



□ □ □ [Cosmote](#) , numărul trei pe piața locală de telefonie mobilă, care are în spate gigantul german Deutsche Tele-kom, a lansat discret pe data de 9 decembrie a anului trecut „oferta fără obligativitate contractuală”, prin care clienții pot contracta unul dintre cele patru abonamente din gama „Free” fără a se obliga la o perioadă minimă în care să plătească o sumă fixă lunară de unu sau doi ani - premieră pentru piața locală.

[WikiZF: Profilul companiei Cosmote](#) „Clientul poate renunța în orice moment la abonamentul fără obligativitate contractuală. În acest sens, utilizatorul va depune o cerere de reziliere în orice magazin Cosmote, aceasta urmând să fie procesată în termen de cel mult 30 de zile de la data înregistrării ei”, au precizat pentru ZF reprezentanții Cosmote.

Niciun operator de pe piața locală de telefonie mobilă, nici măcar „rebelii” de la RCS&RDS, nu au în ofertă niciun abonament care să aibă o perioadă minimă obligatorie a contractului mai mică de 12 luni - clienților nemulțumiți de această propunere rămânându-le doar alternativa cartelelor preplătite, care au însă inconvenientul de a veni la pachet nu doar cu libertate, ci și, în general, cu o dificultate mai mare în a accesa serviciile de relații cu clienții și de suport, și cu o ofertă comercială nu la fel de extinsă.

La jumătatea anului trecut pe piață existau 6,3 milioane de abonamente contractate de persoane fizice și 3 milioane de abonamente cumpărate de firme. Pe de altă parte, pe piață erau și peste 13 milioane de cartele preplătite de telefonie mobilă. Anual, românii cheltuie circa 2 mld. euro pe telefonie mobilă.

De ce a lansat Cosmote o asemenea ofertă? „Pentru a pune la dispoziția clienților posibilitatea de a experimenta serviciile de abonament în rețeaua noastră, fără obligația de a-l păstra pentru o perioadă minimă contractuală”, sună răspunsul oficial al companiei.

Oferta răspunde unei nemulțumiri a clienților, spune pe de altă parte Adrian Cio-banu, fost om de vânzări la Vodafone și care acum are propria companie - Reimens Group, care oferă firmelor consultanță în reducerea costurilor cu serviciile de comunicații.

„Acest tip de ofertă vine în întâmpinarea clienților care ani de-a rândul au fost nemulțumiți de faptul că sunt legați de operatori printr-un contract și care nu au beneficiat de echipamente subvenționate. Aceste situații încă sunt prezente în piață și sunt generatoare de nemulțumiri din partea acestora”, a spus Ciobanu pentru ZF.

Valentin Mircea, fost vicepreședinte al Consiliului Concurenței, acum senior partener al casei de

avocatură Mircea și Asociații, nu vede ceva „spectaculos” în ofertă, însă crede că aceasta poate fi semnul unei relansări a concurenței de pe piață. „Este vorba, în realitate, de o ofertă de fidelizare adresată mai ales celor care migrează la Cosmote și celor care trec de la cartelă la abonament (care presupune o legătură mai puternică cu rețeaua), dar care se axează pe stimulente financiare, nu neapărat pe obligații. Oferta ar putea fi însă un prim semn al relansării concurenței pe piața de comunicații mobile din România, cu puțin timp înainte de reducerea finală a tarifelor de terminare a apelurilor în propriile rețele și de intrarea în vigoare a noilor licențe de utilizare a spectrului radio”, a spus Mircea pentru ZF.

E posibil ca și Orange și Vodafone să intre în joc

O analiză a ofertei Cosmote arată că operatorul nu a avut în plan să provoace un cutremur pe piață și să dărâme dintr-o lovitură una din cele mai apărute practici din industrie: clienții care achiziționează un abonament “fără obligații” pot renunța rapid la el - e adevărat, însă nu plătesc un tarif mai mic decât clienții care semnează un abonament “clasic” și iau și un telefon subvenționat. Este adevărat, un procent de 20% din fiecare factură lunară plătită de clientul “fără obligații” este calculat în fiecare lună, iar suma rezultată se adună lună de lună și poate fi utilizată pentru a reduce valoarea plătită de un client pe telefonul achiziționat împreună cu ... un abonament “clasic”, cu perioadă minimă obligatorie.

Este însă oferta Cosmote capabilă să se rostogolească precum un bulgăre de zăpadă și să devină vizibilă pe piață, atrăgând în acest “joc” și rivali precum Orange sau Vodafone? “În mod sigur, atât Orange cât și Vodafone vor adopta această formulă în următoarele 10- 12 luni și probabil că vor oferi această facilitate doar acelor clienți care o vor solicita la expirarea contractului, dacă nu vor achiziționa telefoane subvenționate”, crede Adrian Ciobanu.

“Acțiunea Cosmote este însă o provocare și este posibil ca al treilea operator să încerce în perioada următoare să atragă, pe de o parte, utilizatori ai Orange și Vodafone, așa cum s-a mai întâmplat în trecut, și, pe de altă parte, să pareze efectele unor oferte similare din partea Digi Mobil, din a doua jumătate a lui 2014. Vor urma probabil și alte mișcări de acest gen și nu este exclus să ajungem din nou la un <>, similar celui provocat de ofertele cu mii de minute tot ale Cosmote din 2010-2011”, spune Valentin Mircea.

“O revoluție ar fi dacă operatorii nu ar mai subvenționa telefoanele”

Va atrage Cosmote clienți pentru acest tip de ofertă? “Avem deja o baza de clienți care au optat pentru această ofertă și, fiind singurul operator de pe piața autohtonă care a lansat un astfel de produs, ne propunem să atragem cât mai mulți în continuare”, afirmă oficialii Cosmote.

Pe de altă parte, Adrian Ciobanu estimează că impactul nu va fi unul spectaculos la nivelul bazei de clienți a Cosmote. “Nu cred că impactul va fi resimțit imediat în migrarea clienților către Cosmote în primele 6 luni și nici nu cred că numărul celor care migrează va fi semnificativ. (...). Pe de alta parte, achiziția echipamentelor de telecomunicații va aduce clienții în zona contractelor cu taxă de reziliere (a se înțelege, restituirea investiției făcute de operator în echipamente)”, potrivit lui Ciobanu.

“Este clar că pentru operatorii de telefonie mobilă fidelizarea clienților - și nu extinderea rapidă a rețelei 4G, de exemplu - este adevărata prioritate pentru 2014 și fiecare încearcă și va încerca cum poate să obțină acest rezultat”, spune pe de altă parte Valentin Mircea. El adaugă că ar fi nevoie de gesturi mai îndrăznețe din partea operatorilor pentru a califica o ofertă drept spectaculoasă. “Am asista la un moment cu adevărat revoluționar dacă operatorii nu ar mai subvenționa achiziția de terminale. Acest lucru <>, într-adevăr abonații în rețea, deși este un mecanism costisitor pentru operatori și este o sabie cu <>.

Articol publicat în ediția tipărită a Ziarului Financiar din data de 21.01.2014