

PERSPECTIVE PRIVIND ECONOMIA CONCURENȚEI

UTILIZAREA ECONOMIEI ÎN MATERIA CONFORMĂRII CONCURENȚIALE

DEFINIREA PIEȚEI, PRAGURI DE DOMINANȚĂ ȘI TESTUL CONCURENTULUI LA FEL DE EFICIENT



Conformarea în materie de concurență este, prea des, tratată ca un exercițiu pur juridic. Pentru companiile care operează în proximitatea pragului de dominanță, această abordare poate lăsa zone importante neacoperite. În dreptul concurenței din România, dominanța este prezumată la o cotă de piață de 40%, un prag semnificativ mai redus decât în majoritatea jurisdicțiilor europene. În acest context, diferența dintre o conformare solidă și o expunere reală la riscuri de reglementare poate depinde de precizia analizei economice: modul în care este definită piața relevantă, felul în care sunt calculate cotele de piață și modul în care practicile de preț sunt evaluate în raport cu standardele pe care autoritatea de concurență le-ar aplica în mod efectiv.

Această analiză explorează modul în care utilizarea economiei poate reprezenta dimensiunea lipsă a conformării, de la simulări de definire a pieței până la implementarea testului concurentului la fel de eficient (*as-efficient competitor test* – AEC).

DEFINIREA PIEȚEI RELEVANTE: FUNDAMENTUL ORICĂRUI DEMERS DE CONFORMARE

Piața relevantă, atât în dimensiunea sa de produs, cât și cea geografică, reprezintă cadrul în care se desfășoară orice evaluare a dominanței. Ea determină cine sunt concurenții, cum arată piața în ansamblu și care este cota de piață a firmei. Cu toate acestea, definirea pieței este departe de a fi un exercițiu mecanic. Ea presupune aplicarea structurată a principiilor economice, în special testul monopolistului ipotetic (SSNIP), completat de dovezi privind substituibilitatea pe partea cererii și a ofertei, corelații de preț și analiza fluxurilor comerciale.

Din perspectiva conformării, valoarea reală a simulărilor de definire a pieței constă în anticiparea modului în care o autoritate de concurență ar delimita piața. Metodologia trebuie să reproducă, pe cât posibil, pașii analitici pe care Consiliul Concurenței sau Comisia Europeană i-ar urma într-o investigație formală. Nu este vorba despre anticiparea cu certitudine a unui rezultat (definirea pieței implică inevitabil un grad de judecată) ci despre identificarea intervalului de

definiții plauzibile și calcularea cotei de piață pentru fiecare dintre acestea.

Experiența arată că diferența dintre o cotă de 35% și una de 45% depinde adesea de includerea sau excluderea unei singure categorii de produse sau a unei zone geografice. În România, această diferență poate marca linia de demarcație dintre o firmă care operează cu libertate comercială deplină și una care poartă responsabilitățile speciale ale unei întreprinderi dominante.

PRAGUL DE 40%: O PARTICULARITATE A CADRULUI ROMÂNESC

Articolul 6 din Legea concurenței instituie o prezumție relativă de dominanță la o cotă de piață de 40%, un prag semnificativ mai scăzut decât nivelurile avute în vedere, în mod obișnuit, în practica Uniunii Europene, unde orientările Comisiei sugerează că dominanța este puțin probabilă sub 40%, dar este, în general, constatată peste 50%. Consecința practică este că firmele din România operează într-un mediu de conformare asimetric: zona de incertitudine în care dominanța poate fi reținută începe mai devreme și acoperă o gamă mai largă de poziții de piață decât în majoritatea altor jurisdicții.

Acest prag mai redus transformă definirea pieței dintr-un exercițiu teoretic într-o necesitate operațională. O firmă care își estimează cota la 38% pe baza segmentării comerciale proprii poate descoperi că, odată ce piața este definită conform metodologiei autorității de concurență, cota sa depășește confortabil 40%. Presumpția, deși relativă, schimbă sarcina probei: firma trebuie să demonstreze că, în pofida cotei de piață, nu are capacitatea de a acționa independent de concurenți, clienți și consumatori. În practică, răsturnarea acestei prezumții necesită exact tipul de dovezi economice (privind barierele la intrare, puterea de negociere a cumpărătorilor, constrângerile de capacitate și dinamica concurențială) care ar trebui, ideal, colectate proactiv în cadrul programului de conformare.

Este relevant că alte jurisdicții cu praguri similare, precum Germania (care utilizează, de asemenea, pragul de 40%), au dezvoltat practici mai mature de evaluare a dominanței în contextul conformării. În Franța, unde nu există un prag fix și analiza este integral bazată pe efecte, firmele se confruntă cu un alt tip de incertitudine. Cadrul românesc se situează între aceste două modele: un prag numeric clar, dar care necesită sofisticare economică pentru a fi interpretat corect.

CAPCANA AUTOEVALUĂRII: LOGICA DE BUSINESS NU ESTE LOGICA AUTORITĂȚII

Una dintre cele mai frecvente și, în același timp, cele mai consecvente erori în materia conformării concurențiale este presupunerea că modul în care o firmă își înțelege propria poziție concurențială reprezintă un substitut adecvat pentru analiza pe care o autoritate de concurență ar realiza-o. Această presupunere este, aproape întotdeauna, incompletă – și în moduri previzibile.

Echipele comerciale definesc în mod natural piețele în funcție de strategia concurențială: împotriva cui concurează pentru bugetele clienților, ce produse monitorizează și ce arii geografice acoperă. Această „logică de business” este esențială pentru strategie, dar diferă sistematic de cadrul analitic utilizat de autorități. Acestea definesc piețele pe baza substituibilității, în special în funcție de reacția consumatorilor la o creștere mică, dar semnificativă a prețului. Logica monopolistului ipotetic conduce adesea la definiții de piață diferite de cele comerciale, fie mai restrânse, fie mai largi.

Această diferență produce consecințe concrete. Un operator telecom care se percepe ca activând pe o piață largă de telecomunicații poate descoperi că autoritatea definește piețe separate pentru internet fix, telefonie mobilă și servicii de date pentru companii, fiecare cu o structură concurențială distinctă.

Definirea pieței relevante: de la simulare la conformitate



Invers, un producător care își segmentează produsele pe categorii de calitate poate constata că autoritatea tratează toate aceste segmente ca aparținând aceleiași piețe relevante. Ideea centrală nu este că una dintre abordări este „corectă”, ci că ele răspund unor întrebări fundamentale diferite.

Conformarea eficientă presupune reconcilierea acestor perspective. Analiza economică trebuie să reproducă, pe cât posibil, metodologia autorităților, utilizând practica decizională relevantă, Comunicarea Comisiei privind definirea pieței și tehnici cantitative consacrate. Și nu este un exercițiu singular. Piețele evoluează, iar ceea ce era o definiție plauzibilă acum doi ani poate să nu mai fie valabilă astăzi. Actualizarea periodică a simulărilor de piață, corelată cu schimbările relevante din piață, este o componentă esențială a unui program de conformare robust.

IMPLEMENTAREA TESTULUI AEC: CONFORMAREA ÎN MATERIE DE PREȚURI CU RIGOARE ECONOMICĂ

Odată ce o firmă se identifică drept potențial dominantă sau, într-o abordare mai prudentă, ca operând în zona în care dominanța este plauzibilă, întrebarea se mută de la „suntem dominanți?” la „pot fi apărute practicile noastre?”. Testul concurentului la fel de eficient (AEC) oferă, probabil, cel mai robust cadru economic pentru a răspunde la această întrebare.

Testul urmărește să stabilească dacă un concurent la fel de eficient precum firma dominantă (adică unul care reproduce structura sa de costuri) ar putea să egaleze în mod profitabil nivelul prețurilor practicate de dominantă. Dacă răspunsul este negativ, politica de prețuri poate avea ca efect excluderea unor concurenți la fel de eficienți și poate constitui un abuz de poziție dominantă în

accepțiunea autorității de concurență. Eleganța testului constă în obiectivitatea sa: acesta se bazează pe costurile proprii ale firmei dominante, nu pe cele ale unor concurenți efectivi, evitând astfel situația paradoxală în care ar fi protejați competitori mai puțin eficienți în detrimentul bunăstării consumatorilor.

ANALIZA COSTURILOR: SELECTAREA STANDARDULUI POTRIVIT

Prima etapă presupune identificarea standardului de cost relevant. În analiza prețurilor predatorii, cadrul dezvoltat în jurisprudența AKZO și Post Danmark distinge între costul mediu evitabil (average avoidable cost – AAC) și costul total mediu (average total cost – ATC), în timp ce costul incremental mediu pe termen lung (long-run average incremental cost – LRAIC) este utilizat din ce în ce mai frecvent atât de Comisia Europeană, cât și de autoritățile naționale.

Alegerea standardului de cost nu este o chestiune pur tehnică; ea determină delimitarea dintre prețurile prezumate a fi legale, cele aflate într-o zonă intermediară care necesită analiză suplimentară și cele care pot genera o prezumție de comportament abuziv.

PARTEA CONTESTABILĂ A PIEȚEI ȘI EFECTUL DE SUCCȚIUNE

A treia etapă transpune analiza în orientări operaționale concrete. Practicarea unor prețuri sub nivelul costului mediu evitabil (AAC) generează, de regulă, o prezumție puternică de prețuri predatorii; în timp ce prețurile situate între AAC și costul total mediu (ATC) necesită dovezi suplimentare privind existența unei intenții sau strategii de excludere; iar prețurile peste ATC sunt, în general, considerate conforme, deși pot ridica probleme în contexte

precum *margin squeeze* sau scheme de rabaturi condiționate, unde analiza relevantă vizează prețul incremental al produsului legat.

Pentru un program de conformare, valoarea acestor repere constă în transformarea lor în instrumente operaționale clare: niveluri minime de preț corelate cu reperatele de cost, zone de siguranță (*safe harbour*) în care politica de prețuri poate fi apărată, precum și mecanisme de monitorizare care semnalează apropierea de zona de risc. Obiectivul nu este eliminarea flexibilității comerciale, ci asigurarea faptului că deciziile de preț sunt adoptate în deplină cunoștință a implicațiilor lor din perspectivă de reglementare.

ECONOMIA ȘI DREPTUL:

COMPLEMENTARITATE, NU SUBSTITUȚIE

Relația dintre analiza juridică și cea economică în materia conformării concurențiale este una de complementaritate, nu de substituție, iar acest lucru merită explicat. Analiza juridică identifică norma aplicabilă, stabilește tipologia potențialului abuz și definește standardul probator. Analiza economică furnizează instrumentele cantitative necesare pentru a evalua dacă un anumit comportament îndeplinește aceste criterii. Niciuna nu este suficientă în mod autonom, iar încercările de a o substitui pe una cu cealaltă conduc, de regulă, fie la concluzii imprecise, fie la analize deconectate de realitatea instituțională.

Diferența devine evidentă în practică. O evaluare juridică potrivit căreia o anumită politică de preț „ar putea” constitui prețuri predatorii are o utilitate operațională limitată pentru un director comercial care trebuie să stabilească prețurile pentru trimestrul următor. Analiza economică transformă această incertitudine juridică în orientări concrete: praguri minime de preț, zone de siguranță și mecanisme de monitorizare. În sens invers, o

analiză economică care indică prețuri sub nivelul costurilor are o utilitate limitată în absența cadrului juridic care stabilește dacă există justificări obiective sau apărări bazate pe eficiență și ce tip de probatoriu ar fi necesar.

Din experiența noastră în lucrul cu întreprinderi active în piețe în care dominanța este plauzibilă, cele mai eficiente programe de conformare sunt cele care integrează analiza economică în arhitectura de conformare încă de la început, nu ca reacție punctuală la o investigație, ci ca o capacitate permanentă. Simulările periodice de definire a pieței, actualizarea constantă a benchmarking-ului de costuri și monitorizarea continuă prin testul AEC creează o infrastructură de conformare care este, în același timp, proactivă și robustă. Atunci când apare o investigație, firma nu este pusă în situația de a-și reconstrui poziția de piață din date fragmentare, ci dispune deja de o analiză documentată, solidă metodologic, formulată în termenii pe care autoritățile de concurență îi utilizează și îi înțeleg.

Integrarea analizei economice în compliance-ul de concurență nu este un lux. Pentru orice firmă care operează în proximitatea pragului de dominanță, aceasta poate deveni o necesitate. Marja de eroare este redusă, iar dependența de intuiția comercială poate deveni costisitoare exact atunci când nu mai există spațiu pentru corecții. Instrumentele analitice există și sunt bine înțelese. Ceea ce este necesar este angajamentul instituțional de a le utiliza cu aceeași rigoare și regularitate pe care companiile o aplică deja în raportarea financiară sau în conformarea cu alte reglementări.

Disclaimer

Opiniile exprimate în această publicație aparțin autorului și nu reflectă în mod necesar poziția Intuitive Economics ca organizație. Materialul este furnizat exclusiv în scop informativ și educațional și nu constituie consultanță juridică și nici nu reprezintă o interpretare oficială a modului în care Consiliul Concurenței din România, Comisia Europeană, instanțele naționale sau orice altă autoritate interpretează sau aplică legislația în materie de concurență ori alte acte normative conexe. Analiza reflectă judecata profesională a autorului în domeniul economiei concurenței și nu trebuie utilizată ca substitut pentru consultanță juridică sau de reglementare specifică, adaptată circumstanțelor individuale. Cititorii care iau în considerare măsuri de conformare sau care sunt implicați în proceduri de reglementare sunt încurajați să solicite consiliere profesională independentă.



Email: office@ieconomics.ro



Web: ieconomics.ro



Adresa: Sun Offices, Calea Vacărești 391, Etajul 3, Biroul 318, București, România