



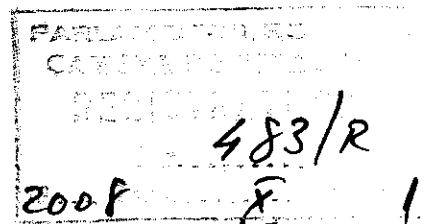
**COMISIA PENTRU POLITICĂ
ECONOMICĂ, REFORMĂ
ȘI PRIVATIZARE**

Parlamentul României
Camera Deputaților

B.P. Nr. 847 din 1.10.2008

**București, 30.09.2008
Nr. 21/13**

**BIROUL PERMANENT
AL
CAMEREI DEPUTAȚILOR**



Vă înaintăm, alăturat, **RAPORTUL** *Comisiei de anchetă privind acuzațiile de concurență neloială și practică monopolistă practicate de supermarketuri*, constituită prin Hotărârea Camerei Deputaților nr.13 din 17 martie 2008, în conformitate cu prevederile art.71, art.73 alin.(2) și art.79 din Regulamentul Camerei Deputaților, republicat, cu modificările ulterioare.





PARLAMENTUL ROMÂNIEI
CAMERA DEPUTAȚILOR

COMISIA PENTRU POLITICĂ
ECONOMICĂ, REFORMĂ
ȘI PRIVATIZARE

București, 30.09.2008
Nr. 21/13

RAPORTUL
COMISIEI DE ANCHETĂ PRIVIND ACUZAȚIILE DE CONCURENȚĂ
NELOIALĂ ȘI PRACTICĂ MONOPOLISTĂ PRACTICATE DE
SUPERMARKETURI

Prin Hotărârea Camerei Deputaților nr.13 din 17 martie 2008, în conformitate cu prevederile art.71, art.73 alin.(2) și art.79 din Regulamentul Camerei Deputaților, republicat, cu modificările ulterioare, a fost încuviințată efectuarea de către Comisia pentru politică economică, reformă și privatizare a unei anchete cu privire la acuzațiile de concurență neloială și practică monopolistă practicate de supermarketuri.

Motivale constituirii Comisiei de anchetă

▪ Repetatele semnale și dezbateri publice, dintre marile lanțuri de supermarket și producătorii autohtoni, prin care marile lanțuri comerciale sunt acuzate de practici monopoliste, concurență neloială față de producători, mod abuziv de stabilire a prețurilor în cadrul hipermarketurilor autohtone și de perceperea unor taxe ascunse, limitând astfel oferta de produse către populație.

▪ Domeniile de activitate ale Comisiei pentru politică economică, reformă și privatizare:

- problemele prețurilor și concurenței;
- mijloacele și instituțiile specifice ale economiei de piață;
- libera inițiativă;
- importul și exportul de capital; alte probleme privind strategia dezvoltării economice și politica reformei.

Scopul Comisiei de anchetă

- a) Verificarea acuzațiilor de concurență neloială;
- b) Modul de stabilire a prețurilor produselor în cadrul hipermarketurilor autohtone și de perceperea unor taxe ascunse;
- c) Verificarea acuzațiilor de practică monopolistă.

Perioada de anchetă: martie – septembrie 2008.

Metodele folosite

Metodele folosite au constat în:

- Solicitarea de informații referitoare la situația actuală, legislația aplicabilă respectiv legislația aplicată, precum și gradul de transpunere, în legislația românească, a normelor europene referitoare la modul de comercializare a produselor în cadrul marilor centre comerciale din partea:

- Consiliului Concurenței;
- Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor.
- Audierea reprezentanților asociațiilor patronale și sindicale ale producătorilor.
- Audierea reprezentanților supermarketurilor și hipermarketurilor din țara noastră.

Audierile s-au concretizat în stenograme.

- Analizarea documentelor puse la dispoziția Comisiei de anchetă de către persoanele audiate, precum și a punctelor de vedere transmise în scris de către reprezentanții acelor instituții care nu au fost prezente la audieri.

Componenta Comisiei de anchetă

Comisia de anchetă a fost formată din toți membrii Comisiei pentru politică economică, reformă și privatizare după cum urmează:

- dl. Tudose Mihai, președinte
- dl. Purceld Octavian Mircea, vicepreședinte
- dl. Vainer Aurel, vicepreședintele

- dl. Nosa Iuliu, secretar
- dl. Popa Cornel, secretar
- dl. Almăjanu Marin, membru
- dl. Almășan Liviu, membru
- dl. Băluț Lucian, membru
- dl. Lakatos Petru, membru
- dl. Brânză William Gabriel, membru
- dl. Buda Ioan, membru
- dl. Constantinescu Viorel, membru
- dl. Cristea Ioan, membru
- dl. Gereă Andrei Dominic, membru
- dl. Godja Petru, membru
- dl. Pascu Bogdan, membru
- dl. Sandu Gabriel, membru
- dl. Stoica Ion, membru
- dl. Teodorescu George Alin, membru
- dl. Uricec Eugen Constantin, membru din data de 16 septembrie 2008
- dl. Ursărescu Dorinel, membru
- dl. Vladu Iulian, membru din data de 16 septembrie 2008
- dl. Zamfirescu Dan Dumitru, membru

Cadrul legal

Cadrul legal care reglementează derularea activităților producătorilor și comercianților precum și relațiile comerciale dintre aceștia la care s-a raportat Comisia de anchetă este asigurat prin:

- *Legea nr.31/1996 privind regimul monopolului de stat, cu modificările și completările ulterioare;*
- *O.G. nr.130/2000 privind regimul juridic al contractelor la distanță, republicată;*

- *O.G. nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executia contractelor la distanță privind serviciile financiare, republicată;*
- *Legea nr.240/2004 privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defecte, republicată;*
- *Legea nr.289/2004 privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor, persoane fizice, republicată;*
- *Legea nr.193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori, republicată;*
- *Legea nr.449/2003 privind vânzarea produselor și garanțiile asociate acestora, republicată;*
- *Legea nr.245/2004 privind securitatea generală a produselor, republicată;*
- *Legea nr.12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *O.G. nr.106/1999 privind contractele încheiate în afara spațiilor comerciale, republicată;*
- *O.G. nr.21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;*
- *O.U.G. nr.97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, republicată;*
- *Legea nr.363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor.*

Prezentarea punctului de vedere al reprezentanților asociațiilor patronale și sindicale ale producătorilor.

Au participat la audierile organizate de Comisia de anchetă:

- ✚ *Domnul Sorin Minea, președintele Asociației Române a Cărnii - ARC și a Federației Patronale Române din Industria Alimentară - ROMALIMENTA;*
- ✚ *Domnul Valeriu Steriu, președintele Asociației Patronale Române din Industria Laptelui – APRIL;*

✚ Doamna Alice Dumitrescu, reprezentantul Asociației Patronale Române din Industria Laptelui – APRIL ;

✚ Domnul Valeriu Cotea, președintele Patronatului Național al Viei și Vinului - PNVV;

✚ Domnul Ovidiu Gheorghe, directorul general al Patronatului Național al Viei și Vinului - PNVV;

✚ Domnul Aurel Popescu, președintele Patronatului Român din Industria de Morărit, Panificație și Produse Făinoase - ROMPAN ;

✚ Domnul Dragoș Frumosu, președintele Federației Naționale a Sindicatelor din Industria Alimentară - FSIA;

✚ Doamna Maria Grapini, președintele Federației Patronale a Industriei Ușoare - FEPAIUS.

Principalele deficiențe și probleme prezentate și susținute în fața Comisiei de anchetă au fost:

▪ Acuzațiile privind practicile abuzive referitoare la plățile solicitate de către supermarketuri furnizorilor ca precondiție pentru a fi înscrși pe lista de furnizori; contribuțiile financiare în schimbul promovării produselor; acordarea de discounturi anticipate, compensații atunci când profiturile la vânzare au fost mai mici decât cele furnizate, plățile pentru acoperirea produselor pierdute; contribuțiile pentru amenajarea și deschiderea de noi magazine sau reducerea prețurilor, sub amenințarea de a nu le mai primi produsele la raft, în condițiile în care majoritatea producătorilor sunt dependenți de canalele de distribuție ale marilor lanțuri de retail.

▪ Domnul Sorin Minea, **președintele Asociației Române a Carnii**, afirma că peste 60% din cifra de afaceri a producătorilor de carne din țara noastră se realizează prin vânzările derulate prin aceste lanțuri; în sectorul lactatelor, această pondere situându-se, potrivit domnului **Valeriu Steriu, președintele Asociației Patronale Române din Industria Laptelui**, între 60% și 70%.

▪ Supermarketurile folosesc în relațiile cu furnizorii un sistem de practici discriminatorii și anticoncurențiale impunând producătorilor să nu comercializeze altor magazine produse la prețuri mai mici care conduc la creșterea artificială a prețurilor pe piață, acesta ducând și la dispariția magazinelor de proximitate (specializate) deoarece

condițiile impuse de supermarketuri elimină producătorii mici, locali, tradiționali care nu pot satisface volumele și condițiile impuse (de livrare, financiare etc.), potrivit reprezentanților **producătorilor agricoli și a celor din industria alimentară.**

- Dezvoltarea excesivă a supermarketurilor și hipermarketurilor are ca efect negativ limitarea diversității de produse pentru consumatori.

- Acuzațiile privind "lipsa de transparență" a constituirii prețului de raft creează confuzie în rândul consumatorilor în ceea ce privește adaosul comercial real: prin folosirea "taxelor ascunse" se ajunge la o creștere artificială a prețurilor de vânzare, iar profitabilitatea supermarketurilor poate ajunge până la 60%, în timp ce producătorii și consumatorii înregistrează pierderi, potrivit **reprezentanților Patronatului Național al Viei și Vinului.**

Prezentarea punctului de vedere al reprezentanților supermarketurilor și hipermarketurilor din țara noastră

Au participat la audierile organizate de Comisia de anchetă:

- ✚ *Domnul Alexandru Vlad, membru al Consiliului de Administrație Selgros.*
- ✚ *Domnul Adrian Manolache, avocat, împuternicit al Rewe România, operator al lanțurilor de magazine Penny Market și Penny Market XXL.*
- ✚ *Domnul Regis Mougel, reprezentând Grupul Auchan.*
- ✚ *Doamna Delia Cucu, reprezentând Metro Grup în România.*
- ✚ *Domnul Filip Leugeot reprezentant Cora.*

Principalele deficiențe și probleme, prezentate și susținute în fața Comisiei de anchetă au fost:

- **Disfuncționalitățile la nivelul eficienței comerțului** pe care-l practică atât producătorii, distribuitorii cât și comercianții.
 - Aceste deficiențe sunt pe cale de a fi reglate prin mecanisme de piață, diferendul dintre producători, distribuitori și comercianți nefiind un diferend generalizat. Acest diferend a survenit ca urmare a nemulțumirilor forțate, ale unora dintre producătorii și furnizorii care activează pe piața comerțului cu produse alimentare, în opinia **domnului Adrian Manolache**, împuternicit al

Rewe România, operator al lanțurilor de magazine Penny Market și Penny Market XXL.

- În situația în care, în urma unor anchete obiective se va ajunge la concluzia că unele dintre aceste deficiențe urmează a fi reglementate pe cale legislativă, reprezentantul Rewe România a declarat că sunt deschiși la orice colaborare, orice cooperare pentru buna funcționare a acestei piețe.
- În ceea ce privește **fixarea prețurilor**, **domnul Regis Mougel**, reprezentând **grupul Auchan** a declarat că nu există niciun acord între marii comercianți, fixarea prețurilor fiind complet liberă.
- În privința **taxelor ascunse**, reprezentantul grupului Auchan a susținut că toate aceste taxe sunt negociate cu furnizorii și nu s-au purtat niciodată negocieri sub presiune. Condițiile sunt negociate, acceptate și incluse în contract, acesta fiind acceptat de ambele părți, în orice moment furnizorul putând refuza semnarea contractului.
- În privința **acuzărilor de practici monopoliste**, aduse de către furnizori și producători, domnia sa a susținut că acestea nu există, pentru că întregul domeniu este în curs de dezvoltare, iar însăși intrarea pe piață a acestor magazine noi reprezintă un factor de scădere a prețurilor pentru consumatorul român. Datorită marii distribuții, inflația rămâne la un nivel scăzut. De asemenea, marea distribuție permite oamenilor să cunoască o îmbunătățire a puterii de cumpărare, ameliorarea securității alimentare și, de asemenea, permite întreprinzătorilor și furnizorilor locali să se dezvolte.
 - Punctul de vedere al **Metro Grup din România** atât divizia de cash and carry cât și divizia de hipermarket (Real Hipermarket) a fost reprezentat de **doamna Delia Cucu** care a declarat că Metro Group este o companie internațională care funcționează de 44 de ani și a ajuns la un număr de 31 de țări, iar peste tot, acolo unde este prezent, toate practicile sale comerciale sunt aliniate atât la strategia grupului, cât și la legislația țării unde își desfășoară activitatea, neexistând nicio altă condiție de stabilire a prețurilor, decât, pur și simplu, interacțiunea dintre cerere și ofertă. Metro Group, ca primă opțiune, alege întotdeauna producătorii locali, din motive de confortabilitate a afacerii.

- O altă problemă ridicată de reprezentanții supermarketurilor și hipermarketurilor a fost **capacitatea redusă de a asigura constant volume mari de produse** a majorității producătorilor și furnizorilor români. Reprezentantul Metro Grup a ridicat problema necesității ca furnizorii să fie extrem de puternici din punct de vedere al asigurării sortimentului, calității, modalității de ambalare și a ritmicității în aprovizionare, condiții necesar a fi respectate atât de către furnizorii români cât și de cei străini.
- **Neadaptarea producătorilor autohtoni la principiile concurențe libere.** Reprezentantul Metro Grup a insistat asupra oportunității ca furnizori români, parteneri ai Metro Grup să își poată extinde afacerea devenind furnizori internaționali pentru produsele care sunt căutate, insistând asupra condițiilor strict necesare de îndeplinit de către aceștia și anume calitatea și standardele internaționale.
 - O concluzie împărtășită de toți cei prezenți a fost că marile rețele de supermarketuri și hipermarketuri au implementat în România condițiile solicitate pe plan internațional în ceea ce privește calitatea produselor, au creat un important număr de locuri de muncă și plătesc sume importante către bugetele locale provenite din taxe și impozite.
- O altă deficiență, în opinia reprezentanților supermarketurilor și hipermarketurilor, întâmpinată în relațiile comerciale cu producătorii autohtoni a fost **slaba capacitate a acestora de negociere și ofertă a unor discounturi atractive**, față de ofertele marilor companii transnaționale.
- Reprezentantul Grupului Cora, domnul Filip Leugeot a declarat că sunt **deschiși către dialog și negociere** pentru a găsi soluții la problemele ridicate de aceștia, afirmație acceptată de către toți cei prezenți.
- În finalul dezbaterilor, reprezentanții supermarketurilor și hipermarketurilor prezenți pe piața românească au fost de acord asupra faptului că piața mondială întâmpină unele dificultăți ca urmare a creșterii prețului la materiile prime, ceea ce influențează și producătorii autohtoni.

**Prezentarea punctului de vedere al Consiliului Concurenței, transmis, în scris,
Comisiei de anchetă**

Reprezentanții Consiliului Concurenței au trimis Comisiei un punct de vedere, care conținea în principal prezentarea contextului intern și european cu privire la definirea piețelor relevante și la modalitatea de acțiune a altor țări, detaliind modul de acțiune și reglementările relevante privind comercializarea produselor și serviciilor, în vigoare la noi în țară, după cum urmează:

■ Potrivit art.5 din Legea concurenței nr.21/1996, republicată, sunt interzise orice înțelegeri exprese sau tacite între agenții economici ori asociațiile de agenți economici, orice decizii luate de asociațiile de agenți economici și orice practici concertate, care au ca obiect sau au ca efect restrângerea, împiedicarea ori denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care urmăresc: fixarea concertată, în mod direct sau indirect, a prețurilor de vânzare ori de cumpărare, a tarifelor, a rabaturilor, a adaosurilor, precum și a oricăror alte condiții comerciale; limitarea sau controlul producției, distribuției, dezvoltării tehnologice ori investițiilor; împărțirea piețelor de desfacere sau a surselor de aprovizionare, pe criteriu teritorial, al volumului de vânzări și achiziții ori pe alte criterii; aplicarea, în privința partenerilor comerciali, a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel, unora dintre ei, un dezavantaj în poziția concurențială.

Pot fi exceptate de la interdicțiile de mai sus acele înțelegeri care îndeplinesc cumulativ următoarele condiții: efectele pozitive prevalează asupra celor negative sau sunt suficiente pentru a compensa restrângerea concurenței provocată de respectivele înțelegeri; beneficiarilor sau consumatorilor li se asigură un avantaj corespunzător celui realizat de părțile la respectiva înțelegere; eventualele restrângeri ale concurenței sunt indispensabile pentru obținerea avantajelor scontate, iar, prin respectiva înțelegere, părților nu li se impun restricții care sunt necesare pentru realizarea obiectivelor enumerate mai sus; respectiva înțelegere nu dă părților posibilitatea de a elimina concurența de pe o parte substanțială a pieței produselor la care se referă; înțelegerea contribuie sau poate contribui la ameliorarea producției ori distribuției de produse; întărirea pozițiilor concurențiale ale întreprinderilor mici și mijlocii pe piața internă; practicarea în mod durabil a unor prețuri substanțial mai

redușe pentru consumatori. Exceptările sunt acordate de către Consiliul Concurenței pentru cazuri individuale de înțelegeri, sub formă de dispensă.

Potrivit dispozițiilor art.6 din Legea concurenței nr.21/1996, republicată, este interzisă folosirea în mod abuziv a unei poziții dominante deținute de către unul sau mai mulți agenți economici pe piața românească ori pe o parte substanțială a acesteia, prin recurgerea la fapte anticoncurențiale, care au ca obiect sau pot avea ca efect afectarea activității economice ori prejudicierea consumatorilor. Asemenea practici abuzive pot consta, în special, în: impunerea, în mod direct sau indirect, a prețurilor de vânzare sau de cumpărare, a tarifelor ori a altor clauze contractuale inechitabile și refuzul de a trata cu anumiți furnizori sau beneficiari; limitarea producției, distribuției sau dezvoltării tehnologice în dezavantajul utilizatorilor ori consumatorilor; aplicarea, în privința partenerilor comerciali, a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel, unora dintre ei, un dezavantaj în poziția concurențială; condiționarea încheierii unor contracte de acceptare, de către parteneri, a unor clauze stipulând prestații suplimentare care, nici prin natura lor și nici conform uzanțelor comerciale, nu au legătură cu obiectul acestor contracte; practicarea unor prețuri excesive sau practicarea unor prețuri de ruinare, în scopul înlăturării concurenților, sau vânzarea la export sub costul de producție, cu acoperirea diferențelor prin impunerea unor prețuri majorate consumatorilor interni; și exploatarea stării de dependență în care se găsește un alt agent economic față de un asemenea agent sau agenți economici 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.

De asemenea, potrivit art.8 din Legea concurenței nr.21/1996, republicată, prevederile art.5 nu se aplică în cazul agenților economici sau grupărilor de agenți economici la care cifra de afaceri pentru exercițiul financiar precedent recurgerii la comportamente susceptibile a fi calificate practici anticoncurențiale nu depășește un plafon stabilit anual de către Consiliul Concurenței și: cota de piață totală a agenților economici implicați în înțelegerea, decizia asociației de agenți economici sau practica concertată nu depășește 5% pe niciuna dintre piețele relevante afectate, în cazul înțelegerilor, deciziilor luate de asociațiile de agenți economici sau practicilor concertate dintre agenții economici concurenți; sau cota de piață a fiecărui agent economic implicat în înțelegerea, decizia asociației de agenți economici sau practica concertată nu depășește

10% pe nici una dintre piețele relevante afectate, în cazul înțelegerilor, deciziilor luate de asociațiile de agenți economici sau practicilor concertate dintre agenții economici care nu sunt concurenți. Limitele prevăzute mai sus nu sunt aplicabile practicilor anticoncurențiale interzise prin prevederile art. 5, atunci când acestea privesc prețuri, tarife, acorduri de partajare a pieței sau licitații.

- Ponderea comerțului modern (prin supermarketuri și hipermarketuri) reprezintă aproximativ 35% din totalul comerțului cu produse de larg consum, sub nivelul de 40%-50% considerat a indica, în jurisprudența Uniunii Europene, o poziție dominantă de piață, nefiind, pentru moment, necesară o investigație în acest domeniu.

- În România, agenții economici care desfășoară comerț modern reprezintă aproximativ 35% din totalul comerțului cu produse de larg consum, conform datelor aflate la dispoziția autorității de concurență. Ca atare, balanța comerțului cu produse preponderent alimentare din România este încă înclinată spre comerțul tradițional, prin magazine alimentare de mici dimensiuni;

- Structura comerțului modern din România este caracterizată de un grad redus de concentrare, acest fapt fiind demonstrat de cota valorică deținută de primele 10 supermarketuri și hipermarketuri (aproximativ 20%), conform datelor aferente anului 2006, față de minim 60% în alte state.

Prezentarea punctului de vedere al Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (A.N.P.C.), transmis, în scris, Comisiei de anchetă

Reprezentanții Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, au trimis Comisiei un punct de vedere, care conținea în principal prezentarea contextului european al legislației privind concurența neloială și practicile anticoncurențiale aplicate de unele state ale Uniunii Europene, cum ar fi Marea Britanie, Franța sau Germania.

Referitor la piața românească, A.N.P.C. consideră necesară implicarea Consiliului Concurenței, care prin anchetele pe care le poate desfășura, poate identifica practicile anticoncurențiale în raportul dintre supermarketuri și furnizorii acestora.

Datorită atribuțiilor sale specifice, A.N.P.C. nu poate interveni în domeniul practicilor concurențiale de monopol, al alcătuirii prețurilor și în general, în domeniul

relațiilor dintre operatorii economici ci numai în relațiile dintre comercianții respectivi, prestatorii de servicii și consumatori, ca persoane fizice.

Având în vedere lipsa tradiției în România, în elaborarea și mai ales în respectarea prevederilor din codurile de buna practică, A.N.P.C. consideră că pentru acest moment al dezvoltării pieței ar fi mai utilă o propunere de măsură legislativă din partea Consiliului Concurenței.

De asemenea, A.N.P.C., consideră necesară, ca o măsură complementară celei legislative, impunerea unor restricții în amplasarea supermarketurilor pentru a nu se distruge comerțul de proximitate.

CONCLUZIILE COMISIEI DE ANCHETĂ:

În urma audierilor, a analizării punctelor de vedere prezentate Comisiei și a documentelor primite spre analiză, membrii Comisiei de anchetă privind acuzațiile de concurență neloială și practică monopolistă practicate de supermarketuri, au ajuns la următoarele concluzii:

▪ Având în vedere importanța deosebită a problematicii practicilor comerciale dintre producători, distribuitori și comercianții prezenți pe piața românească, începerea audierilor publice din cadrul anchetei parlamentare încuvișate de plenul Camerei Deputaților, precum și derularea mai multor întâlniri bilaterale organizate și găzduite de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, reprezentanții marilor rețele comerciale de pe piața românească precum și cei ai producătorilor de produse agro-alimentare, au făcut posibilă o schimbare de atitudine, aceștia conștientizând atât limitele reciproce de acceptabilitate și suportabilitate financiară cât și punctele nevralgice ale relațiilor lor contractuale, pasibile a face obiectul unor viitoare sancțiuni cât și în relația acestora față de consumator - mult mai atent la prețurile și calitatea produselor comercializate în supermarketuri. În acest sens a fost redactat **Codul de bune practici pentru comerțul cu produse agroalimentare** care a fost semnat de reprezentanții: *Metro Cash&Carry, Real-Hypermarket, Cora, Selgros Cash&Carry, Carrefour, Auchan și Kaufland*, din partea supermarketurilor și hipermarketurilor și reprezentanții: *Romalimenta, Asociația Română a Cărnii, Asociația Patronală din Industria Laptelui, Patronatul Național al Viei*

și Vinului, Rompan, Patronatul Român al Cărnii de Porc și Uniunea Națională a Crescătorilor de Păsări, din partea patronatelor din industria alimentară.

- Având în vedere expansiunea marilor lanțuri de magazine, întâmpinată cu entuziasm de autorități, care au și oferit facilități investiționale supermarketurilor și hipermarketurilor pentru a deschide cât mai multe unități, s-a constatat că, dincolo de aspectele pozitive evidente, comerțul modern are și o serie de capcane și riscuri asociate, pe termen mediu și lung, evidențiate prin aceste audieri publice, atrăgând astfel atenția autorităților implicate atât în crearea cadrului legislativ echidistant pentru toți actorii implicați, cât și celor chemate să vegheze la aplicarea și respectarea întocmai a legislației în domeniu.

- Unul dintre cele mai importante aspecte sesizate de către furnizori și producători a fost cel referitor la impunerea, de către marile rețele comerciale, a unui preț minim obligatoriu pentru furnizor în relațiile cu alți comercianți, lucru care, în opinia acestora duce la influențarea prețului pieții. În urma dezbaterilor și a discuțiilor dintre părți, s-a stabilit necesitatea ca acest aspect să fie soluționat prin elaborarea Codului de bune practici și să fie reliefat în cadrul negocierilor viitoarelor contracte comerciale, în funcție de avantajele specifice acordate comerciantului, cum ar fi discount-uri, bonus-uri, promoții etc.

- Atât reprezentanții furnizorilor și producătorilor cât și cei ai marilor lanțuri comerciale au recunoscut aplicarea, în cadrul contractelor dintre ei, a mai multor tipuri de taxe, în care sunt incluse costurile de marketing, deschidere sau reamenajare de magazine sau taxarea unor servicii de depozitare sau publicitate, unele dintre acestea neputând fi verificate de către plătitorii acestora, sau fiind facturate după efectuarea lor.

- În ceea ce privește modul de facturare și al termenelor de plată, atât reprezentanții furnizorilor și producătorilor cât și cei ai marilor lanțuri comerciale au adus argumente pertinente în sprijinul propriilor opinii, rezolvarea acestei dispute fiind soluționată prin acceptarea, de ambele părți, ca întârzierile la plata furnizorilor să fie similare cu cele plătite de furnizori în situațiile prevăzute în contracte.

- De asemenea, o concluzie a dezbaterilor Comisiei de anchetă a fost acceptarea de către ambele părți ca termenele de plată stipulate în contracte să nu depășească 30 de zile, în special pentru produsele agro-alimentare și să nu mai fie impuse cantități minime de comandă.

- De asemenea, reprezentanții furnizorilor și producătorilor au recunoscut necesitatea unor investiții masive atât în dezvoltarea sistemului de colectare a materiilor prime cât și al prelucrării acestora, în condiții tehnologice moderne, în special în cazul produselor agro-alimentare, pentru creșterea calității acestora și a siguranței alimentare și conformării lor cu standardele europene în vigoare.

- O altă concluzie a acestei anchete este necesitatea pentru furnizorii și producătorii autohtoni de a acționa în spiritul unei reale competiții de piață, de acceptare a corelării prețurilor de vânzare cu modificările fiscale intervenite în plata accizelor, a taxelor vamale sau a diferențelor de curs valutar precum și a efectuării de investiții specifice în sensul creșterii calității managementului intern și al resurselor umane.

Comisia parlamentară de anchetă privind acuzațiile de concurență neloială și practică monopolistă practicate de supermarketuri,

în urma:

- analizării punctelor de vedere prezentate atât în timpul audierilor cât și a documentelor solicitate autorităților guvernamentale, în contextul european al relațiilor comerciale dintre producători, distribuitori și comercianți,
- luând act de redactarea și semnarea *Codului de bune practici pentru comerțul cu produse agroalimentare*, între producătorii de produse agro-alimentare și reprezentanții supermarketurilor și hipermarketurilor de pe piața românească,

în vederea:

- creării condițiilor favorabile pentru apariția unei reale concurențe, în așa fel încât producătorii să își poată comercializa produsele și în afara lanțurilor comerciale, prin alocarea unor spații comerciale speciale, respectând normele legale în vigoare,
- stimulării fiscale corespunzătoare, a modernizării și tehnologizării producătorilor autohtoni, a investițiilor în infrastructură, pentru respectarea

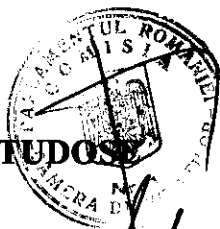
normelor și standardelor Uniunii Europene pentru a putea accesa și piețele europene,

propune:

- *începerea derulării unui proces de consultări cu reprezentanții producătorilor și furnizorilor autohtoni și cei ai marilor supermarketuri și hipermarketuri prezenți pe piața românească, pe baza reglementărilor cuprinse în actualul Cod de bune practici, ținând cont de experiența legislativă a statelor europene precum și de recomandările specifice comunitare, în vederea redactării unei propuneri legislative pentru reglementarea relațiilor dintre producători, distribuitori și comercianți, pentru favorizarea condițiilor de concurență liberă și a accesului micilor producători la consumatori.*

Președinte

Mihai TUDOSE



Vicepreședinte

Octavian Mircea PURGELD

Vicepreședintele

Aurel VAINER

Secretar

Iuliu NOSA

Secretar

Cornel POPA

Membru

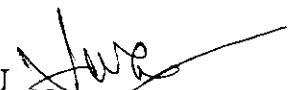
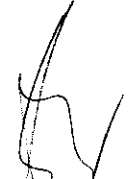
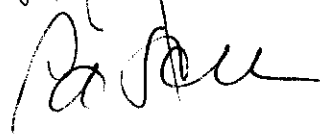
Marin ALMĂJANU

Membru

Liviu ALMĂȘAN

Membru

Lucian BĂLUȚ

Membru	Petru LAKATOS	
Membru	William Gabriel BRÂNZA	
Membru	Ioan BUDA	
Membru	Viorel CONSTANTINESCU	
Membru	Ioan CRISTEA	
Membru	Andrei Dominic GEREĂ	
Membru	Petru GODJA	
Membru	Bogdan PASCU	
Membru	Gabriel SANDU	
Membru	Ion STOICA	
Membru	George Alin TEODORESCU	
Membru	Eugen Constantin URICEC	
Membru	Dorinel URSĂRESCU	
Membru	Iulian VLADU	
Membru	Dan Dumitru ZAMFIRESCU	