

# Introducere în PIATA DE ENERGIE ELECTRICA

Metodologie de  
monitorizare a  
pieței cu  
amănuntul de  
energie electrica



---

---

---

---

---

---

---

---

## Scop

Stabilirea metodelor de supraveghere și evaluare a funcționării pieței cu amănuntul de energie electrică din România în vederea aprecierii nivelului de concurență și transparență pe piață, a gradului de dezvoltare a acesteia pentru prevenirea și / sau descurajarea practicilor anticoncurențiale și a celor care pot prejudicia siguranța în alimentare a consumatorilor.

**Prevenirea abuzului de poziție dominantă.**

---

---

---

---

---

---

---

---

## Obiective

- a) urmărirea respectării reglementărilor emise de ANRE cu privire la organizarea și funcționarea pieței cu amănuntul de energie electrică;
- b) supravegherea comportamentului furnizorilor pe piața cu amănuntul de energie electrică;
- c) evaluarea periodică a performanțelor, a nivelului de eficiență și concurență al pieței cu amănuntul de energie electrică;

---

---

---

---

---

---

---

---

## Obiective

- d) identificarea unor elemente care conduc la scăderea eficienței pieței cu amănuntul de energie electrică și luarea măsurilor necesare pentru remedierea acestora;
- e) creșterea nivelului de transparență pe piața cu amănuntul, cu efect direct asupra îmbunătățirii mediului concurențial;

---

---

---

---

---

---

---

---

## Obiective

- f) publicarea informațiilor cu privire la modul de reglementare, funcționare și interacțiune a piețelor de energie electrică, precum și a performanțelor activității prestate de către furnizori în scopul informării și protejării consumatorilor.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Definiții

### *Abuz de poziție dominantă*

acțiunea anticoncurențială a unui participant la o piață determinată deținând o poziție dominantă pe piața respectivă.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Definiții

### *Comportament de piață anormal*

comportamentul anormal poate fi caracterizat de următoarele aspecte, fără a se limita însă la acestea:  
— diferențele de preț practicate de către un furnizor, la același moment și în cadrul aceleiași categorii de consumatori, dintre un consumator potențial și altul existent, luând în considerare întreg contextul negocierii; — neadaptarea prețurilor din ofertele-tip practicate la consumatorii și costurile de achiziție ale energiei (inclusiv costurile de rețea).

---

---

---

---

---

---

---

---

## Definiții

### *Comportament de piață inadecvat*

comportamentul care se abate de la reglementările ANRE și de la procedurile conexe, putând avea un efect negativ asupra eficienței pieței în ansamblul ei.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Definiții

### *Cota de piață a unui furnizor pe piața cu amănuntul de energie electrică*

cota reprezentată de vânzările unui furnizor din totalul vânzărilor pe piața cu amănuntul

---

---

---

---

---

---

---

---

## Definiii

### *Poziție dominantă*

situația în care un operator economic este capabil, într-o măsură apreciabilă, să se comporte independent față de concurenții și de clienții săi de pe piața relevantă.

În literatura de specialitate se utilizează și termenul de putere de piață, cu o semnificație foarte apropiată.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Responsabilitatea supravegherii

Pentru aprecierea nivelului de eficiență, concurență și transparență pe PAM sunt necesare supravegherea și evaluarea continuă a:

- a) **modului de aplicare și respectare a regulilor de piață de către furnizori;**
- b) **eficacității ansamblului de reglementări și reguli de piață corespunzătoare PAM;**
- c) **comportamentului furnizorilor la PAM.**

---

---

---

---

---

---

---

---

## Premise

Nivelul concurenței pe piața națională de energie electrică poate fi apreciat prin intermediul unui set de indicatori transparenți, relevanți, implementați gradual.

Alegerea setului de indicatori trebuie să respecte tendințele pe plan european și internațional, reflectați de reglementările în vigoare la nivelul Uniunii Europene și de reglementările similare de pe alte piețe de energie electrică aflate într-un stadiu avansat de liberalizare.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Componente ale PAM

- piața consumatorilor casnici (analiză comparativă pe regiuni geografice și categorii sociale);
- piața consumatorilor necasnici alimentați în regim reglementat (analiză comparativă pe categorii de consumatori și pe regiuni geografice);
- piața consumatorilor necasnici alimentați în regim concurențial (analiză comparativă pe categorii de consumatori și pe regiuni geografice).

---

---

---

---

---

---

---

---

## Indicatori de structură și concentrare a pieței

Concentrarea unei piețe este determinată de numărul de participanți existenți pe piață și de cotele de piață ale acestora pe piața respectivă.

Indicatorii din această categorie au rolul de a detecta/aprecia posibilitatea exercitării puterii de piață, pornind de la premisa că un grad mare de concentrare a pieței constituie un mediu prielnic pentru exercitarea abuzivă a puterii de piață.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rata de concentrare a pieței

- C1 — cota de piață a celui mai mare furnizor participant la piață (exprimată în procente);
- C3 — suma cotelor de piață ale primilor 3 furnizori participanți.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Coefficientul C1

- a) valori mai mari de 20% pot fi îngrijorătoare pentru concurență;
- b) o valoare a  $C1 > 40\%$  poate sugera existența unei poziții dominante pe piață;
- c) o valoare a  $C1 > 50\%$  este interpretată aproape unanim ca indicând o poziție dominantă pe piață.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Coefficientul C3

- a)  $C3$  tinde la 0% — concurență perfectă;
- b)  $40\% < C3 < 70\%$  — piață moderat concentrată;
- c)  $70\% < C3 < 100\%$  — piață excesiv concentrată.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Indicatorul Herfindahl- Hirschman (HHI)

Pentru PAM/componentele PAM, indicele HHI se calculează prin însumarea pătratelor cotelor de piață ale furnizorilor de pe piața respectivă:

$$HHI(i) = \sum_{j=1}^n [Q_j(i)]^2,$$

$j$  = furnizor;  $Q_j(i)$  = cota de piață a furnizorului  $j$ , în intervalul de timp  $i$ , exprimată în procente.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Indicele HHI

- a) HHI tinde la 0 — concurență perfectă;
- b)  $HHI < 1.000$  — piață neconcentrată;
- c)  $1.000 < HHI < 1.800$  — piață moderat concentrată;
- d)  $HH > 1.800$  — piață cu concentrare ridicată;
- e)  $HHI = 10.000$  — monopol.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Indicatori urmăriti

| Nr. crt | Indicatorul  | Intervalul de procesare | Tipul de Valori |
|---------|--|-------------------------|-----------------|
| 1.      | Cota de piață a fiecărui furnizor (tipul de consum, categoriile de consumatori, tipul prețului)      | lunar/anual             | lunare/anuale   |
| 2.      | Cota de piață a furnizorilor implicați (tipul de consum, categoriile de consumatori, tipul prețului) | lunar/anual             | lunare/anuale   |
| 3.      | HHI (tipuri de consum, categoriile de consumatori, tipul prețului)                                   | lunar/anual             | lunare/anuale   |
| 4.      | C1.C3 (tipuri de consum, categoriile de consumatori, tipul prețului)                                 | lunar/anual             | lunare/anuale   |

---

---

---

---

---

---

---

---

## Indicatori de eficiență și performanța pieței și factorii care îi influențează

Indicatorii din această categorie au rolul de a aprecia efectele concurenței asupra pieței, reflectate în principal în nivelul prețurilor rezultate, în rata de schimbare a furnizorului de către consumatorii finali, în gradul real de deschidere a pieței, precum și în eliminarea barierelor de intrare a unor noi furnizori pe piață.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rata de schimbare a furnizorului

Rata de schimbare a furnizorului de către consumatori reprezintă un indicator ce oferă imaginea finală asupra gradului de concurență pe întreg ansamblul pieței de energie electrică (piața angro + piața cu amănuntul), deoarece vânzarea la consumatorul final încheie lanțul tranzacțiilor cu energie.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rata de schimbare a furnizorului

### *Rata de schimbare brută*

se determină pe baza numărului de consumatori care au schimbat furnizorul cel puțin o dată (inclusiv consumatorii care optează pentru furnizorii implicați);

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rata de schimbare a furnizorului

### *Rata de schimbare netă (transfer între furnizori)*

Se determină pe baza numărului de consumatori care au schimbat furnizorul cel puțin o dată (exclusiv consumatorii care optează pentru furnizorii implicați); înainte de a trage o concluzie clară privind nivelul concurenței pe PAM, se impune înregistrarea evoluției acestui indicator o perioadă de 12 luni;

---

---

---

---

---

---

---

---



## Rata de schimbare a furnizorului

### *Rata de schimbare multiplă brută*

Se determină pe baza numărului de consumatori care au schimbat furnizorul de mai multe ori (cel puțin de două ori) (inclusiv consumatorii care preferă furnizorii implicați);

---

---

---

---

---

---

---

---

## Rata de schimbare a furnizorului

### *Rata de schimbare multiplă netă*

Se determină pe baza numărului de consumatori care au schimbat furnizorul de mai multe ori (cel puțin de două ori) (exclusiv consumatorii care optează pentru furnizorii implicați).

---

---

---

---

---

---

---

---

## Monitorizarea furnizorilor implicați

### *Numărul de consumatori care renunță la furnizorul implicat (pierderile furnizorului implicat)*

numărul consumatorilor care pleacă de la furnizorul implicat desemnat să deservescă zona geografică a respectivilor consumatori; cantitatea de energie dislocată furnizorului implicat de către acești consumatori, asociată cu numărul lor, oferă o imagine mai clară asupra gradului de competitivitate al pieței;

---

---

---

---

---

---

---

---

## Monitorizarea furnizorilor impliciti

### *Numărul de consumatori care aleg furnizorul implicit (câștigurile furnizorului implicit)*

numărul consumatorilor care optează pentru furnizorul implicit desemnat să deservească zona geografică a respectivilor consumatori

---

---

---

---

---

---

---

---

## Monitorizarea furnizorilor impliciti

### *Numărul consumatorilor care nu au schimbat niciodată furnizorul implicit*

### *Cota numărului de consumatori care au prețuri reglementate*

în piețele în care coexistă prețuri reglementate cu cele concurențiale s-a observat faptul că mai mult de 80% dintre consumatori sunt alimentați la prețuri reglementate, ceea ce indică o concurență redusă;

---

---

---

---

---

---

---

---

## Monitorizarea furnizorilor impliciti

### *Prețuri introductive/preliminare*

pentru a identifica eventualele strategii de prețuri practicate, în segmentul concurențial al PAM, de furnizorii impliciti, în vederea atragerii consumatorilor este utilă compararea prețului inițial oferit consumatorului cu cel practicat după terminarea primei perioade de contractare.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Gradul real de deschidere a pieței cu amănuntul

Gradul real de deschidere a pieței, atât pentru consumatorii necasnici, cât și pentru cei casnici, se poate determina astfel:

- a) ponderea volumelor de energie electrică furnizate în regim concurențial în consumul final total; și/sau
- b) ponderea numărului locurilor de consum pentru care prețurile au fost stabilite concurențial în totalul locurilor de consum.

---

---

---

---

---

---

---

---

## Bariere de intrare a unor noi furnizori pe PAM

- a) existența unor categorii de consumatori cărora li se aplică tarife reglementate, altele decât categoria consumatorilor vulnerabili;
- b) încadrarea incorectă a unor consumatori în categoria celor vulnerabili;
- c) necorelarea nivelurilor tarifelor reglementate cu cele obținute pe piața angro în condiții de concurență și transparență;
- d) numărul limitat al furnizorilor pe piață;

---

---

---

---

---

---

---

---

## Bariere de intrare a unor noi furnizori pe PAM

- e) strategiile de prețuri practicate de către furnizorii implicați (exercitarea puterii de piață);
- f) absența concurenței prin lipsa motivării consumatorilor de a schimba furnizorul;
- g) complexitatea și lipsa de transparență a procesului de schimbare a furnizorului;
- h) costurile implicate de schimbarea furnizorului;
- i) favorizarea furnizorilor implicați de către operatorii de distribuție care deservește aceeași zonă geografică (acordarea accesului preferențial la informații despre consumatori).

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---