

**PROGRAM DE CONFORMARE CU REGULILE DE CONCURENȚA
- GHID INFORMATIV DE PREZENTARE -**

Cuprins:

Preambul

Capitolul I. Cadrul legal.

1. **Obiectivele regulilor de concurență.**
2. **Practici anticoncurențiale.**
3. **Sanctiuni.**
4. **Autoritatea administrativă competentă.**

Capitolul II. Tipuri de practici anticoncurențiale.

1. **Intelegerile verticale.**
2. **Intelegerile orizontale.**
3. **Abuzul de poziție dominantă.**

Capitolul III. Concluzii

1. **Principii**
2. **Intelegeri și practici interzise**
3. **Intelegeri și practici cu risc**
4. **Responsabilitate**



Preambul

Prezentul Ghid are drept scop stabilirea și implementarea la nivelul Societății a programului de conformare cu regulile de concurență.

În acest sens, Ghidul urmărește să explice principiile și regulile de bază ale normelor de concurență naționale și comunitare, modul în care acestea pot influența luarea deciziilor comerciale, precum și riscurile pe care le implică nerespectarea regulilor de concurență.

Prezentul Ghid nu acoperă toate situațiile de fapt și circumstanțele ce pot fi regăsite la nivelul Societății ori al angajaților săi.

De aceea este recomandat ca ori de câte ori există îndoială cu privire la legalitatea unor acțiuni/activități să **sesizați și să raportați de urgență** această împrejurare Departamentului Juridic al Societății.

Dacă aveți cea mai mică îndoială că o anumită acțiune/activitate nu este conformă cu normele de concurență și/sau cu cele expuse în acest Ghid, **contactați Departamentul Juridic înainte de a demara respectiva acțiune/activitate.**

Ghidul este structurat astfel încât să abordeze principalele tipuri de relații comerciale dintre Societate și partenerii săi și să permită fiecărui angajat să cunoască și să respecte prevederile legale aplicabile, având în vedere următoarele:

- (a) Actele și faptele anticoncurențiale și regimul sancționator aplicabil;
- (b) Relațiile dintre Societate și Furnizorii, respectiv Clienții săi (Întelegerile pe verticală);
- (c) Relațiile dintre Societate și Concurenții săi (Întelegerile pe orizontală);
- (d) Relațiile dintre Societate și membrii Asociațiilor Profesionale din care aceasta face parte;
- (e) Comportamentul unilateral al Societății în măsura în care aceasta deține o poziție dominantă pe piață.

Capitolul I. Cadrul legal

1. Obiectivele regulilor de concurență.

1.1. Principalele obiective ale normelor de concurență române și comunitare:

- i) Bunastarea consumatorilor
- ii) Buna funcționare a piețelor
- iii) Integrarea piețelor naționale în piața internă a Uniunii Europene
- iv) Libertatea comerțului în cadrul pieței interne a Uniunii Europene.

2. Practici anticoncurențiale.



2.1. Prevederi generale:

Principalele prevederi în materia concurenței se regăsesc în cadrul Legii Concurenței nr. 21/1996 („Legea Concurenței”), în cadrul Tratatului privind funcționarea Uniunii Europene („TFEU”), precum și în legislația secundară națională și comunitară emisă în aplicarea Legii concurenței, respectiv a TFEU.

Normele de concurență naționale se aplică actelor și faptelor care restrâng, împiedică sau denaturează concurența savarsite pe teritoriul României, precum și celor săvârșite în afara teritoriului țării, atunci când produc efecte pe teritoriul României.

Normele de concurență comunitară se aplică actelor și faptelor care pot afecta comerțul dintre statele membre și care au ca obiect sau efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței în cadrul pieței comune.

Normele de concurență naționale și comunitară se aplică actelor și faptelor savarsite de întreprinderi, inclusiv de asociații de întreprinderi - persoane fizice sau juridice - angajate într-o activitate economică, adică o activitate constând în oferirea de bunuri sau de servicii pe o piață dată, independent de statutul său juridic și de modul de finanțare.

Normele de concurență se aplică de asemenea actelor și faptelor savarsite de autoritățile și instituțiile administrației publice centrale sau locale, în măsura în care acestea, prin deciziile emise sau prin reglementările adoptate, intervin în operațiuni de piață, influențând direct sau indirect concurența.

2.2. Prevederi legale referitoare la înțelegeri și practici anticoncurențiale.

Articolul 5 alin.(1) din Legea concurenței:

(1) Sunt interzise orice înțelegeri între întreprinderi, decizii ale asociațiilor de întreprinderi și practici concertate, care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea ori denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care:

- a) stabilesc, direct sau indirect, prețuri de cumpărare ori de vânzare sau orice alte condiții de tranzacționare;
- b) limitează sau controlează producția, comercializarea, dezvoltarea tehnică sau investițiile;
- c) împart piețele sau sursele de aprovizionare;
- d) aplică, în raporturile cu partenerii comerciali, condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel unora dintre ei un dezavantaj concurențial;
- e) condiționează încheierea contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte;



f) constau în participarea, în mod concertat, cu oferte trucate la licitații sau la orice alte forme de concurs de oferte;

g) elimină de pe piață alți concurenți, limitează sau împiedică accesul pe piață și libertatea exercitării concurenței de către alte întreprinderi, precum și înțelegerile de a nu cumpăra de la sau de a nu vinde către anumite întreprinderi fără o justificare rezonabilă.”

Articolul 101 alin.(1) TFEU:

„(1) Sunt incompatibile cu piața internă și interzise orice acorduri între întreprinderi, orice decizii ale asocierilor de întreprinderi și orice practici concertate care pot afecta comerțul dintre statele membre și care au ca obiect sau efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței în cadrul pieței comune și, în special, cele care:

(a) stabilesc, direct sau indirect, prețuri de cumpărare sau de vânzare sau orice alte condiții de tranzacționare;

(b) limitează sau controlează producția, comercializarea, dezvoltarea tehnică sau investițiile;

(c) împart piețele sau sursele de aprovizionare;

(d) aplică, în raporturile cu partenerii comerciali, condiții inegale la prestații echivalente, creând astfel acestora un dezavantaj concurențial;

(e) condiționează încheierea contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte.”

2.3. Prevederi legale referitoare la abuzul de poziție dominantă.

Articolul 6 din Legea concurenței

(1) Este interzisă folosirea în mod abuziv de către una sau mai multe întreprinderi a unei poziții dominante deținute pe piața românească sau pe o parte substanțială a acesteia. Aceste practici abuzive pot consta în special în:

a) impunerea, în mod direct sau indirect, a unor prețuri inechitabile de vânzare ori de cumpărare sau a altor condiții inechitabile de tranzacționare și refuzul de a trata cu anumiți furnizori ori beneficiari;

b) limitarea producției, comercializării sau dezvoltării tehnologice în dezavantajul consumatorilor;

c) aplicarea în raporturile cu partenerii comerciali a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând, în acest fel, unora dintre ei un dezavantaj concurențial;



- d) condiționarea încheierii contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte;
 - e) practicarea unor prețuri excesive sau practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților, ori vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni;
 - f) exploatarea stării de dependență în care se găsește o altă întreprindere față de o asemenea întreprindere sau întreprinderi și care nu dispune de o soluție alternativă în condiții echivalente, precum și ruperea relațiilor contractuale pentru singurul motiv că partenerul refuză să se supună unor condiții comerciale nejustificate.
- (2) Ori de câte ori Consiliul Concurenței aplică prevederile alin. (1), în măsura în care folosirea în mod abuziv a poziției dominante poate afecta comerțul dintre statele membre, acesta aplică, de asemenea, prevederile art. 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene.
- (3) Se prezumă, până la proba contrară, că una sau mai multe întreprinderi se află în poziție dominantă, în situația în care cota ori cotele cumulate pe piața relevantă, înregistrate în perioada supusă analizei, depășesc 40%.

Articolul 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene (TFEU):

„Este incompatibilă cu piața internă și interzisă, în măsura în care poate afecta comerțul dintre statele membre, folosirea în mod abuziv de către una sau mai multe întreprinderi a unei poziții dominante deținute pe piața internă sau pe o parte semnificativă a acesteia.

Aceste practici abuzive pot consta în special în:

- (a) impunerea, direct sau indirect, a prețurilor de vânzare sau de cumpărare sau a altor condiții de tranzacționare inechitabile;
- (b) limitează producția, comercializarea sau dezvoltarea tehnică în dezavantajul consumatorilor;
- (c) aplicarea în raporturile cu partenerii comerciali a unor condiții inegale la prestații echivalente, creând astfel acestora un dezavantaj concurențial;
- (d) condiționarea încheierii contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte.”

3. Sanctiuni.

Principalele forme de răspundere prevazute de Legea concurenței în cazul încălcărilor normelor de concurență:

- a) **Răspunderea contravențională.**



În conformitate cu dispozițiile Legii concurenței, încălcarea dispozițiilor art.5 și 6 din Legea concurenței, precum și încălcarea prevederilor art.101 și 102 TFEU se sancționează cu amendă între 0,5% și 10% din cifra de afaceri totală a întreprinderii vinovate de săvârșirea unei practici anticoncurențiale.

Principalele criterii pentru individualizarea sancțiunii sunt gravitatea și durata faptei.

La aplicarea sancțiunii se are în vedere cifra de afaceri totală înregistrată de întreprindere în anul financiar anterior sancționării.

b) Răspunderea penală.

Persoanele fizice care cu intenție frauduloasă și în mod determinant participa la conceperea, organizarea sau realizarea practicilor interzise de Legea Concurenței pot fi sancționate cu închisoarea de la 6 luni la 4 ani sau amendă și interzicerea unor drepturi.

c) Răspunderea civilă.

Persoanele fizice și/sau juridice ce se consideră vătămate ca urmare a unei practici anticoncurențiale interzise de lege și/sau de TFEU pot sesiza instanțele de judecată pentru repararea integrală a prejudiciului suferit.

Pentru angajarea răspunderii civile a întreprinderii implicate în săvârșirea unei practici anticoncurențiale nu este necesară preexistența unei decizii de constatare și sancționare a practicii de către autoritatea de concurență națională sau comunitară.

Atunci când o practică anticoncurențială a fost constatată printr-o decizie a Consiliului Concurenței persoanele care se consideră prejudiciate vor putea formula cerere privind acordarea de despăgubiri în termen de 2 ani de la data la care decizia Consiliului Concurenței, pe care se întemeiază acțiunea în subsidiar, rămâne definitivă și irevocabilă.

DE RETINUT:

(a) Indiferent de buna intenție a Societății și/sau angajaților săi în măsura în care comportamentul/acțiunile acestora au ca efect restricționarea concurenței, activitatea în cauză este ilegală.

(b) Practicile anticoncurențiale care au ca obiect denaturarea, împiedicarea sau restrângerea concurenței sunt considerate interzise *per se* astfel încât nu este necesară dovada unui efect restrictiv al concurenței.

4. Autorități administrative competente.

A. Autoritatea națională de concurență: Consiliul Concurenței.

Aplica normele naționale și normele comunitare de concurență, în condițiile și în limitele stabilite în Legea concurenței și în Regulamentul CE nr.1/2003.



B. Comisia Europeană

Este principala autoritate cu atribuții în aplicarea normelor de concurență comunitară.

Modurile de sesizare a autorităților de concurență:

- a) plângerea
- b) sesizarea din oficiu.

Consiliul Concurenței și Comisia Europeană, în exercitarea atribuțiilor ce le revin au următoarele drepturi:

- i) dreptul de a solicita întreprinderilor orice fel de documente și informații pe care le apreciază relevante;
- ii) dreptul de a lua declarații de orice persoană care consimte să dea o asemenea declarație;
- iii) dreptul de a efectua inspecții inopinate, însemnând dreptul de a pătrunde în orice loc aparținând întreprinderilor (sediul principal, sedii secundare, teren, mijloace de transport), dreptul de a examina orice documente (exceptând cele acoperite de privilegiul legal), dreptul de a solicita explicații, dreptul de a obține copii ale oricărui document, dreptul de a sigila orice amplasament, orice document pe durata și în măsura necesară realizării inspecției;
- iv) dreptul de a efectua inspecții domiciliare (la domiciliul, pe terenurile, în mijloacele de transport aparținând conducătorilor, administratorilor și oricărui angajat al unei întreprinderi investigate), pe baza unei autorizări judiciare prealabile.

Capitolul II. Tipuri de practici anticoncurențiale.

1. Înțelegerile, deciziile sau practicile concertate anticoncurențiale.

Art.5 alin.1 din Legea concurenței, respectiv art.101 TFEU interzic orice înțelegeri între întreprinderi (independente), orice decizii ale asociațiilor de întreprinderi¹ și orice practici concertate² care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței (pe piața românească sau pe o parte a acesteia, respectiv în cadrul pieței comune).

¹ Decizii ale unei asociații de societăți/agenți economici - o asociație care, independent sau împreună cu membrii săi, încalcă legislația concurenței prin deciziile sale ce restricționează concurența.

² Practicile concertate presupun coordonarea dintre societăți care nu se încadrează în noțiunea de înțelegere. Practicile concertate pot lua forma unor contacte directe sau indirecte între societăți al căror obiect sau efect este de a influența comportamentul pe piață sau ca în mod tacit să se informeze reciproc cu privire la comportamentul pe care intenționează să îl adopte în viitor.



Forma intelegurilor nu are importanță. Sunt deopotriva interzise acordurile scrise, intelegurile verbale si practicile concertate (practicile care presupun o colaborare deliberată și intenționată a societăților pentru eliminarea sau restrângerea concurenței).

1.1.1 Înțelegerile orizontale

In relatiile dintre concurenti sunt interzise orice intelegeri sau practici concertate avand ca obiect sau ca efect restrangerea, denaturarea sau impiedicare concurenței, in special cele care urmaresc:

- i) fixarea concertata, direct sau indirect, a preturilor si/sau a celorlalte conditii de tranzactionare;
- ii) impartirea pietelor de desfacere si/sau a surselor de aprovizionare, pe criterii teritoriale, pe categorii de clienti sau dupa alte criterii;
- iii) limitarea sau controlul sub orice forma a productiei, a dezvoltarii tehnologice, a investitiilor;
- iv) intelegurile de a nu vinde sau de a nu cumpara de la anumite intreprinderi (boicotul);
- v) schimbul de informatii cu privire la strategii comerciale, costuri, preturi, planuri de marketing, planuri de investitii si in general orice informatii care sunt secrete de afaceri si care nu sunt cunoscute publicului, indiferent daca acest schimb se face direct sau prin intermediul unui tert (de exemplu un distribuitor, o asociatie profesionala);
- vi) participarea concertata, cu oferte truate, la licitatii.

Cele reiterate mai sus nu se opun ca la stabilirea strategiei comerciale Societatea sa aiba in vedere evoluția pietei, comportamentul clientilor și al celorlalți producatori. Conditia esentiala este inasa lipsa oricarei intelegeri ori practici concertate avand acest obiect sau efect.

1.1.2 Înțelegerile verticale

Sunt considerate intelegeri verticale acele acorduri ori practici concertate convenite intre doua sau mai multe intreprinderi care fiecare actioneaza, in sensul acordului respectiv, la niveluri diferite ale lantului productie – distributie, referitoare la conditiile in care partile pot cumpara, vinde sau revinde anumite bunuri sau servicii.

Intelegurile verticale intra sub incidenta normelor de concurența numai in masura in care acestea contin restrictii de concurența (denumite restrictii verticale).



Unele intelegeri verticale, chiar daca contin restrictii de concurență, pot sa nu intre sub interdictia stabilita de art.5 alin.1 din Legea concurenței, respectiv a art.101 alin.1 din TFEU. Acestea vor putea beneficia de exceptarea pe categorii daca indeplinesc cumulativ urmatoarele conditii:

1. cota de piata a furnizorului, respectiv a cumparatorului nu depaseste 30% din piata;
2. acordul nu contine restrictii grave de concurență;
3. acordul nu contine restrictii care il exclud de la obtinerea beneficiului exceptarii pe categorii.

Intelegerile verticale intre concurenti pot beneficia de exceptarea pe categorii numai in cazul in care acordul este nereciproc iar furnizorul este un producator si distribuitor de bunuri in timp ce cumparatorul este numai distribuitor, nefiind o intreprindere concurență care actioneaza in etapa de fabricatie (distributia duala de bunuri/servicii).

Intelegerile de agent propriu-zise nu intra sub incidenta dispozitiilor Legii concurenței, respectiv ale art.101 alin.1 din TFEU. In contractele de agentie propriu-zise proprietatea bunurilor nu este transferata la agent, iar acesta nu isi asuma niciun risc financiar si economic in legatura cu tranzactiile intermediare sau isi asuma riscuri nesemnificative.

Restrictii grave de concurență:

a) Impunerea pretului de revanzare

Furnizorul nu poate stabili preturile de revânzare ale distribuitorilor³.

În concret, este interzis Societății sau furnizorilor acesteia:

- i) Să fixeze, sa stabilească in orice mod prețurile de revânzare ale distribuitorilor, pentru orice produse, in orice circumstante (inclusiv cu privire la clienti individuali ori in cazul participarii la diferite licitații);
- ii) Să fixeze prețurile de revânzare prin intermediul ofertelor, facturilor, comenzilor, politicilor de vânzări comunicate distribuitorilor, liste de prețuri, cataloage, etichete, broșuri etc.
- iii) Să solicite distribuitorilor/dealerilor să adere la politica lor de prețuri sau la prețurile de revânzare recomandate/fixate acestora;
- iv) Să înceteze contractele cu dealerii/distribuitorii în cazul în care aceștia refuză să se alinieze prețurilor de revânzare fixate/recomandate;
- v) Să își coordoneze politica de prețuri cu distribuitorii în acord cu condițiile de piață;

³ În cazul agenților propriu-zisi, acordurile încheiate cu aceștia nu intra sub incidența legii concurenței



- vi) Să interzică distribuitorilor/dealerilor să acorde discounturi sau reduceri;
- vii) Să furnizeze distribuitorilor/dealerilor diverse formule de calcul al prețurilor care în fapt conduc la fixarea prețurilor și afectarea libertății/independenței distribuitorului;
- viii) Să stabilească marginea de profit a dealerilor/distribuitorilor;
- ix) Să monitorizeze sistematic prețurile dealerilor/distribuitorilor și să aplice sancțiuni în caz de nerespectare a politicii de prețuri/vânzare comunicate de furnizor/distribuitor.

(b) Exclusivitate/Importuri paralele/Acorduri de furnizare

La încheierea unui acord ce include o obligație de cumpărare exclusivă (dintr-o singură sursă) sau de furnizare exclusivă către un singur distribuitor trebuie avute în vedere și următoarele principii:

- (i) Sunt ilegale clauzele prin care sunt restricționate/interzise vânzările pasive (comenzile primite de la clienți din afara teritoriului alocat) sau prin care este interzis distribuitorului să accepte comanda unui client din afara teritoriului;
- (ii) Sunt ilegale restricțiile impuse distribuitorilor cu privire la promovarea pe internet;
- (iii) Sunt interzise ca regulă clauzele de furnizare exclusivă când cumpărătorul este dominant.

(c) Non –concurență

Ca principiu general sunt interzise clauzele de non-concurență încheiate pe o durată mai mare de 5 ani de la data semnării acordului/contractului sau clauzele încheiate pe durată nedeterminată. De asemenea sunt interzise:

- (i) orice obligații directe sau indirecte care determină cumpărătorul, ca după expirarea înțelegerii, să nu fabrice, cumpere, vândă sau revândă produse sau servicii, cu excepția cazului în care această obligație: privește produse sau servicii care sunt în concurență cu cele care fac obiectul înțelegerii, este limitată la spațiile în care cumpărătorul a operat pe parcursul înțelegerii, este indispensabilă pentru protejarea know-how-ului transferat de către furnizor cumpărătorului, cu condiția ca durata unei asemenea obligații de non-concurență să nu depășească un an de la expirarea înțelegerii;
- (ii) orice obligații care determină membrii unui sistem de distribuție selectivă să nu vândă produsele anumitor furnizori concurenți.

3.2 Abuzul de poziție dominantă

Deținerea unei poziții dominante nu este interzisă în sine. Legislația națională interzice doar abuzul de poziție dominantă. Societățile ce dețin o poziție dominantă, data fiind poziția lor pe piață, trebuie să fie atente la anumite principii suplimentare.

La nivel european poziția dominantă este definită ca fiind poziția/puterea economică deținută

de o societate ce îi permite acestuia să se comporte în mod independent pe o anumită piață.

La nivel național Legea Concurenței prezumă, până la proba contrară, că una sau mai multe întreprinderi nu se află în poziție dominantă, în situația în care cota sau cotele cumulate pe piața relevantă, înregistrate în perioada supusă analizei, nu depășesc 40%.

Pentru a atrage incidența reglementărilor legale privind abuzul de poziție dominantă nu este necesar ca o societate să fie dominantă pe întreaga industrie, ci pe un singur segment de produse (în măsura în care acestea pot alcătui în sine o piață relevantă).

Pentru a determina în ce măsură o societate este sau nu dominantă trebuie analizată și evaluată piața produselor/serviciilor comercializate/prestate de societatea în cauză cât și piața geografică. Ca regulă, produsele fac parte din aceeași piață în măsura în care, atât la nivelul cererii și ofertei, sunt /pot fi în mod rezonabil considerate ca produse interschimbabile/substituibile.

Piața geografică este definită ca aria geografică în care se regăsesc pentru piața relevantă definiții identice sau comparabile pentru concurență și clienți. De la caz la caz, piața geografică poate fi piața europeană, națională, regională, locală.

Definiția pieței relevante a produsului și a pieței geografice trebuie analizată de la caz la caz.

Redăm în cele de mai jos câteva principii generale ce trebuie avute în vedere de o societate ce deține o poziție dominantă:

(a) Discriminare/Condiții diferite de vânzare /Refuzul de a trata

O societate ce deține o poziție dominantă nu poate aplica condiții diferite de vânzare (prețuri, reduceri) la situații echivalente către distribuitori sau clienți ce îndeplinesc aceleași cerințe. Pot fi acordate condiții diferite către distribuitori ce prestează servicii speciale ce nu sunt îndeplinite de ceilalți distribuitori. De asemenea pot fi acordate condiții diferite de vânzare distribuitorilor aflați la niveluri diferite de comercializare. Cea de a doua variantă a textului art 6 lit. a din Legea Concurenței, privește ipoteza refuzului nemotivat/nejustificat de a trata cu anumiți furnizori sau beneficiari care îndeplinesc aceleași condiții.

(b) Impunerea obligațiilor de achiziții exclusivă/excesive/Discounturi de fidelizare/de volum

O societate ce deține o poziție dominantă nu poate impune clauze de natură să restricționeze accesul concurenților la clienți/distribuitori prin includerea unor clauze de cumpărare exclusivă sau în termeni excesivi. De asemenea, din rațiuni similare, sunt interzise ca regulă discounturile de fidelizare și/sau de volum acordate de o societate ce deține o poziție dominantă.

(c) Preturi excesive /preturi de ruinare

Practicarea unor prețuri excesive reprezintă acea situație în care cel care abuzează de poziția sa

dominantă solicită clienților săi (chiar fără să impună) prețuri de vânzare ce depășesc cu mult costurile efective, plus un profit rezonabil. Aprecierea ca un preț este excesiv se face prin comparație între prețul ridicat și un preț format din costul de producție plus un profit rezonabil⁴. Când privește vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni reprezintă o formă gravă de dumping la export, dar care spre deosebire de dumpingul tipic este prohibit doar dacă o astfel de practică este însoțită sau urmată de majorări de prețuri la intern cu scopul special de a recupera pierderile înregistrate la export.

Practicarea unor prețuri excesive reprezintă vânzarea la prețuri inferioare costurilor variabile medii. Aceste practici sunt interzise pe motiv că ele nu au o altă justificare economică decât eliminarea concurenților, din moment ce, în caz contrar, ar fi mai logic de a nu produce și a nu vinde un produs al cărui preț nu poate fi superior costului variabil mediu.

(d) Vânzările legate/condiționate

Sunt interzise vânzările legate practicate de societățile dominante care condiționează livrarea produselor de acceptarea unor condiții suplimentare de a cumpăra alte bunuri sau servicii care, fie prin natura lor, fie prin raportare la practica în materie, nu fac parte din aceleași sistem sau nu sunt în legătura cu produsele în cauză.

Sunt interzise/ilegale de asemenea situațiile în care, o societate dominantă leagă în mod intenționat la vânzare două /mai multe produse cu scopul exclusiv de a exclude anumiți concurenți sau folosește prețuri de ruinare care au un efect de închidere pentru concurenți.

1. Tipuri de înțelegeri

Înțelegerile verticale

Înțelegerile orizontale

Abuzul de poziție dominantă

2. Concluzii

Principii

Înțelegeri și practici interzise

Înțelegeri și practici cu risc

⁴ Nu în toate situațiile practicarea unor prețuri de ruinare pe o perioadă mai lungă de timp trebuie calificată ca o manifestare a unei intenții frauduloase. Pot fi înregistrate situații în care din motive obiective, campanii promoționale, lichidare de stoc, se pot practica prețuri scăzute sub costuri, fără a se urmări eliminarea de pe piață a concurenților.

Responsabilitate identificare/raportare

2. Practici anticoncurențiale. Înțelegeri, decizii sau practicile anticoncurențiale. Abuzul de poziție dominantă**2.1 Înțelegerile, deciziile sau practicile anticoncurențiale**

(a) La nivel național art. 5 din Legea Concurenței interzice orice înțelegeri între întreprinderi (independente), orice decizii ale asociațiilor de întreprinderi⁵ și orice practici concertate⁶, care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia.

(b) **Forma** înțelegerilor nu are importanță. Astfel, nu doar înțelegerile scrise cad sub incidența restricțiilor în materia concurenței, ci chiar și înțelegerile verbale sau așa numitele practici concertate (considerate ca forme de colaborare deliberată și intenționată a societăților pentru eliminarea sau restrângerea concurenței).

(c) Restricțiile concurențiale sunt împărțite în două categorii: verticale și orizontale.

(d) Înțelegerile orizontale se referă la acele înțelegeri sau practici concertate între societăți ce acționează la același nivel de comercializare, respectiv acele înțelegeri între concurenți actuali sau potențiali care restricționează/pot restricționa concurența pe piață.

(e) Înțelegerile verticale se referă la înțelegerile sau practicile concertate încheiate între societăți care acționează la nivele diferite de comercializare (e.g. relațiile dintre furnizori și distribuitori, distribuitori en-gross și revânzătorii (retail) pe lanț, furnizori-clienți).

(f) Am prezentat mai jos principalele tipuri de înțelegeri care pot fi considerate, în anumite condiții, anticoncurențiale.

2.1.1 Înțelegerile orizontale

Înțelegerile sau practicile între societăți concurente pot ridica probleme în domeniul concurenței. Pentru a reduce riscul apariției unor astfel de probleme, în relațiile dintre concurenți trebuie respectate următoarele principii generale:

⁵ Decizii ale unei asociații de societăți/agenți economici - o asociație care, independent sau împreună cu membrii săi, încalcă legislația concurenței prin deciziile sale ce restricționează concurența.

⁶ Practicile concertate presupun coordonarea dintre societăți care nu se încadrează în noțiunea de înțelegere. Practicile concertate pot lua forma unor contacte directe sau indirecte între societăți al căror obiect sau efect este de a influența comportamentul pe piață sau ca în mod tacit să se informeze reciproc cu privire la comportamentul pe care intenționează să îl adopte în viitor.



(a) Prețuri și condiții de furnizare

Fiecare societate este liberă să își determine și modifice în mod independent prețurile. În lipsa coordonării /practicilor concertate, societățile își pot adapta comportamentul în mod inteligent în funcție de comportamentul societăților concurente de pe piață.

!! In lipsa unor contacte, schimburi de informații sensibile, comportamentul similar al societăților concurente pe piață nu este interzis, societățile având dreptul să își adapteze comportamentul în funcție de evoluția pieței și a celorlalți actori prezenți pe piață.

Este interzis de Legea Concurenței ca o societate să se înțeleagă, să stabilească, fixeze prețurile sau să își coordoneze politica de prețuri cu alte societăți concurente. În concret, Societăților concurente le este interzis:

- (i) Să determine împreună prețurile de vânzare sau cumpărare, să decidă împreună volumul produselor vândute sau cantitățile de producție;
- (ii) Să decidă împreună prețurile și condițiile de participare la diverse licitații;
- (iii) Să decidă în comun creșterea prețurilor și nivelul acestora;
- (iv) Să stabilească împreună prețuri minime sau fixe (inclusiv prețurile sau condițiile de participare la licitații);
- (v) Să stabilească împreună discounturi, reduceri comerciale sau alte condiții specifice de furnizare/livrare;
- (vi) Să schimbe informații referitoare la costuri, prețuri sau alte informații conexe acestora, urmate de fixarea unor prețuri similare;
- (vii) Să schimbe informații referitoare la costuri sau prețuri cu societăți concurente, strategii exceptând cazul în care parametrii schimbului de informații și schimbul nu are la bază rațiuni pro-competitive și nu se respectă codul de conduită aplicabil schimbului de informații detaliat în Anexa 3 atașată.

(b) Alocarea/împărțirea pieței

Înțelegerile ce au ca obiect împărțirea pieței sau alocarea de clienți este considerată o practică interzisă per se. În concret Societatea se va abține de la încheierea unor acorduri (formale sau nu) ce au ca obiect/efect:

- (i) Împărțirea sau alocarea cu privire la anumite teritorii, produse, clienți sau surse de aprovizionare;
- (ii) Fixarea producției, cumpărării sau cotelor/cantităților de vânzare;

(c) Boicotul

Refuzul din partea unui grup de concurenți de a trata cu unul sau mai mulți clienți sau furnizori în scopul de a împiedica clientul sau furnizorul să acționeze pe piață este interzis. În concret,

Societatea nu trebuie să:

- (i) Decidă în comun cu societăți concurente să nu furnizeze/ livreze către anumiți clienți sau să nu cumpere de la anumiți furnizori;
- (ii) Inițieze negocieri colective (alături de alte societăți concurente) cu furnizorii (de cele mai multe ori astfel de negocieri presupun stabilirea condițiilor comerciale comune ce înlătură concurența intra-marcă);
- (iii) Să stabilească cu societăți concurente să cumpere sau să vândă produse sub condiții specifice convenite de aceștia.
- (d) Participarea concertată la licitații cu oferte trucate,

Ca regula, condițiile comerciale de participare la licitații trebuie stabilite în mod independent. Astfel, prețurile de participare la licitație (oferțele financiare) nu trebuie să fie rezultatul unei înțelegeri, convenții sau alta formă de colaborare/cooperare cu alte societăți participante la licitație/ofertante/potențiale ofertante.

Față de cele de mai sus, în etapa premergătoare licitației sau în faza de derulare a licitației trebuie eliminate orice contacte cu Concurenții pe aspecte comerciale sensibile (*i.e.* prețuri, termene de livrare și alte criterii esențiale în funcție de care se decid societățile eligibile și în final oferta câștigătoare).

De asemenea, sunt interzise orice înțelegeri formale/informale care iau formă contractuală sau nu cu Concurenții și care au ca obiect (i) desemnarea câștigătorului (prin rotație) în cadrul licitațiilor sau (ii) participarea de complezență la licitație doar pentru a crea aparența concurențială (*e.g.* cel puțin doi agenți economici - cerința impusă de regulă în caietele de sarcini/documentație de atribuire) în cadrul licitației.

Orice contacte cu privire la chestiunile de mai sus pot ridica probleme serioase de concurență, indiferent dacă aceste contacte se realizează prin e-mail, telefon, fax, în cadrul asociațiilor profesionale etc.

- (e) Schimburi de informații comerciale în cadrul Asociațiilor

Organizarea unei asociații sau înscrierea într-o asociație în cadrul căreia se întâlnesc reprezentanții mai multor societăți concurente este în general permisă.

Cu toate acestea, orice întâlnire sau activitate ce implică schimbul de informații între concurenți poate prezenta riscuri anticoncurențiale ridicate.

În concret, este interzisă schimbarea în cadrul Asociațiilor în care Societatea este membru de informații sensibile comerciale de natură să influențeze comportamentul societăților în cauză (*i.e.* informații cu privire la prețurile, reducerile, discounturile, condițiile de furnizare, marginile de profit, structura costurilor, teritorii, clienți, produse noi, strategii/planuri comerciale,



investiții preconizate).

Pentru detalii suplimentare a se vedea Anexa 2 și 3 atașată.

2.1.2 Înțelegerile verticale

La nivel național, anumite categorii de înțelegeri verticale nu încalcă legislația concurențială în măsura în condițiile de exceptare pe categorii prevăzute de Legea Concurenței sunt îndeplinite. Aceste excepții se aplică de regulă atunci când părțile implicate nu sunt concurente, cota de piață a furnizorului sau după caz a distribuitorului nu depășește un anumit nivel, înțelegerile nu includ restricționări interzise per se (prin obiect). În cazul unor înțelegeri verticale, Societatea, angajații săi trebuie să respecte și următoarele principii:

(a) Prețurile de revânzare

Furnizorii nu pot stabili prețurile de revânzare ale distribuitorilor⁷. În concret este interzis Societății sau furnizorilor acesteia:

- (i) Să fixeze, stabilească prețurile de revânzare ale distribuitorilor, dealerilor pentru orice produse și nici prețurile distribuitorilor de participare la diferite licitații;
- (ii) Să fixeze prețurile de revânzare prin intermediul ofertelor, facturilor, comenzilor, politicilor de vânzări comunicate distribuitorilor/ dealerilor, liste de prețuri, cataloage, etichete, broșuri etc.
- (iii) Să solicite distribuitorilor/dealerilor să adere la politica lor de prețuri sau la prețurile de revânzare recomandate/fixate acestora;
- (iv) Să înceteze contractele cu dealerii/distribuitorii în cazul în care aceștia refuză să se alinieze prețurilor de revânzare fixate/recomandate;
- (v) Să își coordoneze politica de prețuri cu distribuitorii în acord cu condițiile de piață;
- (vi) Să interzică distribuitorilor/dealerilor să acorde discounturi sau reduceri;
- (vii) Să furnizeze distribuitorilor/dealerilor diverse formule de calcul al prețurilor care în fapt conduc la fixarea prețurilor și afectarea libertății/independenței distribuitorului;
- (viii) Să stabilească marginea de profit a dealerilor/distribuitorilor;
- (ix) Să monitorizeze sistematic prețurile dealerilor/distribuitorilor și să aplice sancțiuni în caz de nerespectare a politicii de prețuri/vânzare comunicate de furnizor/distribuitor.

(b) Exclusivitate/Importuri paralele/Acorduri de furnizare

La încheierea unui acord ce include o obligație de cumpărare exclusivă (dintr-o singură sursă) sau de furnizare exclusivă către un singur distribuitor trebuie avute în vedere și următoarele principii:

⁷ În cazul agenților propriuziși, acordurile încheiate cu aceștia nu intra sub incidența legii concurenței



- (iv) Sunt ilegale clauzele prin care sunt restricționate/interzise vânzările pasive (comenzile primite de la clienți din afara teritoriului alocat) sau prin care este interzis distribuitorului să accepte comanda unui client din afara teritoriului;
- (v) Sunt ilegale restricțiile impuse distribuitorilor cu privire la promovarea pe internet;
- (vi) Sunt interzise ca regulă clauzele de furnizare exclusivă când cumpărătorul este dominant.

(c) Non –concurență

Ca principiu general sunt interzise clauzele de non-concurență încheiate pe o durată mai mare de 5 ani de la data semnării acordului/contractului sau clauzele încheiate pe durată nedeterminată. De asemenea sunt interzise:

- (iii) orice obligații directe sau indirecte care determină cumpărătorul, ca după expirarea înțelegerii, să nu fabrice, cumpere, vândă sau revândă produse sau servicii, cu excepția cazului în care această obligație: privește produse sau servicii care sunt în concurență cu cele care fac obiectul înțelegerii, este limitată la spațiile în care cumpărătorul a operat pe parcursul înțelegerii, este indispensabilă pentru protejarea know-how-ului transferat de către furnizor cumpărătorului, cu condiția ca durata unei asemenea obligații de non-concurență să nu depășească un an de la expirarea înțelegerii;
- (iv) orice obligații care determină membrii unui sistem de distribuție selectivă să nu vândă produsele anumitor furnizori concurenți.

3.2 Abuzul de poziție dominantă

Deținerea unei poziții dominante nu este interzisă în sine. Legislația națională interzice doar abuzul de poziție dominantă. Societățile ce dețin o poziție dominantă, data fiind poziția lor pe piață, trebuie să fie atente la anumite principii suplimentare.

La nivel european poziția dominantă este definită ca fiind poziția/puterea economică deținută de o societate ce îi permite acesteia să se comporte în mod independent pe o anumită piață.

La nivel național Legea Concurenței prezumă, până la proba contrară, că una sau mai multe întreprinderi nu se află în poziție dominantă, în situația în care cota sau cotele cumulate pe piața relevantă, înregistrate în perioada supusă analizei, nu depășesc 40%.

Pentru a atrage incidența reglementărilor legale privind abuzul de poziție dominantă nu este necesar ca o societate să fie dominantă pe întreaga industrie, ci pe un singur segment de produse (în măsura în care acestea pot alcătui în sine o piață relevantă).

Pentru a determina în ce măsură o societate este sau nu dominantă trebuie analizată și evaluată piața produselor/serviciilor comercializate/prestate de societatea în cauză cât și piața geografică. Ca regulă, produsele fac parte din aceeași piață în măsura în care, atât la nivelul



cererii și ofertei, sunt /pot fi în mod rezonabil considerate ca produse interschimbabile/substituibile.

Piața geografică este definită ca aria geografică în care se regăsesc pentru piața relevantă definiții identice sau comparabile pentru concurență și clienți. De la caz la caz, piața geografică poate fi piața europeană, națională, regională, locală.

Definiția pieței relevante a produsului și a pieței geografice trebuie analizată de la caz la caz.

Redăm în cele de mai jos câteva principii generale ce trebuie avute în vedere de o societate ce deține o poziție dominantă:

(e) Discriminare/Condiții diferite de vânzare /Refuzul de a trata

O societate ce deține o poziție dominantă nu poate aplica condiții diferite de vânzare (prețuri, reduceri) la situații echivalente către distribuitori sau clienți ce îndeplinesc aceleași cerințe. Pot fi acordate condiții diferite către distribuitori ce prestează servicii speciale ce nu sunt îndeplinite de ceilalți distribuitori. De asemenea pot fi acordate condiții diferite de vânzare distribuitorilor aflați la niveluri diferite de comercializare. Cea de a doua variantă a textului art 6 lit. a din Legea Concurenței, privește ipoteza refuzului nemotivat/nejustificat de a trata cu anumiți furnizori sau beneficiari care îndeplinesc aceleași condiții.

(f) Impunerea obligațiilor de achiziții exclusivă/excesive/Discounturi de fidelizare/de volum

O societate ce deține o poziție dominantă nu poate impune clauze de natură să restricționeze accesul concurenților la clienți/distribuitori prin includerea unor clauze de cumpărare exclusivă sau în termeni excesivi. De asemenea, din rațiuni similare, sunt interzise ca regulă discounturile de fidelizare și/sau de volum acordate de o societate ce deține o poziție dominantă.

(g) Prețuri excesive /preturi de ruinare

Practicarea unor prețuri excesive reprezintă acea situație în care cel care abuzează de poziția sa dominantă solicită clienților săi (chiar fără să impună) prețuri de vânzare ce depășesc cu mult costurile efective, plus un profit rezonabil. Aprecierea ca un preț este excesiv se face prin comparație între prețul ridicat și un preț format din costul de producție plus un profit rezonabil⁸. Când privește vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni reprezintă o formă gravă de dumping la export, dar care spre deosebire de dumpingul tipic este prohibit doar dacă o astfel

⁸ Nu în toate situațiile practicarea unor prețuri de ruinare pe o perioadă mai lungă de timp trebuie calificată ca o manifestare a unei intenții frauduloase. Pot fi înregistrate situații în care din motive obiective, campanii promoționale, lichidare de stoc, se pot practica prețuri scăzute sub costuri, fără a se urmări eliminarea de pe piață a concurenților.

de practică este însoțită sau urmată de majorări de prețuri la intern cu scopul special de a recupera pierderile înregistrate la export.

Practicarea unor prețuri excesive reprezintă vânzarea la prețuri inferioare costurilor variabile medii. Aceste practici sunt interzise pe motiv că ele nu au o altă justificare economică decât eliminarea concurenților, din moment ce, în caz contrar, ar fi mai logic de a nu produce și a nu vinde un produs al cărui preț nu poate fi superior costului variabil mediu.

(h) Vânzările legate/condiționate

Sunt interzise vânzările legate practicate de societățile dominante care condiționează livrarea produselor de acceptarea unor condiții suplimentare de a cumpăra alte bunuri sau servicii care, fie prin natura lor, fie prin raportare la practica în materie, nu fac parte din aceeași sistem sau nu sunt în legătura cu produsele în cauză.

Sunt interzise/ilegale de asemenea situațiile în care, o societate dominantă leagă în mod intenționat la vânzare două /mai multe produse cu scopul exclusiv de a exclude anumiți concurenți sau folosește prețuri de ruinare care au un efect de închidere pentru concurenți.



⁹Anexa 1**Practicile anticoncurențiale interzise expres de prevederile art. 5 și 6 din Legea Concurenței**

Art. 5. - (1) Sunt interzise orice înțelegeri între întreprinderi, orice decizii ale asociațiilor de întreprinderi și orice practici concertate, care au ca obiect sau au ca efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care:

- (a) stabilesc, direct sau indirect, prețuri de cumpărare ori de vânzare sau orice alte condiții de tranzacționare;
- (b) limitează sau controlează producția, comercializarea, dezvoltarea tehnică sau investițiile;
- (c) împart piețele sau sursele de aprovizionare;
- (d) aplică, în raporturile cu partenerii comerciali, condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel unora dintre ei un dezavantaj concurențial;
- (e) condiționează încheierea contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte;
- (f) constau în participarea, în mod concertat, cu oferte trucate la licitații sau la orice alte forme de concurs de oferte;
- (g) elimină de pe piață alți concurenți, limitează sau împiedică accesul pe piață și libertatea exercitării concurenței de către alte întreprinderi, precum și înțelegerile de a nu cumpăra de la sau de a nu vinde către anumite întreprinderi fără o justificare rezonabilă.

Art. 6. - (1) Este interzisă folosirea în mod abuziv de către una sau mai multe întreprinderi a unei poziții dominante deținute pe piața românească sau pe o parte substanțială a acesteia. Aceste practici abuzive pot consta în special în:

- (a) impunerea, în mod direct sau indirect, a unor prețuri inechitabile de vânzare ori de cumpărare sau a altor condiții inechitabile de tranzacționare și refuzul de a trata cu anumiți furnizori ori beneficiari;
- (b) limitarea producției, comercializării sau dezvoltării tehnologice în dezavantajul consumatorilor;
- (c) aplicarea în raporturile cu partenerii comerciali a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând, în acest fel, unora dintre ei un dezavantaj concurențial;

9



- (d) condiționarea încheierii contractelor de acceptarea de către parteneri a unor prestații suplimentare care, prin natura lor sau în conformitate cu uzanțele comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte;
- (e) practicarea unor prețuri excesive sau practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților, ori vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni;
- (f) exploatarea stării de dependență în care se găsește o altă întreprindere față de o asemenea întreprindere sau întreprinderi și care nu dispune de o soluție alternativă în condiții echivalente, precum și ruperea relațiilor contractuale pentru singurul motiv că partenerul refuză să se supună unor condiții comerciale nejustificate.



Anexa 2**Instrucțiuni de participare la sesiunile Asociațiilor în care Societatea este membru****Acțiuni nepermise**

- (a) Nu încheiați înțelegeri sau acorduri și nici nu aveți discuții cu privire la tot ceea ce ține de informațiile comerciale sensibile (e.g. prețuri, condiții de creditare a clienților, facturare, producții, stocuri, vânzări, costuri, planuri, oferte către clienți, clienți etc. - pentru detalii suplimentare a se vedea Anexa 3) sau despre aspecte care în mod normal trebuie determinate/stabilite în mod independent de fiecare societate în parte;
- (b) În cazul în care intenționați să participați la orice întâlniri ale asociațiilor profesionale de profil, trebuie să obțineți în prealabil aprobarea superiorului dvs. ierarhic și a Departamentului Juridic al Societății. Cererea de aprobare trebuie să fie însoțită de ordinea de zi a sesiunii/întâlnirii asociației respective.
- (c) Nu includeți pe ordinea de zi aspecte legate de: prețuri (de vânzare sau achiziție), clienți sau alte informații sensibile interzise sau cu grad ridicat de risc;
- (d) Nu folosiți un vocabular care poate fi interpretat de Consiliul Concurenței în cazul unei inspecții la sediul Asociației ca dovadă a unei rele credințe/acțiuni ilegale (e.g. vă rog să distrugeți/ștergeți după citire etc.);
- (e) Nu participați la întâlniri neprogramate decât în măsura în care știți că acestea au un scop legitim sau urmăresc strict activități sociale fără legătura cu activitatea Asociației sau a membrilor;
- (f) Nu participați la schimburi de informații, analize de piațe sau benchmarking care permit accesul la informațiile individualizate privind concurenții;
- (g) Nu inițiați negocieri colective, vânzări colective/în comun (împreună cu societăți concurente) sau cumpărări în comun (împreună cu alte societăți concurente) fără consultare legală prealabilă;
- (h) Nu încheiați înțelegeri de boicot colectiv /eliminarea a unor societăți concurente/furnizori sau orice alte înțelegeri înscrise în rândul practicilor anticoncurențiale interzise descrise mai sus.

Acțiuni permise

- (a) Solicitați consultare legală ori de câte ori credeți că o anumită acțiune, decizie încalcă prevederile Ghidului;
- (b) Atenție la modul de comunicare cu membrii Asociației și în presă. Unele formulări pot fi interpretate de Consiliul Concurenței ca dovezi ale concertării/practicilor anticoncurențiale



interzise;

- (c) Înainte de fiecare întâlnire organizată, ordinea de zi trebuie stabilită și comunicată în prealabil tuturor membrilor;
- (d) Fiecare membru va desemna un reprezentant în vederea participării la ședințele astfel organizate și în vederea comunicării oricărei corespondențe;
- (e) Solicitați ca Asociația să desemneze o persoană responsabilă pentru gestionarea relațiilor cu autoritatea națională de concurență (i.e. Consiliul Concurenței);
- (f) Deciziile, strategiile Asociației vor trebui corelate mai întâi cu Ghidul/programul de conformitate;
- (g) Puteți discuta, schimba informații de politici publice sectoriale, educație, dezvoltări științifice, legislația de reglementare, trendul general al industriei.
- (h) În măsura în care discuțiile în cadrul întrunirilor converg spre punctele interzise de mai sus, cereți să se consemneze în procesul verbal de ședință faptul că încetați aceste discuții, faptul că vă opuneți acestor discuții sau chiar faptul că părăsiți/închideți ședința în cazul continuării discuțiilor în cauză. Nu rămâneți la întâlnire în cadrul în care discuțiile continuă în ciuda obiecțiilor ridicate. Prin simpla dvs. prezență la întâlnirea respectivă și asistând la acele discuții, chiar dacă nu participați activ și nu dezvăluiți nicio informație comercială sensibilă, riscați ca Societatea și dvs. să fiți considerați ca încălcând legislația concurenței și sancționați.
- (i) Îndrumați angajații/persoanele desemnate pentru participarea la întrunirile Asociației (i) să nu folosească în cadrul întâlnirilor/ședințelor expresii de genul „vom domina piața” „ne-am înțeles cu...vom elimina concurența”, „prețuri similare” „gentlemen’s agreement”, (ii) să nu creeze artificial în presă/comunicatele de presă cotele de piață, (iii) să nu speculeze în cadrul corespondenței cu privire la caracterul anticoncurențial sau consecințele unui comportament [aceasta ar presupune o concluzie legală și o cunoaștere a caracterului ilegal al practicii], (iv) să menționeze sursa oricărei informații referitoare la prețuri (pentru a nu da o impresie falsă cu privire la proveniența de la concurenți), (v) să evite orice sugestie potrivit căreia industria a ajuns la un consens cu privire la un anumit subiect sensibil.
- (j) În cazul în care nu sunteți de acord cu anumite solicitări ale membrilor /Asociației, comunicați în scris aceste aspecte și păstrați corespondența aferentă;
- (k) Refuzați imediat orice informații confidențiale sensibile primite și nu păstrați copii ale acestora, explicând în scris de ce nu doriți să păstrați aceste informații;
- (l) Informați consultantul legal de orice cerere de informații confidențială primită sau orice informații confidențiale primite din piață.
- (m) Solicitați conducerii asociațiilor, în care dețineți calitatea de membri, să vă comunice (a)



orice comunicat de presă pe care intenționează să îl lanseze în spațiul public ca mesaj comun al asociației și implicit al membrilor săi (b) procesele verbale întocmite în cadrul ședințelor.

(n) În cazul în care procesele verbale de participare sau procese verbale în care sunt consemnate aspectele discutate/decise în cadrul ședințelor Asociațiilor conțin aspecte interzise de Ghid ce pot atrage răspunderea Societății pe teren concurențial (*i.e.* stabilirea prețurilor de revânzare, alocarea de clienți etc.), reprezentantul delegat al Societății nu va semna aceste procese verbale sau va semna cu obiecțiuni în măsura în care există deja o listă de prezență la aceste întruniri aflată în posesia mai multor membri.



Anexa 3**Schimbul de date și informații**

Discuțiile, formale sau informale, ce includ/presupun un schimb de informații comerciale sensibile, pot constitui în sine o practică anticoncurențială interzisă indiferent dacă societățile ce au primit informațiile respective țin sau nu cont de aceste informații în luarea deciziilor comerciale strategice.

În cazul în care prin intermediul Asociațiilor profesionale sau alte societăți se realizează un “benchmarking pool”¹⁰ de cunoaștere a pieței în linii generale, Societatea se va asigura că în fapt Asociația/societatea terță:

- (a) Va transmite membrilor săi date istorice centralizate, agregate (e.g. volumele totale vândute pe piață);
- (b) Nu se vor transmite informații/raportări către membri care să permită individualizarea societăților participante;
- (c) Nu trebuie solicitate/acceptate/furnizate date/ informații recente;
- (d) Nu se vor transmite/solicita informații referitoare la prețurile practicate de societăți, modificările de prețuri, termenii de vânzare și garanție specială, discounturi, reduceri comerciale, bonusuri, costuri de distribuție, metode de reducere a costurilor, date referitoare la surse individuale de achiziție, inventar/stoc, vânzări, marginile de profit/adaos, condițiile de selectare a furnizorilor sau de încetare a contractelor cu clienții, strategiile de dezvoltare ale societăților, cantități previzionate de vânzare, cantitățile vândute (identificând societățile respective), listele de clienți, planuri de marketing și orice alte strategii/ planuri de investiții etc.
- (e) Aceste informații realizate în scopul analizei de piață nu trebuie să aibă un caracter repetat.

În plus, trebuie subliniat că în cazul demarării unor acțiuni de cercetare a pieței, participarea la această procedură este voluntară.

În procesul de colectare, Societatea/Asociația din care face parte aduce la cunoștință membrilor faptul că schimbul anumitor informații poate prezenta riscuri mai ridicate în funcție de tipul

¹⁰ În aceste situații trebuie centralizate, agregate informațiile din partea a cel puțin 3 societăți;



informațiilor în cauză. Factorii care pot genera riscuri mai ridicate sunt redați în tabelul de mai jos.

Efectele probabile ale unui schimb de informații asupra concurenței (cu excepția schimbului de informații individualizate cu privire la cantitățile și prețurile ce se intenționează a fi aplicate în viitor, sau a altor schimburi care sunt considerate restrângeri ale concurenței prin obiect interzise per se de Legea Concurenței) trebuie însă analizate de la caz la caz, întrucât rezultatele evaluării depind de o combinație de elemente specifice cazului.

Risc ridicat	Risc mai redus
Furnizarea/acceptul/schimbul de informații cu concurenți direcți sau potențiali	Publicarea informațiilor/punerea la dispoziția publicului (clienți sau alte societăți)
Furnizarea/acceptul/schimbul de informații referitoare la prețuri, discounturi, clienți, investiții, strategii de business, nivel de comercializare produse și alte informații comerciale sensibile	Schimb de informații legate de aspecte publice, dezvoltări științifice, aspecte legate de legiferarea sectorului, alte informații cu caracter public
Informații confidențiale	Informații cu caracter public ¹¹ (informațiile care sunt la fel de ușor de accesat pentru oricine (de exemplu, informațiile gratuite)
Informații actuale/recente ¹²	Informații istorice
Informații individualizate ce permit ¹³ identificarea societăților	Informații centralizate ce nu permit identificarea societăților
Schimburi frecvente	Schimburi rare ¹⁴

¹¹ Nu au un real caracter public în cazul în care costurile aferente colectării informațiilor descurajează într-o măsură suficientă alte societăți și alți cumpărători în a le obține. Un *schimb de informații* este cu adevărat public în cazul în care facilitează accesul în mod egal al tuturor concurenților și cumpărătorilor la informațiile care fac obiectul schimbului.

¹² Ca regulă, informațiile cu o vechime mai mică de un an, însă trebuie făcută o analiza de la caz la caz.

¹³ Schimburile de date cu adevărat cumulate, și anume de date în cadrul cărora este suficient de dificil de distins informațiile referitoare la o societate anume, sunt mai puțin susceptibile să producă efecte restrictive asupra concurenței comparativ cu schimburile de date la nivelul societății.

¹⁴ Pe piețele caracterizate prin contracte încheiate pe termen lung (care indică renegocieri puțin frecvente ale prețurilor), faptul că se schimbă mai rar informații ar putea, în principiu, să fie suficient pentru a realiza o coluziune, în comparație cu piețele caracterizate prin contracte încheiate pe termen scurt și caracterizate de renegocieri frecvente de prețuri. Cu toate acestea, în funcție de structura pieței, este posibil ca un schimb izolat să constituie un temei suficient

pentru ca întreprinderile participante să își concerteze comportamentul pe piață (și anume, să ajungă la o înțelegere comună asupra condițiilor coordonării) și să realizeze, astfel, o cooperare practică interzisă.

TEZ TOUR S.R.L.
Reprezentată legal de
Director general Farid Rahmanov



© Copyright TEZ