



## Document de poziție privind Proiectul de Ordin al Președintelui ANPC privind informarea consumatorilor de către operatorii economici cu privire la adaosul comercial aplicat în raport cu prețul de achiziție, publicat în consultare publică la data de 18 martie 2025

având în vedere **Proiectul de Ordin al Președintelui ANPC privind informarea consumatorilor de către operatorii economici cu privire la adaosul comercial aplicat produselor comercializate în raport cu prețul de achiziție**, publicat în consultare publică la data de 18 martie 2025, care ar urma să instituie obligații în sarcina operatorilor economici de a afișa adaosul comercial practicat pentru fiecare produs comercializat, în raport cu prețul de achiziție, precum și prețul de import, respectiv prețul primului distribuitor („**Proiectul**” și/sau „**Măsura Preconizată**”),

Proiectul de ordin are ca scop declarat implementarea unei obligații de informare suplimentară a consumatorilor cu privire la adaosul comercial aplicat fiecărui produs, în raport cu prețul de achiziție. Ordinul prevede că aceasta ar trebui să se facă prin inscripționarea pe produs sau în imediată vecinătate unde produsul este expus, iar în cazul vânzărilor online, prin afișarea în același câmp vizual în care este expus prețul produsului.

În cazul importurilor (din țări terțe) sau achizițiilor din piața unică, se prevede și obligația pentru intermediari/distribuitori de a comunica prețul de import, respectiv prețul primului distribuitor.

În raport cu argumentele de natură juridică expuse pe larg în cele ce urmează și **implicațiile economice negative pe care le pot avea acest prevederi, asupra pieței și asupra consumatorilor**, organizațiile semnatare ale prezentei își manifestă **opoziția categorică față de Proiect**, având în vedere că Măsura Preconizată este **contrară legislației în vigoare**, va conduce la distorsionarea mediului concurențial în lanțul de aprovizionare al produselor alimentare și nealimentare și la **încălcarea drepturilor operatorilor economici** ce își desfășoară activitatea pe teritoriul României.

**Din perspectivă concurențială**, un astfel de demers este contrar regulilor de concurență care limitează schimburile de informații sensibile din punct de vedere comercial între agenții economici care operează pe piață.

Obligația de transparentizare a adaosului comercial practicat de către operatorii economici poate antrena următoarele consecințe negative asupra fenomenului concurențial liber și eficient:

- Obligația de afișare a adaosului comercial ar putea reduce inițiativele concurențiale de scădere a prețurilor, întrucât operatorii economici vor putea anticipa și alinia strategiile concurenților, generând prețuri mai mari pentru consumatori;
- Publicarea adaosului comercial ar permite concurenților să ajusteze prețurile, fără a fi nevoie de acorduri explicite, ceea ce poate duce la alinierea prețurilor, constituind astfel o încălcare gravă a normelor de concurență (efect anticoncurențial);
- Crearea unor bariere pentru acei operatori economici care doresc să pătrundă pe piață prin folosirea unei strategii de preț atractiv pentru consumatori, întrucât operatorii economici existenți își vor putea ajusta rapid adaosul comercial în scopul neutralizării oricărui avantaj competitiv;
- Descurajarea investițiilor realizate de către operatorii economici în scopul progresului tehnologic și diversificării ofertelor comerciale.

**Din perspectiva impactului**, afișarea la raft a prețurilor de achiziție, de import sau al prețului primului distribuitor de pe lanț și a adaosului comercial, va genera în mod evident confuzie la nivelul consumatorilor,

cunoașterea acestor detalii comerciale neaducând în concret niciun avantaj real, documentat, pentru aceștia din urmă. De asemenea, calitatea produselor oferite riscă să scadă, comercianții putând fi determinați să aleagă pentru portofoliul lor produse cu adaos mic, în defavoarea celor cu calitate ridicată.

În cadrul unei strategii comerciale, cheltuielile directe și indirecte suportate de comerciant pot influența adaosul comercial – conform Măsurii Preconizate nu este clar cum se calculează prețul de achiziție și cum va fi posibilă calcularea adaosului comercial față de variațiile cheltuielilor directe și indirecte. Prețul final al produsului depinde de factori variabili (i.e. creșterea cheltuielilor cu energia electrică poate determina scăderea adaosului comercial, pentru menținerea aceluiași preț de vânzare). **Adaosul comercial nu este echivalent cu profitul net, comerciantul având propriile costuri, pe care le acoperă din adaosul comercial. Surplusul efectiv nealocat costurilor nu este adaosul comercial, ci este profitul net;**

**Din perspectiva implementării**, în elaborarea politicilor de prețuri, și respectiv adaos, comercianții au, în funcție de modelul de afaceri și sector, o plajă foarte largă de variabile (ex. stocuri, relații comerciale, campanii, etc.). Acestea nu pot fi reflectate prin publicarea adaosului, fiind și situații (expuse mai jos) în care măsura ar fi imposibil de implementat.

**Din perspectiva legislației naționale** în materie de protecția consumatorilor și tehnică legislativă, ANPC poate emite ordine și instrucțiuni **numai** în exercitarea atribuțiilor sale, ceea ce nu este cazul în situația de față, unde este necesară legislație de ordin primar, adoptată de Guvern. În plus, în forma propusă, proiectul încalcă prevederi legislative în vigoare.

În cele ce urmează, expunem pe larg aceste aspecte și impactul economic negativ pe care Măsura Preconizată o va avea pe piață

### **Încălcarea legislației comunitare și naționale**

#### **a) Proiectul încalcă legislația și principiile în materie de concurență loială**

Modificarea propusă **încalcă principiul pieței libere și al secretului comercial**. Legislația actuală, atât la nivel european, cât și național, menține un echilibru între informarea consumatorului și protejarea concurenței.

În concret, Măsura Preconizată ar conduce la încălcarea art. 8 din Legea concurenței nr. 21/1996 („**Legea concurenței**”), prin care sunt interzise orice acțiuni sau inacțiuni ale autorităților și instituțiilor administrative care restrâng, împiedică sau denaturează concurența, prin limitarea libertății comerțului sau autonomiei întreprinderilor, respectiv stabilirea de condiții discriminatorii pentru activitatea întreprinderilor<sup>1</sup>. În cazul de față, interferează cu formarea prețurilor și strategiile comerciale ale operatorilor economici, și poate astfel să conducă la denaturarea concurenței prin transparentizarea excesivă a unor informații sensibile comercial.

Legea concurenței prevede la art. 4(1) și faptul că prețurile produselor trebuie să fie determinate liber prin concurență, în funcție de cerere și ofertă. Obligația de a dezvălui adaosul comercial contravine acestui principiu și creează presiuni artificiale asupra comercianților. Același obligație de a dezvălui adaosul permite competitorilor să își ajusteze strategiile de preț în mod artificial, facilitând astfel apariția unor practici anticoncurențiale.

De asemenea, Măsura Preconizată vine în contradicție cu art. 5 din Legea concurenței și art. 101 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene („**TFUE**”) care interzic, printre altele, înțelegerile și practicile concertate care au ca obiect și/sau ca efect distorsionarea mediului concurențial, inclusiv cele care au ca potențial efect transparentizarea, oferirea spre acces, precum și un potențial schimb de informații sensibile comercial, direct și/sau indirect, între operatori economici concurenți.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> În acest sens, amintim faptul că autoritatea de concurență are competența de a investiga și inclusiv sancționa autorități și instituții publice pentru încălcarea normelor prevăzute mai sus, existând numeroase astfel de cazuri care au impus intervenția Consiliului Concurenței. Dintre acestea, menționăm câteva exemple: Decizia nr. 62/2012 privind actele emise de Ministerul Economiei și ISCIR, Decizia nr. 36/2013 privind actele emise de ANSVSA, Decizia nr. 57/2007 privind conduita Ministerului Sănătății etc.

<sup>2</sup> În acest sens, avem în vedere și dispozițiile Orientărilor Comisiei Europene din anul 2023 privind aplicabilitatea art. 101 din TFUE la acordurile de cooperare orizontală („**Orientările CE**”), Secțiunea 6.2.3., care, în aplicarea regulilor de concurență din TFUE menționate mai sus, reglementează noțiunea de „*informații sensibile comercial*” și arată efectele nocive ale unei potențiale divulgări a acestor categorii de informații asupra piețelor libere, în cazul de față, asupra întregului sector de comercializare cu amănuntul a produselor alimentare și non-alimentare din România, în ansamblul său.

Măsura Preconizată **încalcă principiile stabilite de legislația comunitară și națională în materia secretului comercial**. Conform Directivei 2016/943<sup>3</sup> privind protecția know-how-ului și a informațiilor de afaceri nedivulgate (secrete comerciale) împotriva dobândirii, utilizării și divulgării ilegale („Directiva 2016/943”) secretul comercial poate fi divulgat fără posibilitatea de acordare a unor măsuri reparatorii doar în situații punctuale.<sup>4</sup> Or, Proiectul urmărește dezvăluirea unui secret comercial (i.e. cuantumul adaosului comercial) fără să existe vreunul dintre motivele prevăzute de Directiva 2016/943.

Conform art. 3 din OUG 25/2019, dobândirea unui secret comercial este considerată legală dacă este conformă cu practicile comerciale loiale, cu uzanțele pieței și dacă nu produce pagube participanților la piață. Dezvăluirea secretului comercial în contextul Proiectului este nelegală întrucât provoacă pagube evidente participanților la piață (i.e. imposibilitatea de fixare liberă a prețurilor, pierderea unor beneficii comerciale acordate pe baza unor criterii obiective din cauza nevoii de aliniere a prețurilor etc.)

Este important de menționat că **schimbul de informații între concurenți nu trebuie să fie explicit referitor la prețuri pentru a constitui o încălcare a regulilor concurenței**. În numeroase cazuri, **dezvăluirea unor elemente esențiale ale prețului final**, precum **adaosul comercial**, a fost considerată o practică anticoncurențială.

În raport cu exigențele legislației de concurență, precizăm faptul că cele două categorii de informații care ar face obiectul reglementării conform Proiectului (i.e. prețul de achiziție, respectiv adaosul comercial practicat), **reprezintă elemente cheie în strategia comercială a operatorilor economici din piață**. În același sens, facem trimitere și la clarificările Consiliului Concurenței cu privire la mecanismul de funcționare al acordurilor de vânzare – cumpărare pe lanțul de distribuție al produselor agricole și alimentare în contextul aplicării OUG nr. 67/2023, în scopul minimizării riscurilor cu privire la restrângerea concurenței pe piață.<sup>5</sup> Consiliul Concurenței a subliniat în mod expres faptul că prețurile de achiziție și adaosurile comerciale reprezintă date cu un caracter sensibil, care nu trebuie divulgate de către operatorii economici: **„pentru minimizarea transparenței în piață, este important ca distribuitorii din lanț să nu transmită mai departe informații cu privire la propriile prețuri de achiziție sau propriile cote de adaos aplicate (procent sau valoare absolută).”** Subliniem, de asemenea, faptul că autoritatea de concurență investighează și sancționează în mod constant comportamente de tipul schimburilor de informații cu privire la prețuri și/sau înțelegerilor cu privire la prețuri.<sup>6</sup>

Manipularea mecanismelor de formare a prețurilor prin intermediul legislației este nu doar nepermisă, ci poate fi și **profund nocivă pentru competitivitatea economiei, pe termen mediu și lung**. De aceea, legislația concurenței protejează piața, inclusiv împotriva acțiunilor autorităților statului și garantează concurența corectă și liberă atât în beneficiul consumatorilor, cât și al agenților economici. Consumatorii beneficiază de cele mai bune prețuri posibile prin respectarea principiilor unei piețe libere, nedistorsionate de o legislație dedicată anumitor scopuri de control. Suntem surprinși că inițiatorul ordinului nu se raportează la preocuparea OECD pentru acest subiect și nu a apelat la Competition Assessment Toolkit pus la dispoziție de OECD.<sup>7</sup>

De altfel, din preambulul ordinului se deduc clar intențiile de control al mecanismelor pieței, folosindu-se termeni precum:

---

<sup>3</sup> Transpusă în legislația națională prin OUG 25/2019 privind protecția know-how-ului și a informațiilor de afaceri nedivulgate care constituie secrete comerciale împotriva dobândirii, utilizării și divulgării ilegale

<sup>4</sup> Art. 5 din Directiva 2016/943 - (a) pentru exercitarea dreptului la libertatea de exprimare și de informare, astfel cum este prevăzut în cartă, inclusiv respectarea libertății și pluralismului mijloacelor de informare în masă; (b) pentru dezvăluirea unei abateri, a unei fapte reprobabile sau a unei activități ilegale, cu condiția ca pârâtul să fi acționat în scopul protejării interesului public general; (c) divulgarea de către lucrători reprezentanților acestora ca parte a exercitării legitime de către reprezentanții respectivi a funcțiilor lor în conformitate cu dreptul Uniunii sau cu dreptul intern, cu condiția ca divulgarea să fi fost necesară pentru această exercitare legitimă; (d) în scopul protejării unui interes legitim recunoscut în dreptul Uniunii sau în cel intern.

<sup>5</sup> A se vedea în acest sens <https://www.consiliulconcurenței.ro/wp-content/uploads/2023/07/Precizari-acord-iul-2023.pdf> - Conform avizului emis de Consiliul Concurenței, autoritatea a semnalat o serie de **riscuri pe care măsura de plafonare a adaosului comercial aplicabilă pentru tot lanțul de distribuție (respectiv obligația distribuitorilor de a aplica un adaos comercial cumulativ de maximum 5% indiferent de numărul distribuitorilor de pe lanț) le-ar putea genera**. Printre aceste riscuri, autoritatea a făcut trimitere la **schimbul de informații sensibile între concurenți, efectele negative** putând consta inclusiv în **eliminarea de pe piață a unor concurenți** mai slabi.

<sup>6</sup> De exemplu, amintim sancțiunile aplicate de Consiliul Concurenței operatorilor pe piața leasing-ului financiar și a celor de pe piața asigurărilor, și menționăm investigația Consiliului Concurenței cu privire la furnizorii de ulei: <https://www.consiliulconcurenței.ro/wp-content/uploads/2023/03/inspectii-alimente-mar-2023.pdf>

<sup>7</sup> *Increased competition can improve a country's economic performance, open business opportunities to its citizens and reduce the cost of goods and services throughout the economy. However, numerous laws and regulations restrict competition in the marketplace. Many go further than necessary to achieve their policy objectives. The OECD's Competition Assessment Toolkit (OECD, 2019) helps governments to eliminate barriers to competition by providing a method for identifying unnecessary restraints on market activities and developing alternative, less restrictive measures that still achieve government policy objectives.*

- practici incorecte (cu referire evidentă la valorile adaosurilor comerciale, ce se cer acum expuse)
- eliminarea produselor care nu corespund (este clară convingerea ANPC că, independent de rațiunile economice, unele produse "nu corespund" din cauza valorii adaosului comercial și trebuie eliminate din piață).

În acest sens, amintim și faptul că o obligație similar aplicabilă operatorilor economici de a declara la organele fiscale adaosurile comerciale a fost abrogată prin Legea nr. 222/2020 de abrogare a Legii nr. 12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități de producție, comerț sau prestări de servicii ilicite și pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor („**Legea nr. 222/2020**”), fiind specificat în mod expres în Nota de fundamentare a Legii că România este o economie de piață liberă, unde prețurile sunt stabilite prin cerere și ofertă, iar astfel de norme nu sunt constituționale și încalcă principiul pieței libere.<sup>8</sup>

Implementarea Măsurii Preconizate nu numai că ar veni în contradicție cu tocmai elementele ce au stat la baza abrogării Legii nr. 12/1990, ci ar impune obligații care sunt mai restrictive și totodată nealiniat principiilor pieței libere, prin afișarea nu numai a adaosului comercial la nivel individual, ci și a prețului de achiziție, respectiv a prețului de import sau, după caz, a prețului primului distribuitor.

### b) Proiectul depășește sfera de atribuții a ANPC

Raportat la HG nr. 700/2012 privind organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor („**HG nr. 700/2012**”), prin eventuala emițere a Ordinului ANPC, **autoritatea depășește sfera atribuțiilor ANPC**, având în vedere că actele normative în domeniul protecției consumatorilor cu privire la fabricarea, ambalarea, etichetarea, conservarea, depozitarea, transportul, importul, comercializarea produselor, prestarea serviciilor pot fi emise doar **de Guvern, prin Hotărâre**, la propunerea ANPC, iar nu de ANPC sau președintele acestuia. Conform HG nr. 700/2012, Președintele ANPC poate emite ordine și instrucțiuni **numai** în exercitarea atribuțiilor sale, ceea ce nu este cazul în situația de față.

În plus, Măsura Preconizată nu reprezintă un instrument necesar pentru a proteja drepturile și interesele legitime ale consumatorului, ci dimpotrivă, transparentizarea elementelor menționate în Ordinul ANPC va conduce la efecte restrictive asupra concurenței, în detrimentul consumatorilor.

### c) Proiectul adaugă în mod nelegal și nejustificat la reglementările naționale și europene în materie de informare a consumatorilor

În materie de informare a consumatorilor, reglementările europene se concentrează cu precădere pe protecția consumatorilor împotriva practicilor comerciale neloiale:

- **Directiva 2005/29/CE** privind practicile comerciale neloiale interzice orice practică de natură să inducă în eroare consumatorii, dar **nu impune afișarea adaosului comercial**.
- **Directiva 2011/83/UE** privind drepturile consumatorilor **se concentrează pe asigurarea transparenței prețurilor și a informațiilor despre produse, fără a specifica necesitatea afișării adaosului comercial**.
- **Atât Directiva 2011/83/UE** a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, **cât și O.U.G. nr. 34 din 4 iunie 2014**, care transpune la nivel național Directiva anterior menționată, **utilizează noțiunea de preț total, atunci când se are în vedere informarea consumatorilor**.

<sup>8</sup> a se vedea Nota de Fundamentare a Legii nr. 222/2020 cu privire la declararea și afișarea adaosului comercial în care se analizează istoricul reglementărilor în materie de obligație de declarare a adaosului comercial:

- „norma privind declarația adaosului supraviețuiește din perioada de tranziție a României de la economia socialistă la o economie de piață, când statul controla încă formarea prețurilor, iar adaosul comercial reprezenta un astfel de instrument de control. (...)”. Liberalizarea prețurilor în România după 1989 a fost realizată treptat, prin HG 1109/1990, HG nr. 239/1991 și HG nr. 464/1991, toate aceste norme fiind abrogate prin HG nr. 474/1999 ce a avut ca scop eliminarea „din legislația României a unor acte normative care contravin Constituției sau sunt contrare noii ordini de drept”.
- normele prevăzute de HG nr. 464/1991 cu privire la reglementarea regimului prețurilor (ce prevedea, printre altele, norme referitoare la mecanismul de construcție al prețurilor cu amănuntul și la obligația de a declara adaosul comercial per produs) „nu sunt constituționale și încalcă principiul pieței libere.”

De asemenea, în cuprinsul O.G. nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, la Capitolul IV - Informarea și educarea consumatorilor, se menționează la art. 20 alin 4:

**„Vânzătorii și prestatorii de servicii trebuie să informeze consumatorii despre prețul final al produsului sau despre tariful serviciului prestat, pe care îl suportă consumatorul, care să cuprindă toate costurile, inclusiv taxa pe valoarea adăugată și toate costurile suplimentare, și să le ofere acestora toate informațiile și documentele tehnice, după caz, care trebuie să însoțească produsul sau serviciul.,,**

Potrivit art. 4 alin. 3 din Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, „**Actele normative date în executarea legilor, ordonanțelor sau a hotărârilor Guvernului se emit în limitele și potrivit normelor care le ordonă.,,**

**În contextul în care legislația națională în materie nu prevede obligația operatorilor economici de a informa consumatorii despre adaosul comercial practicat, instituirea unei astfel de obligații prin intermediul unui Ordin al președintelui ANPC reprezintă un exemplu clasic de adăugare la lege, fiind o măsură nelegală.**

Pe lângă toate argumentele anterioare referitoare la legalitatea și conformitatea propunerii cu principiile de concurență loială și piață liberă, subliniem și faptul că nicio țară din Uniunea Europeană nu impune o astfel de obligație, ceea ce plasează operatorii economici din România într-un **dezavantaj concurențial semnificativ** față de competitorii străini. O astfel de măsură riscă să genereze distorsiuni pe piața regională, dezavantaje competitive pe piața europeană și afectarea actorilor economici din România prin legalizarea unor instrumente specifice economiilor controlate de stat.

### ***Ineficiența Măsurii Preconizate din perspectiva asigurării dreptului la informare***

Prin actualele reglementări în materie<sup>9</sup>, se prevăd, în prezent, mecanismele necesare asigurării transparenței și informării corecte și complete a consumatorului. În ceea ce privește prețul unui produs, obligația de informare vizează prețul efectiv plătit de către consumator pentru achiziția produsului (și reducerile / taxele suportate de acesta), neexistând niciun beneficiu la nivelul consumatorului de a fi informat cu privire la prețul de achiziție / prețul de import / prețul de achiziție al distribuitorului. Posibilitatea clienților de a compara prețurile și de a face alegerile corecte este garantată prin obligațiile deja în vigoare, prețul total fiind relevant în acest scop și nu defalcarea lui pe componente. Limitarea informațiilor la care au acces în baza legislației enunțate mai sus, completată de alte mecanisme de protecție, este făcută în baza imposibilității de a limita informația strict la o categorie unică de “consumatori”; odată publicată ea devine accesibilă și entităților concurente din piață.

### ***Imposibilitatea practică de a implementa Măsura Preconizată***

În contextul dinamicii lanțului de aprovizionare cu produse alimentare și nealimentare, Măsura Preconizată este imposibil de implementat din punct de vedere practic, având în vedere o serie de implicații precum (cu titlu exemplificativ):

- structura condițiilor comerciale negociate de către furnizori și comercianți este deosebit de complexă și include (i) mecanisme de reduceri aplicate ulterior livrării (anual, semestrial etc.), condiționate de criterii (de ex. ținte de volum) a căror îndeplinire nu poate fi apreciată la momentul comercializării la raft a produsului sau (ii) reduceri comerciale asociate mai multor produse și care nu sunt alocate fiecărui produs / categorii de produse în parte.
- în cazul bunurilor de gen (ex. fructe, legume etc.), produsele comercializate la raft provin, de cele mai multe ori, de la furnizori distincți (inclusiv import / achiziții intracomunitare), sens în care este imposibilă afișarea la raft a tuturor prețurilor de achiziție, prețurilor de import și a prețurilor primilor distribuitori și a adaosurilor comerciale practicate;
- produsele comercializate la raft provin, uzual, din stocuri diferite, livrate la momente diferite, în temeiul unor condiții comerciale – prețuri de achiziție diferite.
- perioada de referință pentru calculul adaosului comercial nu poate fi stabilită cu exactitate – Măsura Preconizată nu prevede perioada de referință pentru calculul adaosului comercial. Există posibilitatea ca prețul de achiziție și remizele/risturnele agreeate conform contractului negociat la începutul anului

---

<sup>9</sup> în special OG nr. 21/1992, HG nr. 947/2000, OUG nr. 34/2014, Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii („**Legea nr. 363/2007**”);

să sufere modificări în funcție de eventualele reduceri care s-ar putea acorda în plus pe parcursul unei luni;

Aplicarea unei asemenea măsuri va conduce la încălcarea contractelor existente cu furnizorii de produse, dar și a legislației UE aplicabilă tuturor partilor contractante din UE, existând sancțiuni care vor fi aplicate de autoritățile competente în domeniul concurenței în pofida unui Ordin vădit ilegal, emis de o autoritate care nu are competență în această arie de reglementare.

### **Principalele efecte ale Măsurii Preconizate**

În cazul adoptării și implementării prezentului proiect de act normativ, atragem atenția asupra următoarelor efecte ce vor fi generate:

- a) Descurajarea investițiilor - Prin Măsura Preconizată vor fi afectate investițiile în sectoare cheie pentru economia României, cum este cel al retailului alimentar și non-alimentar, distribuție, procesare, precum și, nu în ultimul rând, producție. Acest aspect va avea un efect negativ nu numai asupra operatorilor economici din lanțul de aprovizionare alimentar și non-alimentar, dar și în industrii colaterale, cum ar fi construcții și materiale de construcții, antrepriză și sub-antrepriză, logistică și transport etc. În contextul politic incert de la acest moment, o nouă măsură care să creeze un nou blocaj la nivelul pieței libere și un dezechilibru în zona de producție și în lanțul de aprovizionare alimentar și non-alimentar va descuraja orice investitor, generând consecințe grave la nivelul economiei României pe termen mediu și lung, și va contribui la un rating de țară scăzut.
- b) Efecte negative la nivelul consumatorilor - Contrar argumentelor invocate de către ANPC, Măsura Preconizată nu va asigura o mai bună informare a consumatorilor sau respectarea drepturilor acestora. Afișarea la raft a prețurilor de achiziție, de import sau al prețului primului distribuitor de pe lanț și a adaosului comercial, va genera în mod evident confuzie la nivelul consumatorilor, cunoașterea acestor detalii comerciale neaducând în concret niciun avantaj real, documentat, pentru aceștia din urmă. De asemenea, calitatea produselor oferite riscă să scadă, comercianții putând fi determinați să aleagă pentru portofoliul lor produse cu adaos mic, în defavoarea celor cu calitate ridicată.
- c) Efecte negative la nivelul relațiilor B2B - Măsura Preconizată va determina un dezechilibru la nivelul lanțului de aprovizionare B2B și al relațiilor comerciale desfășurate exclusiv între profesioniști (e.g. importator - distribuitor, distribuitor - distribuitor, distribuitor - comerciant, distribuitor - producător, producător - procesator), în considerarea riscurilor asociate divulgării secretelor comerciale (e.g. facilitarea unor posibile comportamente anticoncurențiale, practici concertate), precum și inițierea unor valuri de conflicte între aceștia, în contextul prețului de achiziție negociat în funcție de volume, distanța etc., aspecte care sunt necunoscute consumatorilor, așa cum nu sunt transparentizate nici cheltuielile semnificative care apar în lanțul de producție, procesare și comercializare sau taxele multiple pe care toți operatorii economici le plătesc către bugetele de stat sau locale.
- d) Diferența de tratament între comercianții și platformele online stabilite pe teritoriul României prin comparație cu cele din afara României, în special din state terțe - Măsura preconizată va crea o obligație suplimentară de informare pentru comercianții și platformele online de pe teritoriul României, fără ca respectarea obligației să fie controlată și sancționată în raport cu comercianții și platformele online din state terțe care prestează servicii pe teritoriul României. Având în vedere încălcările sistematice ale dreptului UE săvârșite de platformele care provin din state terțe și lipsa unor acțiuni concrete de supraveghere și sancționare din partea autorităților naționale, Măsura preconizată va accentua diferențele de tratament între cele două tipuri de operatori economici.

Inițiativa ANPC de emitere a Măsurii Preconizate este contrară acțiunilor pe care Comisia Europeană intenționează să le întreprindă<sup>[1]</sup> pentru a crea condiții de concurență echitabile între comercianții UE și cei non-UE (eliminarea scutirilor de taxe vamale pentru achiziții non-UE sub o anumită sumă, coordonarea autorităților de supraveghere a pieței pentru aplicarea legislației UE în mod unitar entităților non-UE).

Prin comparație cu comercianții și platformele online non-UE, comercianții și platformele online vizate de Proiectul aplică deja proceduri pentru a asigura o informare clară și corectă a consumatorilor și pentru a bloca introducerea pe piață a unor produse nesigure sau neconforme cu legislația UE. Directiva 2011/83, transpusă în legislația națională prin OUG 34/2014 stabilește obligații clare de informare a consumatorilor în comerțul online, armonizate la nivel european. În egală măsură, comercianții și platformele UE sunt supuse unor reguli clare de protejare a consumatorilor, în temeiul

Regulamentului 2022/2065 privind o piață unică pentru serviciile digitale („**Regulamentul DSA**”) și Regulamentului 2023/988 („**Regulamentul GPSR**”).

- e) Efecte negative din punct de vedere logistic - Măsura Preconizată riscă să aibă un impact asupra modului de etichetare a produselor în sarcina revânzătorilor, asupra amenajării spațiului la raft, precum și să genereze probleme logistice majore, de ținere a evidenței/comunicării adaosurilor pe lanțul de achiziție, a prețurilor de import și/sau a prețurilor primului distribuitor, după caz, toate având un posibil efect direct asupra prețurilor de revânzare.
- f) Impact asupra lanțului de distribuție - Măsura Preconizată riscă să elimine forțat anumite verigi ale lanțului de distribuție și să genereze o creștere a prețurilor prin:
  - Costuri suplimentare determinate de rezilierea înainte de termen a unor contracte cu furnizori agreeți, parteneri de afaceri existenți
  - Costuri suplimentare legate de transportul mărfurilor de la depozitele producătorilor (aflate la distanțe incontrolabile, posibil mai mari) la depozitele din care sunt aprovizionate punctele de lucru ale comercianților.

În final, având în vedere argumentele prezentate de sus, credem că Măsura Preconizată ar reprezenta un comportament intruziv nedorit al statului față de mediul de afaceri, ar crea un climat investițional ostil în anumite sectoare ale economiei într-un context geopolitic oricum complicat, și, ca atare, reiterăm solicitarea noastră de a respinge în integralitate Proiectul ce are ca obiect Măsura Preconizată.