din țările membre și de a asigura stabilizarea piețelor de petrol astfel încât să asigure livrări eficiente, economice și constante de petrol către consumatori, un profit stabil pentru producători și recuperarea echitabilă a capitalului celor care investesc în industria petrolieră*”.

OPEC asigură circa 40% din producția mondială de petrol, exporturile din țările membre reprezentând 60% din totalul petrolului tranzacționat la nivel global.

„Ținând cont de estimările actuale, circa 81% din rezervele dovedite de petrol sunt amplasate pe teritoriul țărilor membre OPEC, cea mai mare parte a acestora fiind în Orientul Mijlociu (66%)”, se prezintă pe site-ul OPEC.

În acest moment, rezervele dovedite de petrol ale OPEC se ridică la 1.206 miliarde de barili de petrol. OMV Petrom, cea mai mare companie din România, are rezerve dovedite de 750 de milioane de barili echivalent de petrol.

Evoluția în ultima decadă

Conform informațiilor prezentate pe site-ul oficial al OPEC, „*evoluția economiei globale a reprezentat principalul risc pentru piața petrolului la începutul ultimei decade, pe măsură ce incertitudinile macroeconomice și riscurile crescute prezentate de sistemul financiar internațional au apăsas asupra economiei. Creșterea tulburărilor sociale în multe părți ale lumii au afectat atât oferta, cât și cererea în prima jumătate a decadei. Totuși, piața a rămas relativ echilibrată. Prețurile au fost stabile între 2011 și mijlocul anului 2014, după care au înregistrat o cădere, pe fondul speculațiilor și a supraofertei. Modelele comerciale au continuat să se schimbe, pe fondul continuării creșterii cererii în țările asiatice și scăderii cererii în cadrul OECD. Concentrarea pe problemele de mediu s-a accentuat, așteptându-se încheierea unui nou acord coordonat de ONU privind schimbările climatice. OPEC a continuat să urmărească stabilitatea pieței și a intensificat dialogul și cooperarea cu consumatorii și cu producătorii de petrol care nu sunt membri OPEC*”.

Unul din motivele care au condus la decizia OPEC de a crește producția, scăzând prețul petrolului, este considerată a fi intenția organizației de a își proteja cota de piață în fața petrolului american obținut din șisturi și a celorlalți competitori ai săi.

Această decizie a OPEC-ului a dus la scăderea prețului barilului de petrol de la aprox. 109 dolari în iunie 2014, la sub 50 de dolari în august 2016. Pe piața locală, acest lucru a dus, de exemplu, la ieftinirea litrului de benzină (cu taxe) cu 23% față de momentul iunie 2014.

De asemenea, Rusia a încercat la începutul anului 2016 să negocieze o înghețare de producție cu OPEC și, în timp ce unii membri mai mici ai cartelului erau dispuși să se alăture pe loc, liderul organizației, Arabia Saudită, a respins propunerea. Totuși, pe fondul acestor evoluții, s-a speculat asupra unei diminuări a influenței OPEC, sau chiar a unei destrămări a acestei organizații.

Prin urmare, contextul internațional se află într-un proces de transformare, sub influența mai multor factori, o previziune a arhitecturii viitoare fiind dificil de conturat.

Evoluții și analize privind sectorul carburanților

În ultimii ani au avut loc o serie de modificări la nivelul pieței comercializării cu amănuntul de carburanți. Evenimente, precum închiderea unor stații/deschiderea unor stații noi, tranzacții comerciale cu stații de distribuție, intrarea pe piață a unor companii care nu mai activaseră în România până la momentul respectiv, au influențat această piață, însă nu substanțial.

Structura a rămas cea a unei piețe oligopoliste, pe care un număr restrâns de companii petroliere au o influență reală și determinantă asupra concurenței manifestate pe această piață.

Modelul de concurență – problema „asymmetric price transmission” / „rockets and feathers”

În acest sector, prețurile nu sunt corelate liniar în raport cu principalul input / input-ul de referință – cotațiile internaționale ale barilului de petrol. Situația este cvasi-generalizată pentru toate piețele de carburanți din lume (inclusiv SUA și Canada) și există o literatură extensivă pe această temă. Studiile arată că problema „asymmetric price transmission” este valabilă într-o

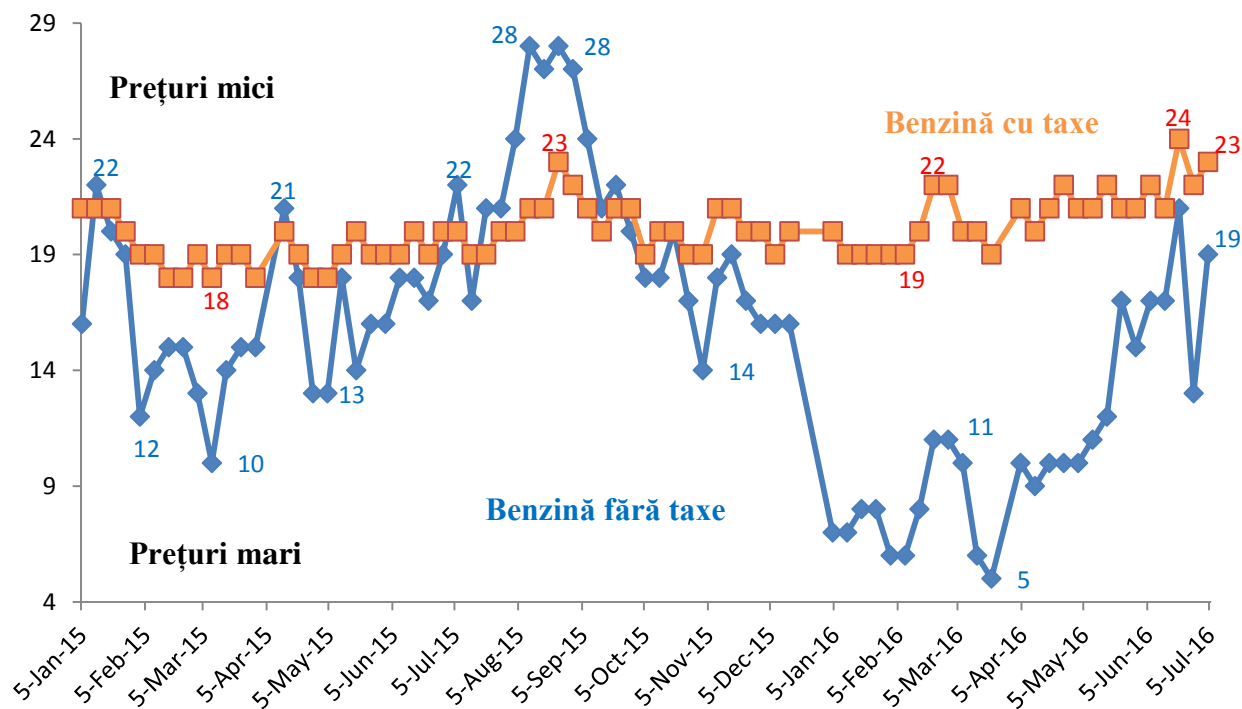
măsură mai mare sau mai că pentru aproximativ două treimi din piețele din economie, doar că pentru carburanți ea este mai evidentă. Există două explicații economice fundamentale ale acestei situații pentru piața carburanților:

a) O versiune mai slabă a ciclului de preț Edgeworth – pe o piață de tip oligopolist cu bunuri omogene și consumatori sensibili la preț (nu cu cerere elastică), unii competitori reduc secvențial și incremental prețurile până la nivelul costului marginal, dar unul dintre competitori alege să crească prețul la loc și este imediat (instantaneu urmat de ceilalți). În ciclul de preț Edgeworth prețurile scad încet și cresc rapid. Având în vedere poziția de *price leader* a principalului operator, în piața românească putem vorbi de o versiune slabă a ciclului de preț Edgeworth dependentă de acțiunile unuia dintre oligopoliști.

b) O curbă frântă a cererii (*kinked demand curve*) care conduce la fenomenul de prețuri rigide (*sticky prices*). Pe o piață de oligopol cu o curbă frântă a cererii prețurile vor răspunde mai rapid/integral la creșterile de costuri și mai lent/parțial la scăderea costurilor. Teoria microeconomică clasică nu se aplică în acest caz.

Analiza prețurilor carburanților din România, comparativ cu prețurile din UE- medii săptămânale în perioada 5 ianuarie 2015 – 5 iulie 2016

Figura 6.1. Locul României în clasamentul prețurilor medii la benzina 95, cu și fără taxe, în perioada 5 ianuarie 2015 – 5 iulie 2016



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

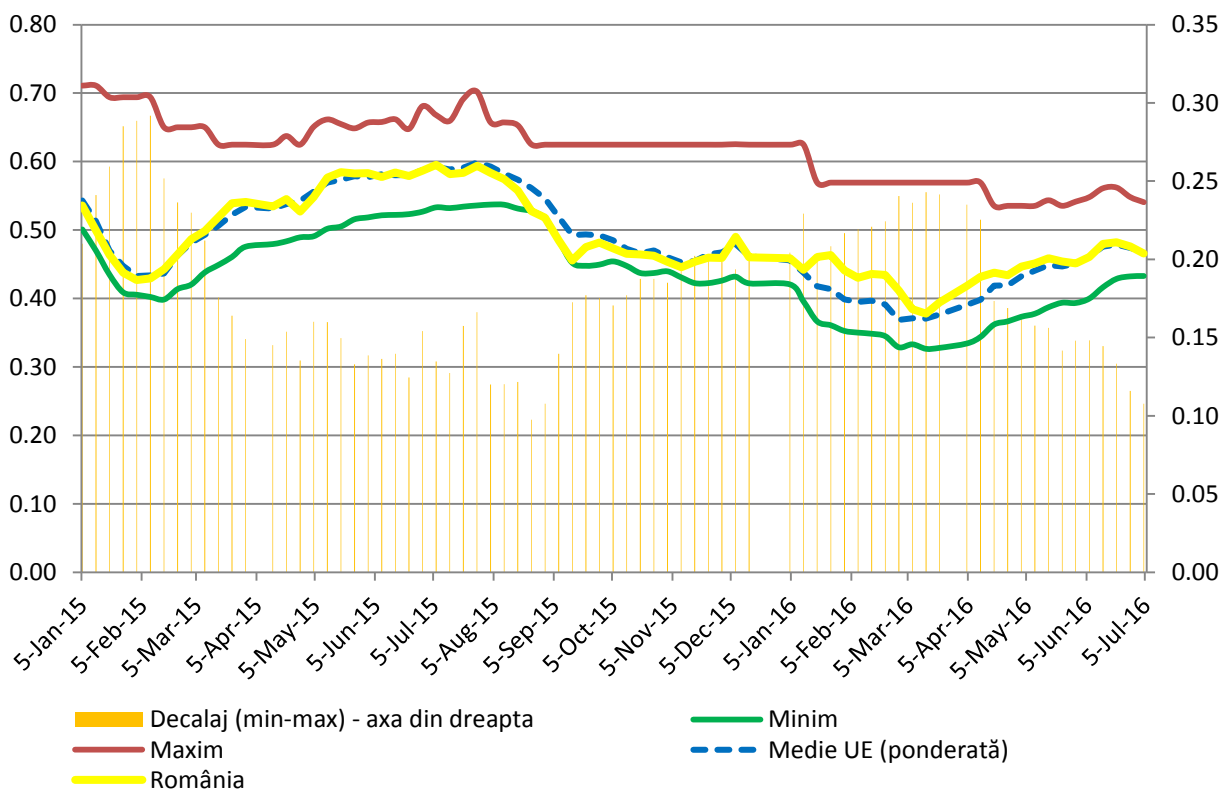
În ceea ce privește prețurile la benzină fără taxe, în perioada analizată (5 ianuarie 2015 - 4 iulie 2016), evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri din cadrul Uniunii Europene a fost fluctuantă, oscilând între pozițiile 5 și 28.

În ceea ce privește prețurile la benzină cu taxe, în aceeași perioadă, evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri din cadrul Uniunii Europene a fost mai constantă, încadrându-se între pozițiile 18 și 24 (printre cele mai mici prețuri din Uniunea Europeană).

Comparând evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri la benzină cu/fără taxe, din figura de mai sus se poate observa că, în general, România a ocupat poziții mai bune (prețuri mai mici) la benzina cu taxe, comparativ cu benzina fără taxe. Această observație indică un nivel de taxare la benzină mai redus la nivelul României, comparativ cu alte state membre.

După cum se poate observa în figura de mai sus, în primul semestru al anului 2016 prețurile la benzina fără taxe au scăzut semnificativ (comparativ cu cele practicate în alte state membre). Totuși, prețurile practicate la benzina cu taxe au rămas relativ constante (raportat la cele practicate în alte state membre).

Figura 6.2. Variația prețurilor minime și maxime (euro/litru) practicate de statele membre pentru benzină 95, fără taxe, în perioada 5 ianuarie 2015 - 5 iulie 2016



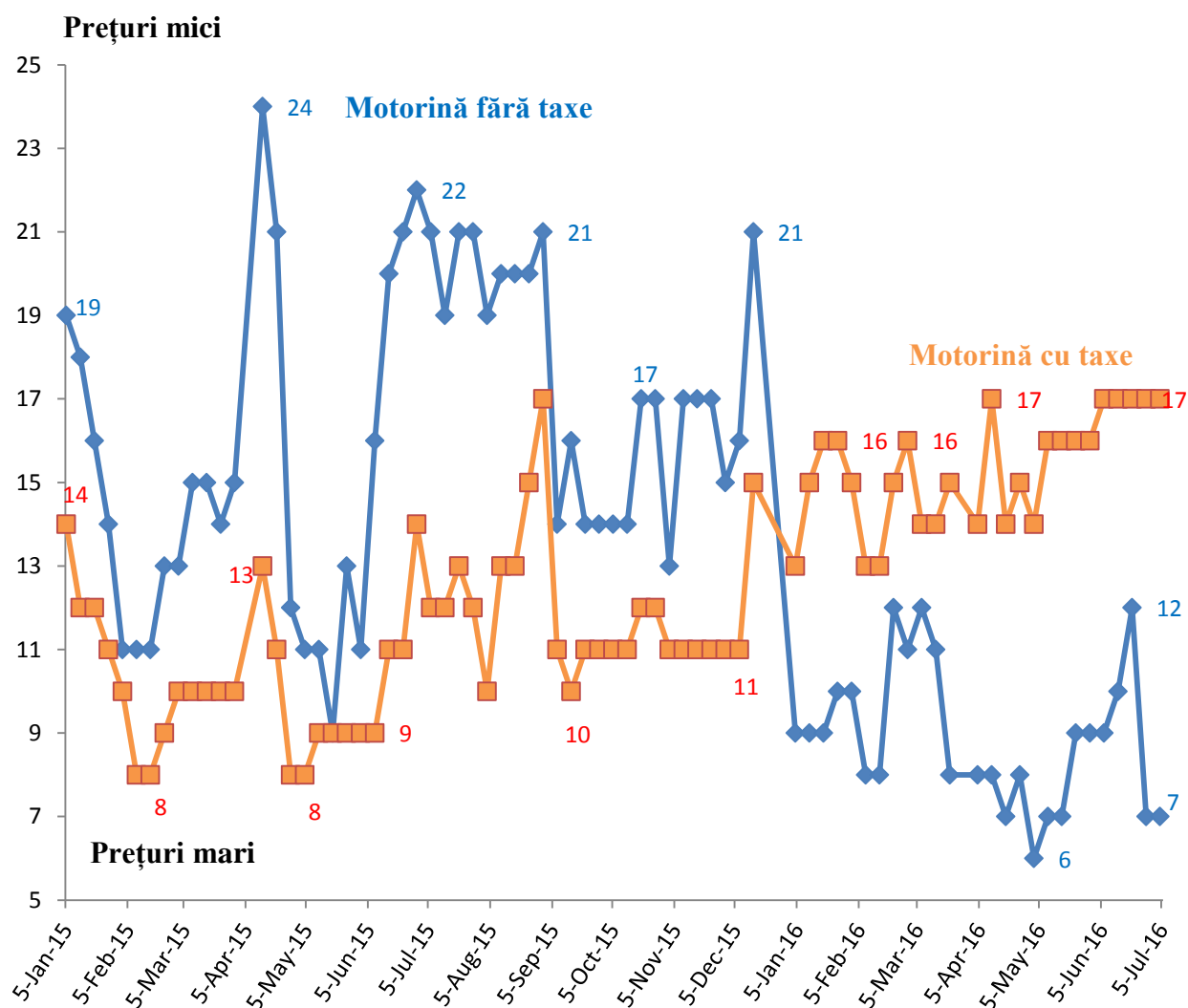
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii.

După cum se poate observa din graficul de mai sus, prețurile practicate în România, în perioada 5 ianuarie 2015 - 5 iulie 2016, au fost apropiate de media ponderată a prețurilor practicate de statele membre.

De asemenea, prețurile minime și maxime practicate de statele membre pentru benzina 95 fără taxe, în perioada analizată, au avut următoarea evoluție:

- prețurile minime practicate au variat în intervalul 0,326-0,537 euro,
- prețurile maxime practicate au variat în intervalul 0,535-0,702 euro.
- declajul între cel mai mic și cel mai mare preț practicat la nivelul statelor membre a variat între 0,097-0,291 euro,
- prețurile din România s-au apropiat de prețurile minime practicate în statele membre.

Figura 6.3. Locul României în clasamentul prețurilor medii la motorina standard, cu și fără taxe, în perioada 5 ianuarie 2015 – 5 iulie 2016



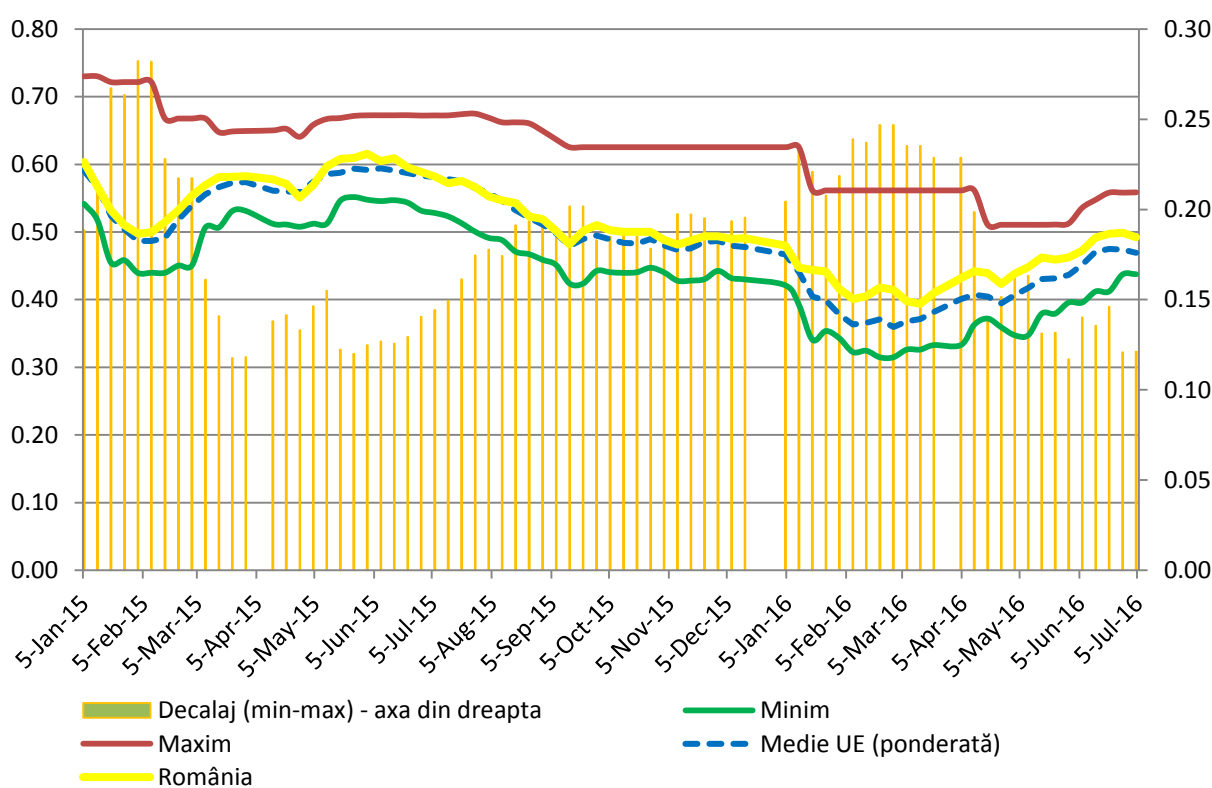
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

În ceea ce privește prețurile la motorină fără taxe, în perioada analizată (5 ianuarie 2015 - 5 iulie 2016), evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri din cadrul Uniunii Europene a fost fluctuantă, oscilând între pozițiile 6 și 24. În semestrul 1 din 2016 se poate observa o tendință de urcare în clasamentul celor mai mari prețuri, ceea ce înseamnă prețuri mai mari în România, comparativ cu alte state membre.

În ceea ce privește prețurile la motorină cu taxe, în aceeași perioadă, evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri din cadrul Uniunii Europene a fost, de asemenea, fluctuantă, încadrându-se între pozițiile 8 și 17. Totuși, comparativ cu motorina fără taxe, în primul semestru din 2016 poate fi constatată o tendință de coborâre în clasamentul celor mai mari prețuri, semnificând prețuri mai mici, comparativ cu alte state membre.

Comparând evoluția României în clasamentul celor mai mari prețuri la motorină cu/fără taxe, din figura de mai sus se poate observa o evoluție oarecum simetrică în anul 2015 (în cazul motorinei cu taxe România ocupând constant poziții mai slabe, semnificând prețuri mai mici) și divergentă în primul semestru al anului 2016 (poziția României urcând ușor în cazul motorinei fără taxe, implicând prețuri mai mari, și coborând în cazul motorinei cu taxe, implicând prețuri mai mici). Evoluția din primul semestru al anului 2016 include scăderea nivelului de taxare la motorină, comparativ cu alte state membre, pe fondul reducerii TVA-ului de la 24% la 20%.

Figura 6.4. Variația prețurilor minime, medii și maxime (euro/litru) practicate de statele membre pentru motorină, fără taxe, în perioada 5 ianuarie 2015 - 5 iulie 2016



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii.

După cum se poate observa din graficul de mai sus, prețurile practicate în România, în perioada 5 ianuarie 2015 - 5 iulie 2016, au fost apropiate de media ponderată a prețurilor practicate de statele membre.

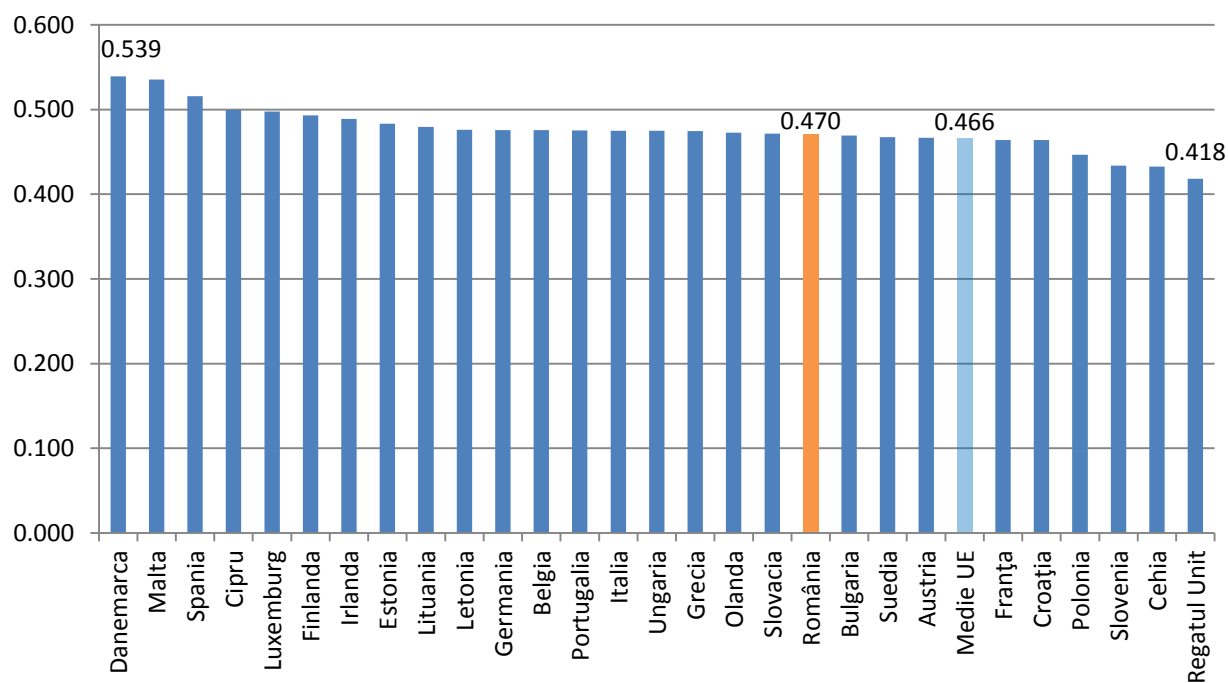
De asemenea, prețurile minime și maxime practicate de statele membre pentru motorină, fără taxe, în perioada analizată, au avut următoarea evoluție:

- prețurile minime practicate au variat în intervalul 0,315-0,552 euro,
- prețurile maxime practicate au variat în intervalul 0,511-0,730 euro.

Prin urmare se poate aprecia că taxele pentru benzină și motorină sunt relativ mici la nivelul României, comparativ cu cele practicate în alte state membre UE, situație accentuată în primul semestru din anul 2016, ca efect al reducerii TVA-ului de la 24% la 20%.

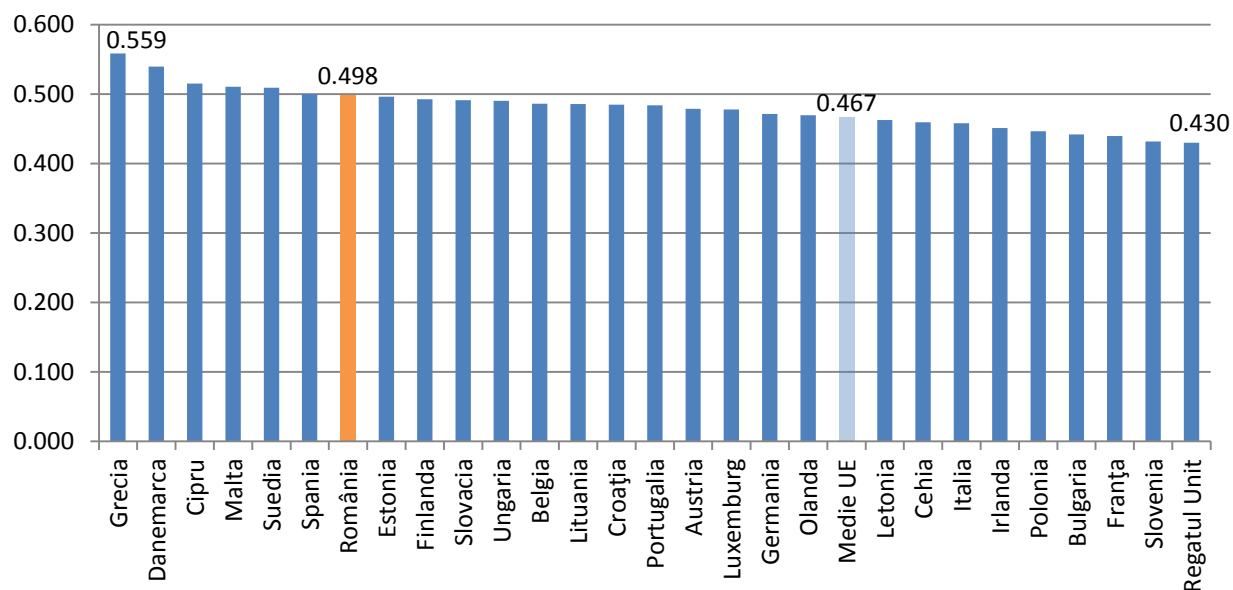
Analiză comparativă a prețurilor benzinei 95 și a motorinei, conform datelor raportate de Comisia Europeană pentru cele 28 de state membre la data de 4 iulie 2016

Figura 6.5. Prețul la benzina 95 fără taxe (euro/litru), la data de 4 iulie 2016



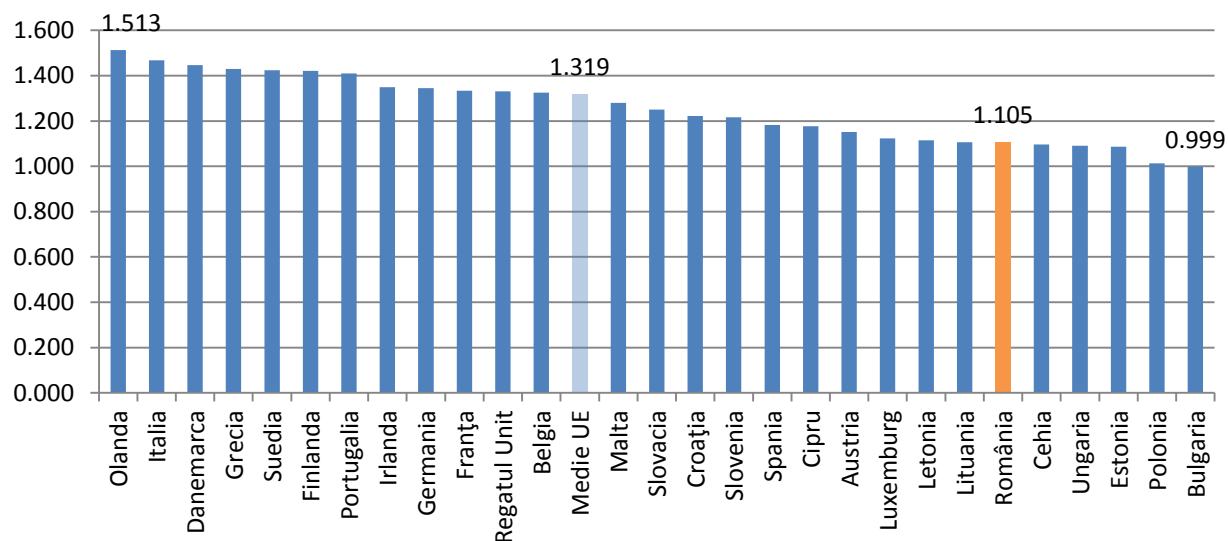
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

Figura 6.6. Prețul la motorina fără taxe (euro/litru)



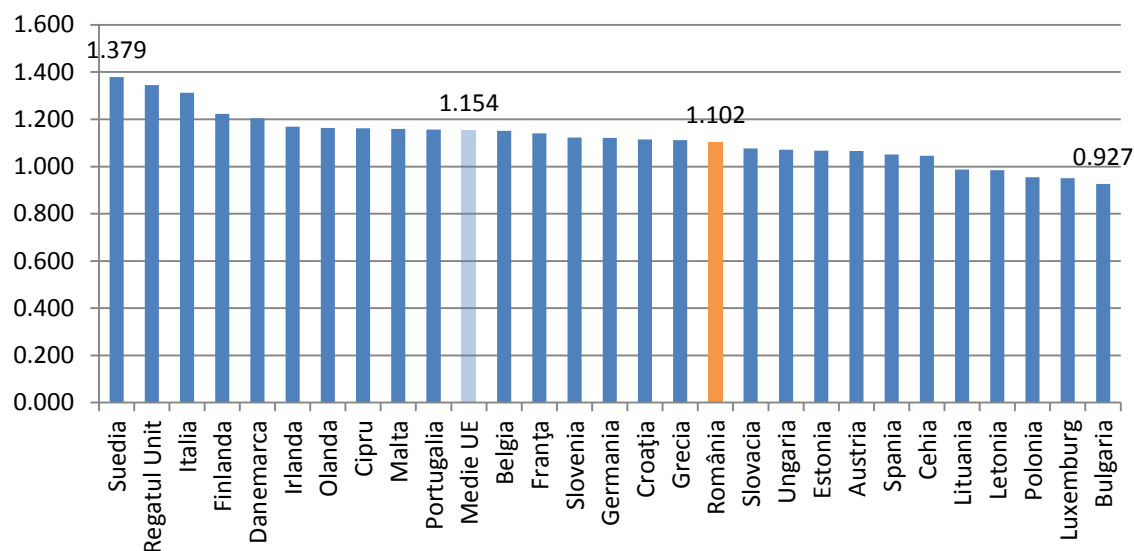
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

Figura 6.7. Prețul la benzina 95 cu taxe (euro/litru)



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

Figura 6.8. Prețul la motorina cu taxe (euro/litru)



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

În ceea ce privește prețurile fără taxe pentru benzină și motorină, la data de 4 iulie 2016, se poate observa, din graficele de mai sus, faptul că, în România prețurile se situau peste nivelul mediu practicat în statele membre din Uniunea Europeană, în timp ce prețurile cu taxe erau sub nivelul mediu practicat în statele membre din Uniunea Europeană, ceea ce indică un nivel de taxare pentru motorină și benzină mai mic la nivelul României, comparativ cu prețurile practicate în cadrul UE, la data de 4 iulie 2016.

Reducerea procentuală a prețului combustibililor în țările UE, în perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016

Având în vedere că prețurile la petrol au început să scadă pe la mijlocul anului 2014, pe fondul contextului internațional, prezentăm, în cele ce urmează, o situație comparativă a scăderilor înregistrate în țările Uniunii Europene în perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016.

După cum se poate observa din tabelele de mai jos, în perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016, România a înregistrat:

- a 7-a cea mai mare reducere la benzină fără taxe și, pe fondul reducerii taxelor, cea mai mare reducere din Uniunea Europeană la benzină cu taxe,
- a 20-a cea mai mare reducere la motorină fără taxe și, pe fondul reducerii taxelor, a 3-a cea mai mare reducere din Uniunea Europeană la motorină cu taxe.

Tabel 6.1. - Benzina cu/fără taxe (euro/1000 litri)

	Benzina fără taxe	30 iunie 2014	4 iulie 2016	Reducere (%)
1	Belgia	744	476	36,11%
2	Slovenia	672	434	35,40%
3	Regatul Unit	636	418	34,22%
4	Bulgaria	711	469	33,98%
5	Portugalia	716	475	33,67%
6	Polonia	670	447	33,33%
7	România	704	470	33,22%
8	Suedia	700	467	33,21%
9	Italia	711	475	33,21%
10	Croația	695	464	33,20%
11	Grecia	707	474	32,88%
12	Olanda	701	473	32,63%
	Medie UE	687	466	32,20%
13	Slovacia	692	472	31,90%
14	Cehia	633	433	31,70%
15	Cipru	730	499	31,62%
16	Franța	677	464	31,50%
17	Ungaria	690	475	31,18%
18	Germania	689	476	30,97%
19	Luxemburg	721	498	30,95%
20	Estonia	698	483	30,80%
21	Austria	672	467	30,61%
22	Danemarca	774	539	30,31%
23	Spania	739	516	30,22%
24	Finlanda	706	493	30,16%
25	Lituania	680	480	29,53%
26	Letonia	669	476	28,82%
27	Malta	711	535	24,70%
28	Irlanda	648	489	24,57%

	Benzina cu taxe	30 iunie 2014	4 iulie 2016	Reducere (%)
1	România	1.448	1.105	23,71%
2	Polonia	1.318	1.013	23,15%
3	Bulgaria	1.288	999	22,49%
4	Ungaria	1.383	1.090	21,17%
5	Belgia	1.643	1.325	19,39%
6	Estonia	1.345	1.087	19,18%
7	Cipru	1.452	1.177	18,93%
8	Spania	1.457	1.183	18,81%
9	Slovenia	1.498	1.217	18,76%
10	Regatul Unit	1.631	1.331	18,39%
11	Lituania	1.349	1.106	18,02%
12	Cehia	1.332	1.097	17,67%
13	Austria	1.399	1.152	17,66%
14	Slovacia	1.515	1.250	17,49%
15	Luxemburg	1.360	1.123	17,45%
	Medie UE	1.590	1.319	17,01%
16	Croația	1.472	1.222	17,00%
17	Italia	1.759	1.468	16,54%
18	Letonia	1.334	1.114	16,48%
19	Grecia	1.711	1.430	16,42%
20	Germania	1.599	1.345	15,88%
21	Danemarca	1.719	1.447	15,82%
22	Olanda	1.777	1.513	14,86%
23	Franța	1.549	1.334	13,88%
24	Finlanda	1.649	1.421	13,83%
25	Suedia	1.642	1.424	13,25%
26	Irlanda	1.545	1.349	12,68%
27	Portugalia	1.602	1.410	11,99%
28	Malta	1.440	1.280	11,11%

Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

Tabel 6.2. - Motorina cu/fără taxe (euro/1000 litri)

	Motorina fără taxe	30 iunie 2014	4 iulie 2016	Reducere (%)
1	Bulgaria	764	442	42,11%
2	Regatul Unit	691	430	37,77%

	Motorina cu taxe	30 iunie 2014	4 iulie 2016	Reducere (%)
1	Bulgaria	1.312	927	29,36%
2	Polonia	1.284	954	25,67%

3	Italia	727	458	36,97%
4	Slovenia	673	432	35,87%
5	Polonia	693	446	35,56%
6	Belgia	754	486	35,51%
7	Irlanda	697	451	35,22%
8	Letonia	709	463	34,78%
9	Cehia	703	460	34,61%
10	Olanda	712	470	34,04%
	Medie UE	706	467	33,89%
11	Franța	664	440	33,71%
12	Finlanda	740	493	33,43%
13	Lituania	730	486	33,42%
14	Portugalia	727	484	33,39%
15	Slovacia	736	491	33,19%
16	Luxemburg	712	478	32,90%
17	Spania	742	500	32,61%
18	Ungaria	725	490	32,39%
19	Croația	714	485	32,08%
20	România	729	498	31,65%
21	Cipru	752	515	31,49%
22	Germania	688	472	31,41%
23	Danemarca	781	540	30,90%
24	Austria	690	479	30,58%
25	Suedia	732	509	30,42%
26	Malta	730	511	30,06%
27	Grecia	776	559	28,05%
28	Estonia	687	496	27,77%

3	România	1.440	1.102	23,48%
4	Letonia	1.283	984	23,31%
5	Lituania	1.283	988	23,01%
6	Ungaria	1.387	1.071	22,84%
7	Spania	1.347	1.050	22,02%
8	Cehia	1.333	1.045	21,60%
9	Slovacia	1.370	1.077	21,39%
10	Luxemburg	1.204	951	21,03%
11	Regatul Unit	1.697	1.345	20,75%
12	Irlanda	1.471	1.169	20,52%
13	Italia	1.643	1.312	20,13%
14	Olanda	1.449	1.164	19,67%
15	Cipru	1.444	1.162	19,53%
16	Belgia	1.430	1.151	19,52%
	Medie UE	1.430	1.154	19,30%
17	Danemarca	1.491	1.204	19,27%
18	Grecia	1.377	1.112	19,24%
19	Austria	1.319	1.066	19,18%
20	Germania	1.378	1.121	18,65%
21	Slovenia	1.377	1.123	18,45%
22	Croația	1.365	1.115	18,28%
23	Finlanda	1.492	1.223	18,03%
24	Estonia	1.296	1.067	17,67%
25	Malta	1.360	1.160	14,71%
26	Portugalia	1.348	1.156	14,24%
27	Franța	1.326	1.141	13,94%
28	Suedia	1.575	1.379	12,42%

Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm

Comparație a prețurilor practicate la carburanți cu țările din regiune

O evoluție comparativă a reducerilor de preț a carburanților (înregistrate în perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016) în România față de șase țări-etalon din regiune (Cehia, Ungaria, Croația, Bulgaria, Slovacia și Polonia) se poate observa în graficele următoare.

În ceea ce privește prețul la benzină, în perioada de referință, prin raportare la cele 6 țări din regiune, incluse în analiză:

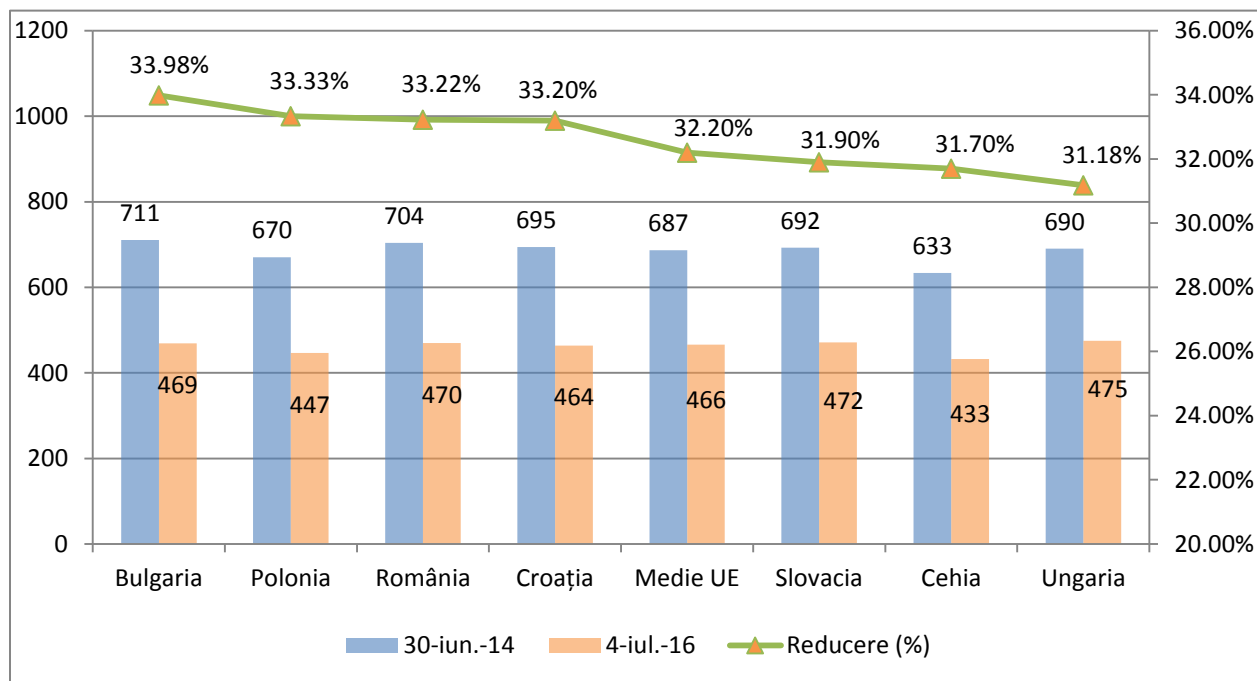
- România a înregistrat a 3-a cea mai mare reducere (după Bulgaria și Polonia) pentru benzină fără taxe și cea mai mare reducere la benzina cu taxe.

- Astfel, dacă la data de 30 iunie 2014, la benzina fără taxe, România înregistra al doilea cel mai mare preț, la data de 4 iulie 2016, România avea al treilea cel mai mare preț.
- În ceea ce privește benzina cu taxe, în ciuda faptului că România a înregistrat cea mai mare reducere, prețul practicat în România a rămas al treilea cel mai mare.

În ceea ce privește prețul la motorină, în perioada de referință, prin raportare la cele 6 țări din regiune, incluse în analiză:

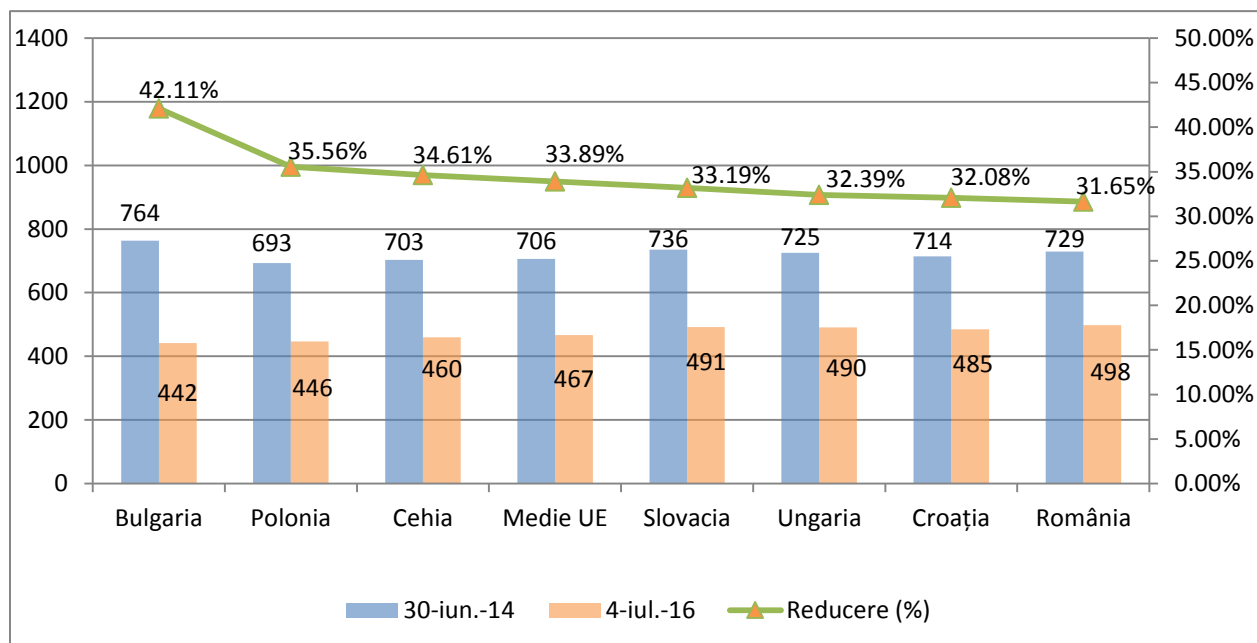
- România a înregistrat cea mai mică reducere pentru motorină fără taxe și a treia cea mai mare reducere la benzina cu taxe.
- Astfel, dacă la data de 30 iunie 2014, la motorina fără taxe, România înregistra al treilea cel mai mare preț, la data de 4 iulie 2016, România a ajuns să aibă cel mai mare preț.
- În ceea ce privește motorina cu taxe, dacă prețul practicat în România la data de 30 iunie 2014 era cel mai mare dintre țările incluse în analiză, la data de 4 iulie 2016 România înregistra al doilea cel mai mare preț.

Figura 6.9. Prețul la benzina 95 fără taxe (euro/1000 litri) în țările analizate



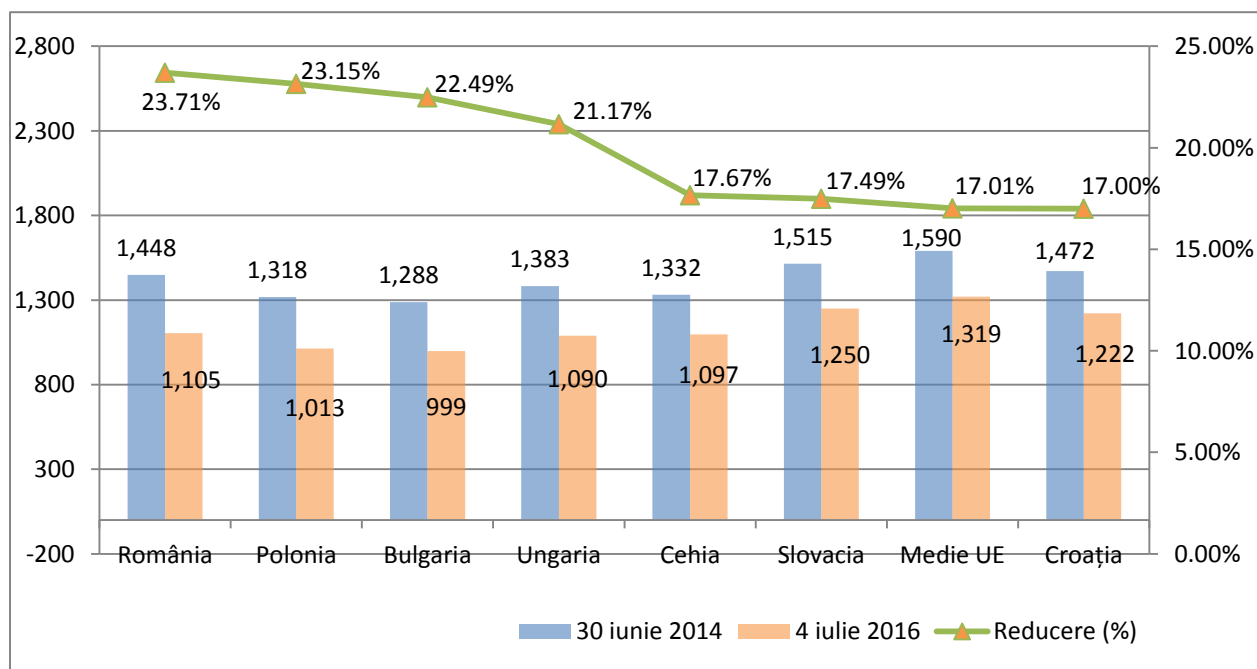
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

Figura 6.10. Prețul la motorina diesel fără taxe (euro/1000 litri) în țările analizate



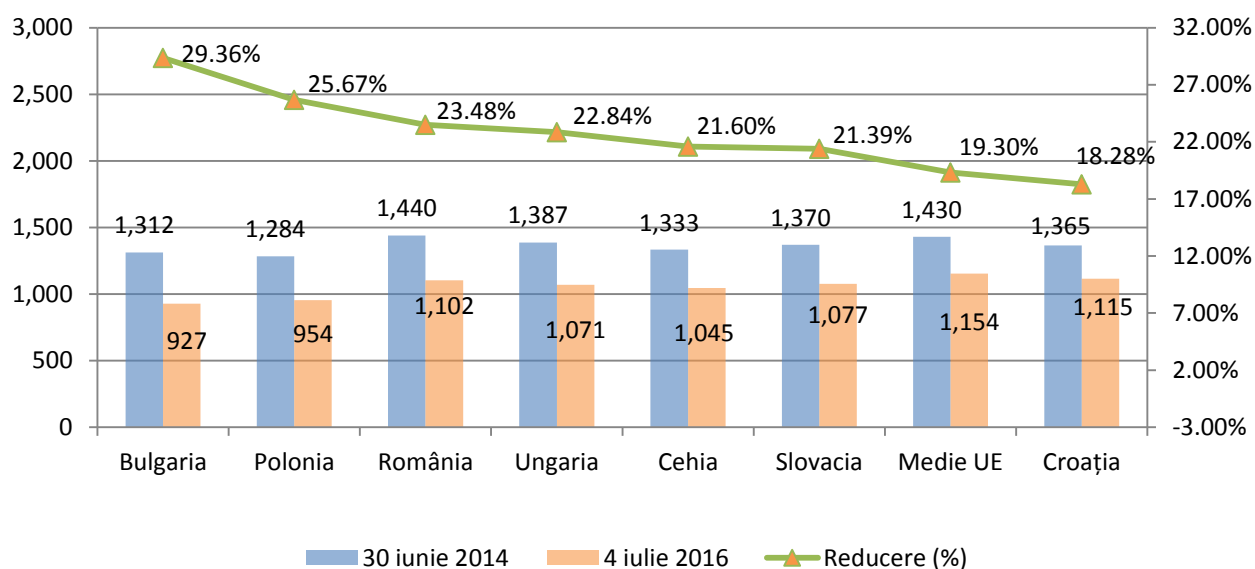
Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

Figura 6.11. Prețul la benzină cu taxe (euro/1000 litri) în țările analizate



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

Figura 6.12. Prețul la motorina diesel cu taxe (euro/1000 litri) în țările analizate



Sursa datelor: http://ec.europa.eu/energy/observatory/oil/bulletin_en.htm, calcule proprii

Observații privind sectorul carburanților

1. La nivel internațional, prețurile au fost stabile între 2011 și mijlocul anului 2014, după care au înregistrat o cădere semnificativă. În continuare, contextul internațional se află într-un proces de transformare, sub influența mai multor factori, o previziune a arhitecturii viitoare fiind dificil de conturat.
2. La data de 4 iulie 2016, prețurile practicate în România pentru benzină și motorină fără taxe erau peste nivelul mediu practicat în Uniunea Europeană. Totuși, prețurile practicate în România pentru benzină și motorină cu taxe erau sub nivelul mediu practicat în Uniunea Europeană.
3. În perioada 2015 – iulie 2016, taxele pentru benzină și motorină au fost relativ mici la nivelul României, comparativ cu cele practicate în alte state membre UE.
4. În perioada 30 iunie 2014 – 4 iulie 2016, România a înregistrat:
 - a 7-a cea mai mare reducere la benzină fără taxe și, pe fondul reducerii taxelor, cea mai mare reducere din Uniunea Europeană la benzină cu taxe,
 - a 20-a cea mai mare reducere la motorină fără taxe și, pe fondul reducerii taxelor, a 3-a cea mai mare reducere din Uniunea Europeană la motorină cu taxe.

Sectorul comercializării cu amănuntul de carburanți prezintă caracteristicile unui oligopol, un grad mare de concentrare (HHI de peste 2500 și un operator care deține o poziție importantă pe piață), cu bunuri omogene, bariere ridicate la intrare pe piață, transparență relativ ridicată și elasticitate relativ scăzută a cererii în funcție de preț. Având în vedere particularitățile acestui sector, Consiliul Concurenței a formulat o serie de recomandări care ar putea să stimuleze concurența pe piața carburanților.

Recomandări

Misiunea Consiliului Concurenței cu privire la funcționarea optimă a acestei piețe/manifestarea concurenței pe această piață a fost și rămâne în continuare axată pe două direcții principale.

Prima direcție este reprezentată de monitorizarea modului de funcționare a mecanismelor de piață. Această activitate are rolul de a depista eventualele abateri/încălcări ale reglementărilor legale, iar, în cazul în care există probe concludente în acest sens, de a sancționa întreprinderile răspunzătoare. În acest sens, trebuie amintite decizia de sancționare a companiilor petroliere pentru înțelegerea de a elimina de la vânzare benzina Eco Premium și a distribuitorilor angro de carburanți pentru înțelegerea de fixare a prețurilor de vânzare și de alocare a clienților și a surselor de aprovizionare cu carburanți.

Cea de-a doua direcție de acțiune a autorității de concurență are ca obiectiv stimularea concurenței pe piața carburanților și îmbunătățirea climatului concurențial, în vederea obținerii de avantaje pentru consumatorii finali.

În ceea ce privește acest din urmă deziderat, Consiliul Concurenței propune un set de măsuri și acțiuni, care au rolul să stimuleze concurența pe piața carburanților.

- Crearea unei baze de date și a unei aplicații web/mobile pentru compararea prețurilor la carburanți

Pentru a stimula concurența prin preț dintre operatorii economici, pe de o parte, dar și pentru a asigura, în același timp consumatorului posibilitatea de a alege carburanții cu cel mai bun raport calitate-preț, Consiliul Concurenței consideră necesară crearea unei baze de date care să conțină lista tuturor companiilor care comercializează carburanți, amplasarea geografică a benzinăriilor deținute de fiecare, tipurile de carburanți (benzină și motorină) comercializate în fiecare benzinărie, prețurile la pompă practicate. Pentru crearea acestei baze de date, Guvernul ar trebui să emită un act normativ prin care să oblige toate întreprinderile care dețin benzinării active să furnizeze datele necesare, dar și să transmită on-line (printr-un sistem pe bază de parolă) toate modificările efectuate la nivelul prețurilor carburanților, care să fie înregistrate în timp real (maxim 30 de minute de la modificare). Această bază de date trebuie să constituie elementul central al unei aplicații web și/sau al unei aplicații mobile cu acces gratuit din partea consumatorilor, prin care aceștia pot afla care sunt cele mai apropiate (ex: 10) benzinării, localizarea geografică și prețurile oferite de acestea (eventual, în ordine crescătoare pentru a vedea care este compania cu cel mai mic preț). Astfel, consumatorul are posibilitatea de a alege, având la îndemână informații importante cu privire la oferta existentă pe piață în zona geografică de interes pentru consumatorul respectiv.

Nu în ultimul rând, o astfel de bază de date ar fi utilă nu numai pentru consumatori, dar și pentru Consiliul Concurenței în exercitarea atribuțiilor de monitorizare a pieței carburanților. De asemenea, accesul la această bază de date al altor instituții (ex: Ministerul Energiei) ar putea constitui o sursă importantă de informații utile pentru elaborarea analizelor din activitatea specifică a acestora.

- Afișarea prețurilor la carburanți la intrarea pe autostrăzi

Consiliul Concurenței recomandă Guvernului (Ministerul Transportului) instalarea, la intrarea pe fiecare autostradă, a unor panouri de informare care să conțină următoarele date: numele companiei care deține benzinăria, poziția la care se află pe autostradă (ex: km 77) și prețurile practicate la carburanți. Și această recomandare are rolul de mări transparența pe piață, venind în sprijinul consumatorilor prin facilitarea accesului la informația privind oferta existentă pe piață și alegerea celei pe care o consideră cea mai potrivită. În funcție de lungimea autostrăzii și de cantitatea de carburant disponibilă la un moment dat, un consumator care cunoaște toate companiile prezente pe o anumită autostradă, precum și prețurile practicate de fiecare dintre acestea, poate lua decizia optimă cu privire la compania de la care va alimenta. De asemenea, cunoașterea poziției benzinăriilor încă de la intrarea pe autostradă îi oferă consumatorului timp suficient pentru a lua cea mai bună decizie de cumpărare.

- Stimularea concurenței manifestate pe autostrăzi

Deși România nu dispune de un număr important de km în regim de autostrăzi, acestea reprezintă o necesitate și o prioritate la nivel național. Prin urmare, construcția unor noi autostrăzi va atrage automat și necesitatea existenței unor benzinării care să deservească conducătorii auto ce se deplasează pe autostradă.

Consiliul Concurenței recomandă analizarea de către organele competente a posibilității modificării legislației din domeniul achizițiilor publice, astfel încât, în situația unor proceduri de licitații publice pentru construcția de benzinării pe autostrăzi (indiferent dacă sunt deja construite sau nou construite), operatorii care nu au prezență în zona respectivă (orașul sau segmentul de drum apropiat locației pentru care se licitează), să aibă o pondere semnificativă în punctajul pe baza căruia se stabilește câștigătorul.

- Publicarea de către Ministerul Energiei/Ministerul Economiei, Comerțului și Relațiilor cu Mediul de Afaceri a rezultatelor controalelor efectuate cu privire la calitatea carburanților

În baza HG nr. 928/2012³⁰, autoritatea publică centrală pentru economie și comerț are obligația monitorizării sistemului de calitate a benzinei și motorinei în vederea respectării de către comercianți a specificațiilor prevăzute în reglementările legale.

Pentru a crește presiunea concurențială, pe de o parte, dar și pentru a asigura o informare corespunzătoare a consumatorilor, Consiliul Concurenței recomandă publicarea pe site-ul web al autorității o situație centralizată lunară/semestrială cu privire la rezultatele testelor efectuate. Aceasta ar trebui să conțină denumirea întreprinderilor controlate, localizarea benzinăriilor care au făcut obiectul controlului, precum și rezultatul testelor efectuate. De asemenea, în măsura în care au fost aplicate sancțiuni contravenționale, acestea ar trebui să fie prezentate publicului.

Pentru un consumator, această informație poate fi foarte utilă atunci când ia decizia de cumpărare a carburantului, o informație negativă cu privire la acesta putând fi, în anumite situații, decisivă pentru alegerea/respingerea unui furnizor. Se creează în acest fel și o presiune

³⁰ HG nr. 928 din 12 septembrie 2012 privind stabilirea condițiilor de introducere pe piață a benzinei și motorinei și de introducere a unui mecanism de monitorizare și reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră.

mai mare asupra companiilor care dețin benzinării pentru respectarea cerințelor legale de calitate, pentru a nu risca eventuala migrație a clienților către alt furnizor ca urmare a unei publicități negative.

- Creșterea ofertei pe piața carburanților

Piața comercializării cu amănuntul de carburanți din România este dominată de companii petroliere, membre ale unor grupuri internaționale cu vastă experiență în acest domeniu (ex: OMV, MOL, Lukoil), dar și cu resurse financiare importante.

Creșterea sau diversificarea ofertei de carburanți ar putea determina reducerea prețurilor acestor produse, acest avantaj fiind în ultimă instanță în folosul consumatorilor. Însă, pentru ca presiunea concurențială asupra companiilor deja active în România să aibă acest efect, este necesară o reacție din partea unor companii cu resurse financiare comparabile.

O soluție în acest sens ar fi reprezentată de intrarea pe piața carburanților a marilor lanțuri de hiper/supermarketuri prezente în România. Această activitate nu ar fi una complet nouă pentru acestea, cu atât mai mult cu cât ele desfășoară deja activități de comercializare a carburanților în alte state europene (ex: Franța³¹, Germania, Regatul Unit³²), având o pondere importantă în cadrul piețelor naționale respective. Mai mult, lanțurile de hipermarketuri dispun deja, într-o formă sau alta, de spațiu suficient pentru amplasarea benzinărilor în imediata vecinătate a magazinelor de desfacere produse alimentare/nealimentare, putând astfel profita de aflusul de clienți care pot deveni, în același timp, și cumpărători ai carburanților comercializați. De asemenea, datorită mărimii lor, aceste întreprinderi dețin și o mai mare putere de cumpărare, având astfel posibilitatea obținerii unor prețuri mai bune la aprovizionarea cu carburanți de la producători. Pe lângă un posibil preț de cumpărare mai mic, alt avantaj pentru consumatori ar fi reprezentat de reducerea costurilor de aprovizionare cu carburanți, aceștia putând alimenta autoturismele odată cu cumpărarea celorlalte produse din oferta hiper/supermarketurilor, fără a fi nevoie de deplasări suplimentare pentru asigurarea necesarului de carburant.

Prin urmare, Consiliul Concurenței încurajează intrarea pe piața carburanților a lanțurilor de hiper/supermarketuri prezente în România. În acest sens, autoritatea de concurență va iniția o serie de discuții cu reprezentanții acestor companii, în vederea identificării aspectelor care îngreunează/împiedică deschiderea de benzinării și, în măsura puterilor conferite de cadrul legal specific/propriu, găsirii de soluții care să faciliteze accesul pe această piață.

De asemenea, Consiliul Concurenței recomandă reducerea perioadei de autorizare a construcției de noi stații de distribuție de carburanți, fapt ce ar conduce la o reducere a costurilor necesare accesului noilor operatori pe piață și ar crește presiunea concurențială asupra companiilor active la un anumit moment dat.

³¹ Lanțurile de hipermarketuri Auchan și Carrefour au o prezență importantă pe piața carburanților din Franța.

³² Primele patru supermarketuri și-au majorat cota de vânzări în Regatul Unit de la 29% în 2004 la 39% în anul 2012.

- Modificarea regimului de autorizare a spațiilor comerciale

Consiliul Concurenței recomandă modificarea regimului de autorizare a construcțiilor, în sensul facilitării construcției de benzinării în perimetrul exterior al marilor centre comerciale deja construite sau care urmează a se construi.

- Eliminarea barierelor la intrarea pe piața carburanților

Pentru a ridica orice construcție, sunt necesare o serie de aprobări/autorizări de la diverse autorități ale administrației publice, centrale sau locale (primării, garda de mediu etc.). În cazul construcției de benzinării, dată fiind natura activității desfășurate în cadrul acestora (manipulare materiale ușor inflamabile, toxice) și posibilele riscuri (ex: de explozie) ce trebuie prevenite, numărul autorizațiilor necesare este mai mare decât cel al construcțiilor uzuale.

Însă, pe lângă autorizațiile amintite, emise fiecare de organele competente într-un domeniu specific, organele administrației publice locale (ex: primării, consilii județene/locale) pot lua hotărâri cu impact asupra modului de folosință a terenurilor aflate în unitățile administrativ-teritoriale respective. Astfel, există riscul excesului de reglementare prin impunerea anumitor restricții de construire, care să îngreuneze sau chiar să împiedice construcția de benzinării într-o anumită zonă/localitate³³ etc.

De aceea, Consiliul Concurenței va demara un proces de consultare cu reprezentanții organelor guvernamentale/prefecturile de județ, în vederea depistării/identificării și a întreprinderii demersurilor legale pentru eliminarea acestora. Prin acest mod, se urmărește favorizarea apariției unor noi benzinării care să stimuleze concurența în acest sector.

- Implementarea programelor de conformare cu legislația în domeniul concurenței

Respectarea legislației în domeniul concurenței trebuie să constituie una dintre prioritățile întreprinderilor active nu doar pe piața carburanților, ci și pe toate celelalte piețe. Efectele negative rezultate din încălcarea regulilor de concurență sunt resimțite de consumatorii finali, prin prețuri mai mari, produse de o calitate mai slabă etc. De asemenea, trebuie avut în vedere și faptul că sancțiunile aplicate pentru încălcările legislației concurenței, descoperite de Consiliul Concurenței, pot afecta semnificativ situația financiară a întreprinderilor vinovate de săvârșirea acestora.

Prin urmare, activitatea de prevenție devine esențială pentru desfășurarea în bune condiții a activității întreprinderilor pe orice piață. În acest sens, Consiliul Concurenței recomandă întreprinderilor implementarea de programe de conformare cu legislația în domeniul concurenței, pentru a putea evita riscurile încălcării reglementărilor legale.

³³ Prin Decizia Consiliului Concurenței nr. 25/2010, a fost constatată încălcarea art. 8 din Legea concurenței de către Consiliul General al Municipiului București, care a decis interzicerea construcției de noi benzinării în zona inelului central al Capitalei, fără a avea însă la bază o analiză/justificare concludentă cu privire necesitatea acestei hotărâri.