

Orange va contesta amenda de la Consiliul Concurenței

Orange România sustine ca a fost sanctionata de Consiliul Concurenței pentru ca a stopat practicile înșelătoare ale unui furnizor de servicii și anunța ca va contesta amenda prin toate mijloacele legale, potrivit unui răspuns transmis de operatorul telecom, la solicitarea AGERPRES.

"Orange România a fost sanctionata de către Consiliul Concurenței pentru reacția legitimă și justificată de a stopa practicile comerciale înșelătoare ale unui furnizor de servicii. Reamintim că demersurile de stopare a comportamentelor frauduloase reprezintă o practică recomandată și aplicată în România și la nivel european", spun reprezentanții companiei.

Potrivit acestora, Orange va folosi toate mijloacele legale pentru a contesta această sancțiune.

"Respectul pentru client și lege sunt principii fundamentale ale activității Orange. Suntem hotărâți să ne protejăm în mod legal clienții ori de câte ori interesele acestora vor fi afectate. Orange va folosi toate mijloacele legale pentru a contesta această sancțiune", se mai arată în răspunsul remis AGERPRES.

Consiliul Concurenței a anunțat, marți, că a sancționat Orange România cu o amendă în valoare de 64,9 milioane de lei (aproximativ 14 milioane de euro) pentru abuz de poziție dominantă, potrivit unui comunicat al instituției.

Autoritatea de concurență a constatat că, în perioada 2011 - 2015, operatorul de telefonie a limitat accesul companiei Simplus Invest SRL la rețeaua sa de telefonie mobilă, blocându-i activitatea de transmitere a mesajelor comerciale către/de către clienții Orange.

Simplus Invest SRL este un integrator, adică o companie care intermediază transmiterea de mesaje comerciale prin numere scurte între anumite companii beneficiare și clienții operatorilor de telefonie mobilă. Pentru a-și desfășura activitatea, integratorii încheie contracte cu clienți (companii care vor să transmită mesaje comerciale) și cu toți operatorii de telefonie mobilă, care le aloca numere scurte.

Mesajele comerciale au ca obiect atât transmiterea de mesaje publicitare (de exemplu: sunt puse la dispoziția clienților informații referitoare la produse sau servicii sau se facilitează participarea la campanii promotionale), cât și efectuarea de plăți (de exemplu: descărcare jocuri, televoting, plată parcare, donații etc.).

Accesul la rețeaua Orange este indispensabil pentru integratori în vederea comercializării propriilor produse, întrucât Orange deține cel mai mare număr de utilizatori pe piața de telefonie mobilă, iar beneficiarii doresc să aibă acces la toți acești utilizatori.

În cadrul investigației, Autoritatea de Concurență a constatat mai multe fapte ale Orange prin care a limitat accesul Simplus la rețeaua sa, cum ar fi: refuzul de a deschide noi servicii comerciale prin alocarea unor noi numere scurte, respectiv închiderea anumitor numere scurte.

"Companiile mari, care dețin poziții dominante, trebuie să aibă un comportament nediscriminatoriu față de partenerii lor și să creeze proceduri clare, transparente și rezonabile pentru situațiile ce justifică o limitare a accesului la rețeaua sa", a declarat președintele Consiliului Concurenței, Bogdan Chiritoiu.

În perioada 2012 - 2013, Simplus era principalul jucător din România pe piața de intermediere de transmitere de mesaje comerciale prin numere scurte. Acțiunile Orange au diminuat în mod semnificativ capacitatea acestui integrator de a concura pe piață, cifra de afaceri a Simplus diminuându-se în perioada 2012 - 2015 de aproximativ cinci ori.

Autoritatea de Concurență va informa Autoritatea Națională pentru Administrare și Reglementare în Comunicatii (ANCOM) cu privire la disfuncționalitățile identificate în cadrul investigației pe piața analizată, în vederea analizei oportunității impunerii de măsuri în acest domeniu de activitate.

"Reamintim că Autoritatea de Concurență a derulat mai multe acțiuni pe piața telecomunicațiilor, ceea ce a dus la o piață concurențială oferind produse și servicii la preturi rezonabile și un grad mare de penetrare în rândul populației", se mai arată în comunicat.

Astfel, Consiliul Concurenței a sancționat, în 2011, companiile Orange, cu 34,8 milioane euro, și Vodafone, cu 28,3 milioane euro, pentru abuz de poziție dominantă. Cele două companii au contestat sancțiunile, în cazul Orange instanța supremă menținând decizia Consiliului Concurenței, iar cazul Vodafone se afla încă pe rol.

Consiliul Concurenței a mai derulat două investigații pe piața comercializării produselor preplătite de telefonie mobilă privind fixarea prețului de revânzare, împartire a pieței și instituirea unor obligații de neconcurență între trei operatori de telefonie mobilă (Orange, Vodafone, Cosmote) și distribuitorii acestora. În urma implementării angajamentelor asumate de companiile implicate, au fost elaborate criterii transparente și nediscriminatorii pentru selecția distribuitorilor și sub-distribuitorilor, restabilindu-se mediului concurențial.

De asemenea, o influență majoră în vederea îmbunătățirii climatului concurențial a avut-o implementarea angajamentelor de nediscriminare internă pe care și le-au asumat principalii operatori mobili (Orange, Vodafone, Telekom și RCS&RDS) în cadrul investigației derulate de Consiliul Concurenței privind serviciul de terminare a apelurilor la punctele mobile ale rețelelor de comunicații electronice operate de fiecare dintre aceste companii.

Consiliul Concurenței monitorizează atent piețele de comunicații electronice, urmărind nu numai evoluția și comportamentul operatorilor de pe piață, ci și cadrul legal, în strânsă cooperare cu ANCOM, autoritatea de reglementare. Astfel, propunerile Autorității de Concurență în 2012, în contextul licitației de spectru pentru alocarea frecvențelor în benzile de 800, 900, 1800 și 2600 MHz, au condus la o îmbunătățire a concurenței pe această piață, în special prin creșterea numărului de operatori (de la trei la patru).

Tot în gama aspectelor benefice unui mediu concurențial, din datele statistice, rezultă o creștere a numărului de portari, ceea ce indică sensibilitatea obiceiului de consum al clienților de servicii mobile (aspect relevant și pentru serviciile de telefonie la punct fix), atât la factorul preț, cât și la calitatea și diversitatea serviciilor.

Intervențiile Consiliului Concurenței pe piața telecomunicațiilor, în 20 de ani de activitate, au generat consumatorilor economii de aproximativ 575 de milioane de euro, arată studiul privind impactul politicii de concurență, realizat de Academia de Studii Economice din București (ASE).