

Practici restrictive privind promovarea și vânzarea produselor

16 Apr 2015 | de Mihail Tănase



[1]

Ultimele modificări legislative referitoare la vânzările promoționale, practicile restrictive privind vânzările în soldare din legislația națională, dar și granița foarte ușor de trecut între impunerea sau recomandarea prețurilor de revânzare de către furnizori au reprezentat principalele teme de discuție ale workshopului legislativ organizat de revista Progresiv în colaborare cu Bulboacă și Asociații și integrat în programul Conferinței Progresiv de la Sinaia, ediția 2015.

Problemele cu care se confruntă comercianții din

România referitor la practicile restrictive în vânzarea de soldare, care nu se regăsesc și în Directiva Europeană privind practicile comerciale neloiale, au fost analizate de Cosmin Stăvaru, partener în cadrul firmei de avocatură Bulboacă și Asociații. Astfel, reglementările prevăzute în Ordonanța de Guvern nr. 99/2000 cuprind o serie de restricții care, la limită, ar putea fi considerate că instituie reglementări extinse la practici neloiale care nu sunt incluse în anexa Directivei Europene de specialitate. Legislația multor state membre UE nu conține restricții specifice privind vânzarea de soldare. În aceste state, obligațiile comercianților cu privire la vânzările de soldare se limitează la informarea corectă și respectarea principiilor generale de protecția consumatorilor.

În legea românească, reglementările considerate excesive se referă la faptul că vânzările de soldare se desfășoară numai în anumite perioade, stabilite prin lege sau de către autoritățile competente. În același timp, vânzările promoționale nu pot avea loc simultan cu vânzările de soldare, iar în anumite situații sunt interzise pe o perioadă de 30 de zile înaintea soldărilor. Mai mult, atribuțiile de control în materia vânzărilor de soldare sunt exercitate de mai multe autorități: primării, poliție, Ministerul Economiei, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC).

În contextul în care legislația românească în domeniu este destul de restrictivă, Consiliul Concurenței și ANPC au făcut demersuri pentru a face legea mai permisivă pentru comercianți, însă niciuna dintre aceste propuneri nu a fost aprobată până acum. Cel mai recent demers

de modificare a legii a venit din mediul de business, la nivelul Camerei de Comerț Româno-Americană AmCham fiind constituit un grup de lucru pentru redactarea unor propuneri de reducere a restricțiilor privind soldurile.

Un nou aviz necesar pentru vânzările promoționale

Recent, retailerii și furnizorii acestora au avut surpriza de a afla că vânzările promoționale sau la preț redus vor fi reglementate mai strict din această primăvară, odată cu intrarea în vigoare a unei noi modificări legislative. Aceasta impune obținerea unui aviz din partea Comitetului de Supraveghere al Oficiului Național pentru Jocuri de Noroc pentru toate acțiunile organizate de furnizori sau comercianți pentru consumatori în scopul stimulării vânzărilor, care nu presupun taxe de participare sau vreo altă cheltuială din partea participanților, și pentru orice activitate care implică un fond de câștiguri sau premii ce vor fi acordate unuia sau mai multor câștigători.

Conform reprezentanților companiilor prezente la workshop, aplicarea legii este încă deficitară, în condițiile în care legea nu a venit la pachet cu normele de aplicare, iar Comitetului de Supraveghere al Oficiului Național pentru Jocuri de Noroc nu a precizat ce promoții sunt vizate și ce promoții sunt exceptate.

Raft special pentru alimentele cu preț redus înainte de expirare

O altă prevedere legislativă intrată în vigoare la

sfârșitul lunii martie 2015, semnalată de avocatul Cosmin Stăvaru, se referă la expunerea în magazin a produselor alimentare și nealimentare cu preț redus aflate aproape de data de expirare (cu cel mult trei zile înainte de expirarea termenului de valabilitate).

Conform noilor reglementări (cuprinse în Legea nr. 57/2015), aceste produse trebuie puse în rafturi sau în standuri delimitate vizibil de restul produselor listate în magazin.

Despre sancțiuni și despre importanța manifestării unui comportament preventiv a vorbit Victoria Balaban, Comisar-Şef al Comisariatului Judeţean pentru Protecţia Consumatorilor Prahova. Aceasta, împreună cu Corneliu Buzu – şeful Comisariatului Regional (Sud-Muntenia) pentru Protecţia Consumatorilor – au răspuns întrebărilor adresate de participanţii la workshop, încercând să aducă lămuriri la prevederile și restricțiile impuse de lege.

Când ajung înțelegerile să fie considerate impuneri ale prețului de revânzare

În cea de-a doua parte a workshopului legislativ, Costin Teodorovici – partener la Bulboacă și Asociații – a analizat implicațiile înțelegerilor pe verticală între furnizori și retaileri/distribuitori referitor la prețul de revânzare al produselor. Problematika acestor înțelegeri este că pot fi considerate drept impuneri ale prețului de revânzare și atunci încalcă legislația în materie de concurență.

„Consiliul Concurenței are un regulament de exceptare în bloc care spune că, de principiu, înțelegerile verticale

sunt în regulă în anumite condiții. Una dintre condiții este cota companiilor implicate în înțelegere, care trebuie să fie mai mică de 30%. Încălcările considerate grave nu beneficiază însă de această exceptare”, a afirmat Costin Teodorovici.

O înțelegere considerată o încălcare gravă a legislației concurențiale este impunerea unui preț fix sau minim de revânzare. Astfel de înțelegeri pot fi făcute direct, prin clauzele contractuale clare, prin care cumpărătorul (în speță retailerul sau distribuitorul) se obligă să vândă produsul respectiv la un anumit preț, sau indirect, prin intermediul altor clauze contractuale. Astfel de clauze pot fi: stabilirea discounturilor pe care le pot aplica retailerii sau distribuitorii, acordarea unor stimulente pentru respectarea unui anumit preț de revânzare, condiționarea promoțiilor de un anumit preț.

Excepție de la aceste reguli, în care este permisă chiar fixarea prețurilor de revânzare, sunt contractele de agenție sau produsele nou lansate pe piață, în cazul cărora Comisia Europeană a fost de acord cu situațiile în care furnizorul aplică o fixare de preț temporară (de la două până la șase săptămâni).

Impunere versus recomandare

Există și anumite practici referitoare la recomandarea de preț sau impunerea de prețuri maximale care, în anumite cazuri, pot fi considerate impunere ale prețului de revânzare. „Un exemplu de recomandare care poate fi considerată impunere este prețul recomandat înscris pe ambalaj. Cumpărătorul se așteaptă ca acel preț să fie și la casă, deci este o presiune asupra

cumpărătorului. Dacă nu este precizat clar pe ambalaj că este vorba de un preț recomandat, iar decizia prețului final aparține cumpărătorului (retailer sau distribuitor), există posibilitatea ca acel preț recomandat să se transforme într-un preț impus”, a atras atenția Costin Teodorovici.

Pe piața FMCG locală, una dintre primele sancțiuni acordate de Consiliul Concurenței pentru fixarea prețului de revânzare a vizat înțelegerea dintre furnizorul de legume și fructe Interfruct și rețeaua de magazine Profi. În acest caz, era stabilit prin contract că „prețul de vânzare (la raft) al mărfii este stabilit de către furnizor”. Astfel, rețeaua Profi era obligată să nu micșoreze prețurile de vânzare stabilite de Interfruct, ceea ce, din punct de vedere concurențial, reprezenta o barieră în calea flexibilității prețurilor și o modalitate prin care acestea devin, în mod indirect, prețuri minime de vânzare.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/practici-restrictive-privind-promovarea-si-vanzarea-produselor>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/cosmin_s_tavaru.jpg