

# CONSILIUL INTERINSTITUȚIONAL ÎN DOMENIUL COMBATERII CONCURENȚEI NELOIALE

Ministerul Finanțelor Publice

Consiliul Concurenței

Consiliul Național al Audiovizualului

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor

Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci

Oficiul Român pentru Drepturile de Autor

## RAPORT ANUAL 2017

privind implementarea legislației cu impact relevant  
în menținerea unei piețe concurențiale loiale

### Preambul

Prezentul Raport se constituie în temeiul prevederilor art. 8<sup>2</sup> din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare<sup>1</sup> (denumită în continuare Legea nr. 11/1991), precum și ale prevederilor art. 5 lit. d) din HG nr. 162/2016 privind organizarea și funcționarea Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale<sup>2</sup>.

Înființarea Consiliului Interinstituțional a fost stabilită conform prevederilor art. 8<sup>1</sup> alin. (1) din Legea nr. 11/1991, acesta fiind un organism nepermanent, fără personalitate juridică, constituit în vederea definirii și implementării politicilor publice în domeniul combaterii concurenței neloiale, compus din reprezentanți ai următoarelor autorități:

---

<sup>1</sup> art. 8<sup>2</sup> din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu completările și modificările ulterioare: „anual, Consiliul interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale va emite un raport asupra implementării legislației în domeniul combaterii concurenței neloiale, care va fi înaintat Guvernului prin grija Ministerului Finanțelor Publice”;

<sup>2</sup> Art. 5 lit. d) din HG nr. 162/2016 privind organizarea și funcționarea Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale: “Consiliul interinstituțional are următoarele atribuții: elaborează raportul anual privind implementarea legislației cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale pentru anul precedent, care va fi înaintat Guvernului prin grija Ministerului Finanțelor Publice, până la data de 30 iunie a anului următor. Raportul va cuprinde o sinteză a principalelor acțiuni ale instituțiilor ce desfășoară activități în domeniile specifice cu impact relevant în menținerea unei piețe concurențiale loiale și, după caz, propuneri privind îmbunătățirea politicilor publice în domeniu”;

1. **Ministerul Finanțelor Publice** – organ de specialitate al administrației publice centrale care asigură protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și publicității comparative, conform art. 4-6 din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;
2. **Consiliul Concurenței** – autoritate administrativă autonomă în domeniul concurenței care asigură protecția întreprinderilor împotriva practicilor de concurență neloială, în limita competențelor încredințate prin Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare;
3. **Consiliul Național al Audiovizualului** – autoritate publică autonomă care asigură protejarea intereselor colective ale publicului în domeniul serviciilor audiovizuale, potrivit prevederilor art. 10 din Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare;
4. **Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului** – organ de specialitate al administrației publice centrale cu atribuții în domeniul protejării intereselor economice ale consumatorilor, care asigură protecția acestora, conform art. 10 – 15 din Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare și de asemenea, asigură protecția consumatorilor în cazul încălcării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, conform art. 7 alin. (2) din Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;
5. **Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci** – autoritate unică pe teritoriul României în asigurarea protecției proprietății industriale care îndeplinește în temeiul art. 3 pct. 10 din HG nr. 573/1998 privind organizarea și funcționarea Oficiului de Stat pentru Invenții și Mărci, cu modificările și completările ulterioare, atribuții în domeniul proprietății industriale, care decurg din dispozițiile legale în vigoare și din acordurile internaționale la care România este parte;
6. **Oficiul Român pentru Drepturile de Autor** – autoritate unică de reglementare, evidență prin registre naționale, supraveghere, autorizare, arbitraj și constatare tehnico-științifică, care îndeplinește atribuții în domeniul drepturilor de autor și al drepturilor conexe, în conformitate cu prevederile Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, cu modificările și completările ulterioare, precum și cu alte dispoziții legale în vigoare și acorduri internaționale la care România este parte.

Instituțiile enumerate anterior au fost identificate ca având atribuții relevante în domeniile specifice de activitate, cu impact în menținerea unei piețe concurențiale loiale, dobândind astfel calitatea de membri în cadrul Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale, coordonat de către Ministerul Finanțelor Publice.

Scopul principal al constituirii Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale îl reprezintă consolidarea expertizei și concentrarea acțiunilor tuturor instituțiilor statului cu atribuții în domenii specifice, cu impact relevant pentru îndeplinirea dezideratului comun al Uniunii Europene, acela de realizare și menținere a unei piețe concurențiale loiale prin îmbunătățirea politicilor publice în domeniul combaterii concurenței neloiale.

## 1. Aspecte principale în domeniu - Ministerul Finanțelor Publice

Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată (denumită în continuare Legea nr. 158/2008) transpune prevederile Directivei nr. 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului Uniunii Europene din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă. Scopul legii este de a asigura *"protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă"*.

Dispozițiile Legii nr. 158/2008 se aplică conținutului materialelor și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației, inclusiv comunicațiilor audiovizuale comerciale difuzate în cadrul serviciilor de programe audiovizuale, cărora le sunt aplicabile, totodată, și prevederile Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare și normele de reglementare emise în aplicarea acesteia.

Publicitatea reprezintă, în sensul legii, orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liberale, în scopul promovării vânzării de bunuri ori servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații.

Publicitatea înșelătoare reprezintă publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează ori care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent. Pentru a determina dacă publicitatea este înșelătoare trebuie să se ia în considerare toate aspectele acesteia, în special orice informație conținută de aceasta cu privire la: caracteristicile bunurilor sau serviciilor (disponibilitatea, natura, modul de execuție, compoziția, metoda și data fabricației, dacă acestea corespund scopului lor, destinația, cantitatea, parametrii tehnico-funcționali, originea geografică sau comercială, rezultatele așteptate ca urmare a utilizării lor ori rezultatele și caracteristicile esențiale ale testelor sau ale controalelor efectuate asupra bunurilor ori a serviciilor), prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie ori se prestează serviciile, natura, atribuțiile și drepturile comerciantului care își face publicitate (cum ar fi: identitatea și bunurile sale, calificările și deținerea drepturilor de proprietate industrială, comercială sau intelectuală ori premiile și distincțiile acestora).

Publicitatea comparativă este definită de lege ca fiind publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri și servicii oferite de acesta. Pentru a fi legală, publicitatea comparativă trebuie să îndeplinească cumulativ condițiile enumerate în art. 6 din Legea nr. 158/2008 și anume:

- să nu fie înșelătoare;
- să compare bunuri sau servicii care răspund aceluiași nevoi ori sunt destinate aceluiași scopuri;
- să compare, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri ori servicii, care pot include și prețul;
- să nu discrediteze sau denigreze mărcile, denumirile comerciale, alte semne distinctive, bunuri, servicii, activități ori situația unui concurent;

- în cazul produselor cu denumire de origine, să se refere, în fiecare caz, la produse cu aceeași denumire;
- să nu profite în mod neloial de renumea unei mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent ori a denumirii de origine a produselor concurente;
- să nu prezinte bunuri sau servicii ca imitații ori reproduceri ale bunurilor sau serviciilor purtând o marcă ori o denumire comercială protejată;
- să nu creeze confuzie între comercianți, între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri ori servicii ale celui care își face publicitate și cele ale unui concurent.

Ministerul Finanțelor Publice, la sesizarea comercianților, a asociațiilor ori organizațiilor care au un interes legitim, sau din oficiu, constată încălcarea dispozițiilor prevăzute la art. 4 și 6 din lege și aplică sancțiunile prevăzute de lege, respectiv amendă contravențională de la 3.000 lei la 30.000 lei. Întrucât, conform art. 15, prevederile Legii nr. 158/2008 se completează cu dispozițiile Ordonanței Guvernului nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 180/2002, cu modificările și completările ulterioare, sancțiunea aplicată poate fi și avertismentul, conform art. 7 din O.G. nr. 2/2001, în cazurile în care fapta este de gravitate redusă. În practica instituției, se aplică sancțiunea avertismentului în special în cazul sesizărilor din oficiu, atunci când comercianții își retrag mesajele publicitare, iar fapta este de gravitate redusă.

De asemenea, odată cu aplicarea uneia dintre cele două sancțiuni, se poate dispune una dintre cele două măsuri complementare prevăzute la art. 11 din Legea nr. 158/2008, și anume:

- încetarea publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale; sau
- interzicerea publicității înșelătoare sau a publicității comparative care contravine prevederilor prezentei legi, însă doar în cazul în care nu a fost încă adusă la cunoștința publicului, iar acest lucru este iminent.

Aceste măsuri se pot aplica fără a fi necesar să existe o dovadă a unui prejudiciu real, a intenției ori a neglijenței celui care își face publicitatea și trebuie îndeplinite în termen de 5 zile de la data înmânării sau a comunicării procesului verbal de constatare și de sancționare a contravenției prin care au fost dispuse măsurile. În practica instituției, se aplică măsura încetării publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale, chiar dacă publicitatea înșelătoare sau comparativă ilegală a încetat până la data încheierii procesului verbal de constatare și sancționare a contravenției, în vederea dispunerii măsurilor reparatorii prevăzute la art. 12 din lege, și anume publicarea procesului-verbal sau a hotărârii judecătorești, integral ori în extras și publicarea unei declarații rectificative. Publicarea se face de către și pe cheltuiala comerciantului contravenient, atât prin intermediul unui ziar de largă circulație, cât și prin intermediul mijlocului de comunicare folosit, în termen de 5 zile de la data comunicării.

De asemenea, nerespectarea măsurilor prevăzute la art. 12 constituie contravenție și se sancționează cu amendă de la 6.000 lei la 60.000 lei. Totodată, în cazul în care se dispune prin procesul verbal măsura

încetării publicității înșelătoare sau a publicității comparative ilegale a unei comunicații comerciale audiovizuale, se comunică de îndată măsura respectivă și Consiliului Național al Audiovizualului.

Ministerul Finanțelor Publice asigură protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și publicității comparative ilegale, potrivit prevederilor art. 4-6 din Legea nr. 158/2008. În cadrul acestuia, Direcția Generală Ajutor de Stat – Serviciul analiză, programare și coordonare metodologică are, conform Regulamentului de Organizare și Funcționare al M.F.P., următoarele atribuții, în ceea ce privește domeniul combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și de publicitate comparativă interzisă:

- *"Asigură îndrumarea metodologică a structurilor specializate din cadrul Direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice, în vederea soluționării sesizărilor/autosesizărilor referitoare la fapte de publicitate înșelătoare și comparativă interzisă prevăzute de Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;*
- *Elaborează strategii/programe de verificare în domeniul de aplicare a Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată, în vederea combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă."*

Soluționarea sesizărilor/autosesizărilor referitoare la fapte de publicitate este realizată de către structurile specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul Direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice, în baza unei Proceduri operaționale elaborate de Direcția generală ajutor de stat și sub îndrumarea metodologică a acesteia din urmă.

În exercitarea acestor atribuții și conform recomandărilor menționate de auditul intern a fost elaborată Procedura operațională „Soluționarea sesizărilor în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată” PO-23.04, Ediția II, Revizia 1, aprobată prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2725/22.11.2016. Elaborarea acestei proceduri a avut în vedere îmbunătățirea modului de soluționare a sesizărilor, fiind incluse prevederi cu privire la următoarele aspecte:

- *constatarea, cu celeritate, a perioadei de apariție/difuzare a materialelor sau mesajelor publicitare, pentru a putea respecta, în situația încheierii procesului-verbal de constatare și sancționare a contravenției și aplicării sancțiunii amenzii, termenul de prescripție, de 6 luni de la data săvârșirii faptei, prevăzut la art. 13 din O.G. nr. 2/2001 privind regimul juridic al contravențiilor, cu modificările și completările ulterioare;*
- *analiza lunară a stadiului lucrărilor gestionate, în curs de soluționare sau aflate în stadiu de monitorizare a măsurilor complementare, în domeniul publicității înșelătoare și publicității comparative, în vederea soluționării cu celeritate a acestora și respectării termenelor din procedură, inclusiv transmiterea unui raport lunar privind realizarea activităților cu caracter permanent ale compartimentelor specializate;*
- *elaborarea și aplicarea programului de verificare pentru anul următor, privind identificarea posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă;*
- *posibilitatea personalului specializat din cadrul compartimentelor specializate din cadrul D.G.R.F.P. de a se autosesiza, în baza art. 7 alin. (3), conform programelor de verificare anuale*

*elaborate de D.G.A.S. precum și ori de câte ori constată la comercianți un comportament economic susceptibil de a încălca dispozițiile Legii nr. 158/2008, în vederea combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și de publicitate comparativă interzisă.*

Astfel, în vederea combaterii și stopării faptelor de publicitate înșelătoare și comparativă interzisă, a fost elaborat *Programul de verificare privind posibile fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă*, prevăzute de Legea nr. 158/2008, pentru anul 2017, programul fiind transmis compartimentelor specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul D.G.R.F.P. pentru a fi pus în aplicare. Scopul acestui program este de identificare a posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă, de informare a comercianților privind consecințele nerespectării Legii nr. 158/2008, precum și de prevenire a săvârșirii unor asemenea fapte. Pentru punerea în aplicare a acestui program au fost implicate compartimentele specializate de ajutor de stat, practici neloiale și prețuri reglementate din cadrul D.G.R.F.P. Principalele etape ale verificării au fost următoarele: identificarea mesajelor publicitare utilizate de întreprinderi (prin verificarea campaniilor publicitare on – line, monitorizarea presei, verificarea pe teren, la fața locului, a panourilor publicitare/banerelor, broșurilor, pliantelor) și autosesizarea în cazul identificării posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparative interzisă, conform prevederilor legale în vigoare.

Obiectivul urmărit în cadrul acestui program a fost verificarea unui eșantion de 3716 întreprinderi, selectate în ordine descrescătoare a cifrei de afaceri, care au ca activitate principală: “Comerț cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun” – CAEN 4711, “Activități ale agențiilor turistice” – CAEN 7911, “Comerț cu amănuntul al produselor farmaceutice, în magazine specializate” – CAEN 4773 și “Comerț cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse nealimentare” – CAEN 4719.

În anul 2017 au fost înregistrate un număr de 178 sesizări formulate în baza Legii nr. 158/2008, dintre care 154 sesizări din oficiu, fiind soluționate până în prezent un număr de 172 de sesizări, altele 6 fiind în curs de soluționare. Au fost aplicate 130 de sancțiuni cu avertisment și 30 sancțiuni cu amendă contravențională în cuantum de 181.000 lei, iar pentru un număr de 19 sesizări au fost emise decizii motivate de respingere. Durata medie a unei acțiuni de cercetare în vederea soluționării unei sesizări/autosesizări este de circa 3-4 luni. În 5 cazuri procesele – verbale de constatare și sancționare au fost contestate la instanța competentă.

Din analiza proceselor verbale de constatare și sancționare reiese că cele mai multe sancțiuni au fost aplicate pentru încălcarea art. 5 lit. a) și b), fiind astfel încadrate ca fapte de publicitate înșelătoare care vizează informațiile din mesajele publicitare referitoare la caracteristicile bunurilor sau serviciilor, sau la prețul sau modul de calcul al prețului și condițiile în care se distribuie bunurile ori se prestează serviciile. Într-un caz s-a considerat că faptele sancționate reprezintă o formă de publicitate comparativă ilegală - art. 6 lit. a) și c), întrucât nu au fost comparate, în mod obiectiv, una sau mai multe caracteristici esențiale, relevante, verificabile și reprezentative ale respectivelor bunuri ori servicii, care pot include și prețul, iar într-un caz, s-a considerat că fapta reprezintă o formă de publicitate comparativă ilegală – art. 6 lit. f), întrucât s-a profitat în mod neloial de reputația unei

*mărci, a unei denumiri comerciale sau a altor semne distinctive ale unui concurent și s-a creat confuzie între comercianți, între cel care își face publicitate și un concurent sau între mărci, denumiri comerciale, alte semne distinctive, bunuri ori servicii ale celui care își face publicitate și cele ale unui concurent.*

De asemenea, în 3 cazuri au fost aplicate sancțiuni atât pentru încălcarea art. 5, cât și pentru încălcarea art. 9 alin. (3) și (5) din Legea nr. 158/2008, întrucât *comercianții care și-au făcut publicitate nu au pus la dispoziția reprezentanților Ministerului Finanțelor Publice, la termenele și în forma stabilite, a tuturor documentelor, datelor și informațiilor care să probeze exactitatea afirmațiilor conținute în anunțul publicitar, iar în 7 cazuri a fost sancționată comercianții pentru încălcarea art. 12 din lege, respectiv pentru refuzul de publicare a procesului-verbal de constatare și sancționare și a unei declarații rectificative în acest sens.*

În cursul anului 2018, Ministerul Finanțelor Publice are în vedere, în acest domeniu, continuarea programului de verificare a întreprinderilor în vederea identificării posibilelor fapte de publicitate înșelătoare și publicitate comparativă interzisă, în următoarele domenii de activitate: comerț cu autoturisme și autovehicule ușoare (sub 3.5 tone), comerț cu alte autovehicule, întreținerea și repararea autovehiculelor, comerț cu ridicata de piese și accesorii pentru autovehicule, comerț cu ridicata de piese și accesorii pentru autovehicule, comerț cu amănuntul de piese și accesorii pentru autovehicule, activități ale agenților de publicitate, dezvoltare (promovare) imobiliară, lucrări de construcție a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale, hoteluri și alte facilități de cazare similare, facilități de cazare pentru vacanțe și perioade de scurtă durată, restaurante, baruri și activități de servire a băuturilor.

De asemenea, este avută în vedere continuarea acțiunilor de informare a întreprinderilor care fac parte din programul anterior menționat, prin distribuirea, la momentul verificării, a materialului de informare cu privire la scopul Legii nr. 158/2008, modul de identificare și sesizare a încălcărilor prevederilor acestei legi, sancțiunile aplicabile, precum și publicarea pe site-ul Ministerului Finanțelor Publice (la rubrica – agenți economici - publicitate) a prezentului raport și a datelor și informațiilor prevăzute la art. 3 din Legea prevenirii nr. 270/2017. Un alt punct de interes îl reprezintă modificarea Procedurii operaționale “Soluționarea sesizărilor în temeiul Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată”, în vederea aplicării unitare, de către structurile specializate teritoriale, cu atribuții de control, a prevederilor Legii prevenirii nr. 270/2017.

Încheierea unui protocol cu Asociația Infocons, în vederea îmbunătățirii calității serviciilor publice destinate mediului de afaceri, prin crearea și promovarea unor instrumente care să permită o mai bună cunoaștere și respectare a prevederilor legislației privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă de către comercianți, reprezintă o altă acțiune a Ministerului Finanțelor Publice, ce urmează să aibă loc în cursul acestui an.

## 2. Aspecte principale în domeniu - Consiliul Concurenței

Și în anul 2017 activitatea Consiliului Concurenței în domeniul concurenței neloiale a fost marcată de schimbările legislative intervenite cu precădere în anul 2014. Astfel, potrivit prevederilor Legii nr. 11/1991, concurența neloială definește acele practici comerciale ale întreprinderii, care contravin uzanțelor cinstite și principiului bunei credințe și care produc sau sunt apte să producă pagube oricăror participanți la piață. Conform normei generale, întreprinderile au obligația să acționeze respectând regulile general recunoscute care se aplică în relațiile comerciale dintre acestea, în scopul prevenirii încălcării drepturilor lor legitime, în conformitate cu principiul general al bunei credințe și cu prevederile actului normativ menționat.

În contextul în care, în materia combaterii concurenței neloiale, prevalează răspunderea civilă (întrucât practicile care îi aduc atingere vizează, în general, interese individuale), rolul Consiliului Concurenței este acela de a interveni în situațiile în care practicile care aduc atingere concurenței loiale pot avea un impact semnificativ asupra mediului economic în ansamblu și în care poate fi vizat un interes public, astfel încât să opereze răspunderea contravențională. În acest sens, autoritatea de concurență decide doar cu privire la practicile care au ca scop sau ca efect afectarea concurenților, respectiv a capacității acestora de acționa, de natură să aducă atingere bunei funcționări a piețelor și să producă sau să poată produce pagube oricăror participanți la piață.

Astfel de practici de concurență neloială, reglementate de lege, în ordinea frecvenței în care au fost aduse în atenția autorității de concurență în cursul anului trecut, sunt cele de deturnare a clientelei unui concurent prin folosirea unui secret comercial și cele de denigrare, sesizările înregistrate vizând un număr de 42 piețe/sectoare economice, după cum urmează:

- Activități de servicii privind tehnologia informației;
- Carosarea și transformarea de microbuze;
- Comercializare aparate cafea;
- Comercializare echipamente destinate spălătorii industriale;
- Comercializare lacuri și vopsele;
- Comercializare produse alimentare;
- Comercializare și montare aparate climă;
- Comercializarea de abonamente de către furnizorii de servicii medicale;
- Comercializarea produselor în hypermarket;
- Comerț cu ridicata al zahărului, ciocolatei și a produselor zaharoase;
- Comerțul cu ridicata de grâu;
- Comerțul cu ridicata nespecializat;
- Distribuția aparatelor de marcat electronice fiscale;
- Distribuție carburanți;
- Distribuție electrică;
- Distribuție utilaje;



- Fabricarea hârtiei și a produselor din hârtie;
- Fabricarea produselor textile;
- Inginerie, proiectare, consultanta tehnică;
- Licitații publice;
- Piața activităților de învățământ corespunzătoare unui sistem educațional din altă țară;
- Piața producerii și comercializării produselor din piatră;
- Piața serviciilor de întreținere și reparare a motoarelor industriale;
- Piața serviciilor de transport persoane;
- Piața serviciului de execuție a instalațiilor de utilizare a gazelor naturale;
- Piața lucrărilor de construcții;
- Producerea și comercializarea rezervoarelor metalice;
- Producție comercializare țigle metalice;
- Producție distribuție de tîmplărie termoizolantă din aluminiu și PVC;
- Producție și distribuție cerneluri;
- Service auto;
- Servicii consultanță;
- Servicii cosmetice;
- Servicii de pază;
- Servicii de proiectare;
- Servicii de transport rutier internațional de mărfuri;
- Servicii financiare nebancale;
- Servicii medicale;
- Servicii medicale alternative;
- Servicii taximetrie;
- Televiziune prin cablu;
- Transporturi aeriene.

În piețele/sectoarele menționate au fost analizate astfel un număr de 64 de sesizări, 55 dintre acestea fiind soluționate, la sfârșitul anului 2017 rămânând în analiză un număr de 9 cazuri. Într-una dintre situații, autoritatea de concurență a apreciat ca fiind necesară deschiderea unei cercetări aprofundate. Procentual, sesizările instrumentate au fost adresate, după cum urmează:

- 24% cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la denigrarea unui competitor sau a produselor/serviciilor sale (art.2 alin. (2) lit. a) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)<sup>3</sup>;
- 57,7% cazuri au vizat practica de concurență neloială referitoare la deturnarea clientelei unei întreprinderi, prin folosirea secretului comercial (art.2 alin. (2) lit. b) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)<sup>4</sup>;

<sup>3</sup> „denigrarea unui competitor sau a produselor/serviciilor sale, realizată prin comunicarea ori răspândirea de către o întreprindere sau reprezentantul/angajatul său de informații care nu corespund realității despre activitatea unui concurent sau despre produsele acestuia, de natură să îi lezeze interesele”;

- 18,3% cazuri referitoare la orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei credințe, producând sau putând produce pagube oricărui participanți la piață (art.2 alin. (2) lit. c) din Legea nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale)<sup>5</sup>.

De asemenea, autoritatea de concurență a derulat un studiu privind gestionarea cazurilor referitoare la concurența neloială, în contextul legislativ actual, demers care și-a propus să analizeze și să reflecte gradul de cunoaștere, înțelegere, interpretare, modalitatea de aplicare a legislației în domeniul concurenței neloiale, precum și identificarea eventualelor disfuncționalități ale procedurii de soluționare a practicilor sesizate.

Metodologia de lucru utilizată în acest caz a constituit-o, în principal, prelucrarea datelor și informațiilor provenite din rapoartele și statisticile Consiliului Concurenței, din rezultatele sondajului de opinie realizat în rândul unui număr de 460 întreprinderi din România ce activează în diferite sectoare (industrie, construcții, servicii, transport, comerț, bănci, asigurări), precum și din informațiile furnizate de către asociații/patronate ca urmare a solicitărilor adresate acestora. Sondajul a vizat următoarele aspecte: gradul de cunoaștere a legislației în domeniul concurenței neloiale, gradul de cunoaștere a atribuțiilor ce revin autorității de concurență în domeniul concurenței neloiale, practicile de concurență neloială cu care întreprinderile s-au confruntat în activitatea desfășurată, descrierea faptelor respective, gradul de satisfacție față de modul de soluționare a sesizărilor adresate autorităților în acest domeniu, gradul în care întreprinderile utilizează informații ce se circumscriu conceptului de "secret comercial", gradul în care întreprinderile iau măsuri de protejare a informațiilor apreciate potrivit conceptului anterior, precum și descrierea acestor măsuri, eventuale aprecieri și sugestii pentru îmbunătățirea activității Consiliului Concurenței în acest domeniu.

Cifra de afaceri a întreprinderilor chestionate a fost, în medie, de 20.059.545 lei pentru anul 2016, astfel că acestea sunt apreciate ca întreprinderi mici și mijlocii, în 40 de situații fiind și membre în diferite asociații/patronate, după cum urmează: Patronatul Industriei de Celuloză și Hârtie, Patronatul Român din Industria de Morărit, Panificație și Produse Făinoase, Uniunea Națională a Societăților de Asigurare și Reasigurare din România, Asociația Națională a Exportatorilor și Importatorilor din România, Asociația Profesională Patronatul Român din Industria Mecanică Fină Optică și Mecatronică.

Concluziile studiului au relevat următoarele: 73% dintre întreprinderile chestionate nu dețin informații privind legislația în domeniul concurenței neloiale, 76% nu dețin suficiente informații privind atribuțiile Consiliului Concurenței în domeniul concurenței neloiale, din numărul total de întreprinderi respondente doar 11% precizând că s-au confruntat în activitatea derulată cu posibile practici incidente

---

<sup>4</sup> "deturnarea clientelei unei întreprinderi de către un fost sau actual salariat/reprezentant al său ori de către orice altă persoană prin folosirea unor secrete comerciale, pentru care respectiva întreprindere a luat măsuri rezonabile de asigurare a protecției acestora și a căror dezvăluire poate dăuna intereselor acelei întreprinderi".

<sup>5</sup> "orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube oricărui participanți la piață".

acestui domeniu, patru dintre întreprinderi adresându-se autorităților statului în vederea soluționării respectivelor situații.

În ceea ce privește aprecierea gradului în care întreprinderile supuse sondajului utilizează în activitatea proprie informații considerate a fi secret comercial, s-a constatat că circa 68% dintre ele nu folosesc astfel de date, iar din cele care utilizează acest concept, doar 25% iau măsuri efective de protecție efectivă, existând de asemenea și întreprinderi care nu consideră ca fiind necesară protejarea unor astfel de informații. Majoritatea măsurilor descrise de întreprinderi ca fiind utilizate pentru protejarea secretelor comerciale au fost acelea de protecție fizică și informatică, doar câteva întreprinderi declarând că au inclus în contractele de muncă încheiate cu salariații clauze de confidențialitate.

Pentru a preveni o eventuală deturnare a clientelei, este recomandat ca întreprinderea să își protejeze informațiile considerate ca îndeplinind condițiile de „secret comercial” prin documente specifice accesibile doar anumitor salariați; de asemenea pentru a fi operabilă o obligație de neconcurență (în cazul plecării salariatului) este necesară introducerea unei clauze în cuprinsul contractului de muncă și plata unei indemnizații în acest sens (fie lunară, fie la plecare).

Fără de aprecierile și sugestiile adresate autorității de concurență cu ocazia studiului anterior menționat, se reține dezideratul mediului de afaceri în ceea ce privește o diseminare adecvată în legătură cu aspectele relevante ale domeniului, cu implicații directe în activitatea întreprinderilor. În același sens, se propune o colaborare mai strânsă între instituțiile și autoritățile ce au ca atribuții gestionarea domeniului concurenței neloiale, în scopul unei mai bune corelări a activității și a unei informări mai eficiente.

Nu în ultimul rând, este important de subliniat faptul că autoritatea de concurență, atât în cursul anului trecut, cât și în cursul acestui an, este implicată, alături de Ministerul Justiției, Ministerul pentru mediul de afaceri, comerț și antreprenoriat și Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci, sub coordonarea Ministerului Economiei, în procesul de transpunere a Directivei 2016/943/UE privind protecția know-how-ului și a informațiilor de afaceri nedivulgate (secrete comerciale) împotriva dobândirii, utilizării și divulgării ilegale. Adoptarea actului normativ european se înscrie în angajamentul asumat de Comisia Europeană în cadrul Strategiei Europa 2020, de a crea o Uniune Europeană a inovării, care să protejeze investițiile bazate pe cunoștințe, să reducă fragmentarea costisitoare și să transforme Europa într-un spațiu în care inovarea este recompensată. În acest context, legiuitorul Uniunii Europene a stabilit ca obiectiv principal al directivei sus menționate asigurarea bunei funcționări a pieței interne, prin stabilirea unui nivel suficient și comparabil al reparațiilor în cazul dobândirii, utilizării sau divulgării ilegale a unui secret comercial. Până la momentul redactării prezentului raport (aprilie 2018), Consiliul Concurenței a participat activ în procesul de transpunere stabilit a avea loc până la data de 09.06.2018, prin intermediul unui act normativ nou, cu putere de lege, răspunzând cu promptitudine tuturor solicitărilor formulate de reprezentanții Ministerului Economiei și derulând toate demersurile necesare.

### 3. Aspecte principale în domeniu – Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci

În anul 2017 OSIM a desfășurat o serie de activități care au avut ca scop prevenirea unor practici neloiale în domeniul proprietății industriale. Astfel în data de 25 mai 2017, Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci din România a organizat în colaborare cu Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI), lucrările Seminarului "Protecția și asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală cu privire la piesele de schimb auto". La eveniment au participat reprezentanți ai OMPI, OSIM, EUROPOL, ai Observatorului EUIPO, oficiilor de proprietate intelectuală din Republica Moldova și Republica Macedonia, ai autorităților publice din România responsabile de asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală: Direcția Generală a Vămirilor, Parchetul de pe lângă ICCJ, Inspectoratul General al Poliției Române, Poliția de Frontieră Română, precum și reprezentanți ai unor producători de automobile, producători și importatori de piese de schimb auto, asociații în domeniu, avocați, consilieri în proprietate industrială.

Seminarul a fost conceput ca o platformă de discuții în cadrul căruia au fost abordate aspectele legale privind protecția pieselor de schimb din industria auto, precum și măsurile pentru combaterea contrafacerii acestora în Uniunea Europeană și în România, oferind participanților posibilitatea de a se familiariza cu cele mai bune practici înregistrate la nivel internațional. În cadrul temelor de discuții, participanții la seminar au abordat subiecte legate de asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală la frontieră, în piața internă, de creșterea gradului de conștientizare a consumatorilor, rolul și perspectiva titularilor de drepturi, în scopul evitării fenomenului contrafacerii.

În același context al prevenirii practicilor neloiale, o delegație OSIM a participat la reuniunea Antifraudă organizată de EUIPO în data de 28 Februarie 2017 la Alicante. În cadrul acestei ședințe s-au analizat variante și strategii de acțiune pentru a spori eficiența rețelei de cooperare între oficiile naționale de PI din Europa, EUIPO, OEB, OMPI, precum și Europol, Eurojust în vederea combaterii fraudelor privind transmiterea către titularii de mărci din Europa de facturi înșelătoare prin care se solicită plăți pentru servicii nesolicitate de aceștia sau fictive. Tot în cadrul întâlnirii a fost pus în discuție un proiect de "Cartă Anti - Fraudă", care are în vedere o cooperare voluntară (și nu un act oficial la nivel de state) între EUIPO, Oficiile Naționale, Asociații de utilizatori (urmând să fie invitați și consilieri de PI, asociații de titulari de drepturi de PI), precum și organisme europene în combaterea fraudelor, în vederea conjugării eforturilor depuse în combaterea acestui tip încălcări.

Ținând cont de recomandarea EUIPO privind informarea Grupurilor de lucru pentru apărarea drepturilor de PI, OSIM dorește să prezinte Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale acest proiect. Proiectul a fost transmis oficial Oficiilor de PI, urmând ca aceste să își exprime acordul sau eventualele observații, propuneri.

Luând act de faptul că deținătorii de drepturi de proprietate industrială au primit o serie de înștiințări de plată emise de diverse firme, în vederea achitării unor taxe pentru promovarea drepturilor, Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci (OSIM) a postat un anunț pe site-ul oficial prin care se recomandă

solicitanților/titularilor aflați în situații asemănătoare să manifeste atenție la astfel de înștiințări și să se asigure asupra emitentului.

Politica de viitor în cadrul acestui palier dorește să asigure o protecție unitară a indicațiilor geografice la nivelul Uniunii Europene pentru produsele neagricole. Produsele neagricole a căror realizare este bazată pe aptitudini și meșteșuguri tradiționale reprezintă o parte integrantă a culturii regionale și locale, un element important al patrimoniului cultural al statelor membre, iar printr-o protecție uniformă a indicațiilor geografice pentru produsele neagricole se va stimula dezvoltarea tehnologică și economică la nivel regional și local, prin creșterea numărului de persoane angajate în domeniul fabricării produselor tradiționale.

La nivelul UE, este asigurată o protecție unitară a indicației geografice pentru produsele agricole ce provin din anumite zone geografice și care posedă anumite proprietăți sau sunt create conform metodelor tradiționale. În prezent nu există o protecție unitară pentru produsele neagricole.

Comisia Europeană a lansat o consultare publică, cu scopul de a strânge informații, legate de protecția actuală a indicației geografice la nivel național și european, și de a stabili dacă protecția UE a indicației geografice ar putea fi extinsă și pentru produsele neagricole (cum ar fi ceramica, marmura, articolele de încălțăminte, tapiseriile, instrumentele muzicale), care ar duce și la diminuarea semnificativă a contrafacerilor acestor produse.

În prezent, în România, indicațiile geografice ale produselor sunt protejate conform Legii nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice, prin înregistrarea acestora la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci și pot fi folosite numai de persoanele care produc sau comercializează produsele pentru care aceste indicații au fost înregistrate.

#### **4. Aspecte principale în domeniu – Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor**

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor este instituție publică, funcționează ca organ de specialitate al administrației publice centrale, cu personalitate juridică, în subordinea Guvernului și în coordonarea ministrului economiei, comerțului și mediului de afaceri. Autoritatea coordonează și realizează strategia și politica Guvernului în domeniul protecției consumatorilor, acționează pentru prevenirea și combaterea practicilor care dăunează vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor.

Activitatea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) este focalizată pe o serie de domenii specifice, în special vizând continuarea și consolidarea procesului de armonizare legislativă europeană, de cooperare și reglementare, de informare, educare și consiliere a consumatorilor, de control și supraveghere a pieței, precum și activități specifice în domeniul metalelor și pietrelor prețioase. ANPC are responsabilități în domeniul produselor alimentare (etichetare, publicitate înșelătoare, indicarea prețurilor, conformitatea cu cele prescrise sau declarate), produselor nealimentare (electrotehnice, electronice, textile, cosmetice, încălțăminte, detergenți, jucării, metale

prețioase și pietre prețioase etc.), precum și servicii (servicii financiar-bancare, telefonie fixă și mobile etc.).

Un domeniu foarte important îl reprezintă cel prevăzut de Legea 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, care are drept scop o mai bună funcționare a pieței și asigurarea unui nivel înalt de protecție a consumatorilor, prin identificarea practicilor comerciale ce pot aduce atingere intereselor economice ale consumatorilor.

Practici ale comercianților în relația cu consumatorii reprezintă orice acțiune, omisiune, comportament, demers sau prezentare comercială, inclusiv publicitate și comercializare, efectuate de un comerciant, în strânsă legătură cu promovarea, vânzarea sau furnizarea unui bun sau serviciu consumatorilor.

Deformarea substanțială a comportamentului economic al consumatorilor reprezintă folosirea unei practici comerciale cu scopul de a afecta în mod considerabil capacitatea consumatorilor de a lua o decizie în cunoștință de cauză, determinându-i astfel să ia o decizie pe care altfel nu ar fi luat-o.

Influența nejustificată reprezintă folosirea unei poziții de forță față de consumator, de manieră să exercite presiune asupra acestuia, chiar fără a recurge sau a amenința cu recurgerea la forță fizică, într-un mod care limitează semnificativ capacitatea consumatorului de a lua o decizie de tranzacționare în cunoștință de cauză.

Decizia de tranzacționare reprezintă orice decizie luată de un consumator privind oportunitatea, modalitățile și condițiile de achiziționare a produsului, modalitatea de plată - integrală sau parțială, păstrarea ori renunțarea la produs sau exercitarea unui drept contractual, aceasta putând conduce ori la acțiunea consumatorului, ori la abținerea de a acționa.

O practică comercială este incorectă dacă sunt îndeplinite, în mod cumulativ, următoarele condiții:

- a) este contrară cerințelor diligenței profesionale;
- b) deformează sau este susceptibilă să deformeze în mod esențial comportamentul economic al consumatorului mediu la care ajunge sau căruia i se adresează, ori al membrului mediu al unui grup, atunci când o practică comercială este adresată unui anumit grup de consumatori.

Practicile comerciale incorecte sunt, în special, cele:

- a) înșelătoare;
- b) agresive.

Lista practicilor comerciale care, în orice situație, se consideră incorecte este prevăzută în anexa nr. 1 la lege. Orice altă situație care nu se regăsește în anexă, se analizează de la caz la caz.

Practicile comerciale înșelătoare pot fi acțiuni înșelătoare sau omisiuni înșelătoare. O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă aceasta conține informații false sau, în orice situație, inclusiv în prezentarea generală, induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în

eroare consumatorul mediu, astfel încât, în ambele ipoteze, fie îl determină, fie este susceptibilă a-l determina pe consumator să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o, chiar dacă informațiile sunt, în fapt, corecte în raport cu unul sau mai multe dintre o serie de elemente prevăzute în mod expres în lege. O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind acțiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul mediu să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

O practică comercială este considerată ca fiind omisiune înșelătoare dacă, în contextul prezentării situației de fapt, ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele acesteia, precum și de limitele mijloacelor de comunicare utilizate pentru transmiterea informației, omite o informație esențială necesară consumatorului mediu, ținând cont de context, pentru luarea unei decizii de tranzacționare în cunoștință de cauză și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine luarea de către consumator a unei decizii de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o. O practică comercială este, de asemenea, considerată ca fiind omisiune înșelătoare atunci când, ținând cont de aspectele prevăzute în lege, un comerciant ascunde sau oferă într-un mod neclar, neinteligibil, ambiguu ori în contratimp o informație esențială sau nu indică intenția comercială a practicii, în cazul în care aceasta nu rezultă deja din context, și când, în oricare dintre cazuri, consumatorul mediu este determinat sau este susceptibil a fi determinat să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

O practică comercială este considerată agresivă dacă, în contextul prezentării situației de fapt și ținând cont de toate caracteristicile și circumstanțele, limitează sau este susceptibilă să limiteze în mod semnificativ libertatea de alegere sau comportamentul consumatorului mediu cu privire la produs, prin hărțuire, constrângere, inclusiv prin utilizarea forței fizice sau prin influența nejustificată și, prin urmare, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.

Utilizarea de către comercianți a unor practici comerciale incorecte este interzisă, constituie contravenție și se sancționează. În vederea stopării și combaterii practicilor comerciale incorecte, persoanele sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim pot fie să sesizeze Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte pentru ca aceasta să decidă asupra reclamațiilor, fie să inițieze acțiuni în justiție împotriva comercianților care au săvârșit sau sunt susceptibili să săvârșescă practici comerciale incorecte. Operatorii economici concurenți pot informa Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în legătură cu practicile comerciale incorecte.

Comercianții trebuie să furnizeze dovezi privind exactitatea afirmațiilor în legătură cu practica comercială întreprinsă și sunt obligați, la solicitarea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau a instanțelor judecătorești, să le pună acestora la dispoziție documente care să probeze cele afirmate. În cazul în care documentele nu sunt furnizate în termenul solicitat sau dacă sunt considerate insuficiente, afirmațiile în cauză se consideră inexacte.

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor poate dispune măsuri conform legii, prin ordin emis de conducătorul Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor sau prin decizie emisă de conducătorii unităților cu personalitate juridică din subordinea Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor. Ordinul sau decizia se motivează, putând fi atacate la instanța de contencios administrativ, în condițiile Legii contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare iar contestarea în instanță nu suspendă de drept executarea măsurilor dispuse. ANPC poate dispune aplicarea amenzilor contravenționale într-un quantum situat între 2 000 – 100 000 lei, precum și încetarea practicii incorecte.

În activitatea de control desfășurată de Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor în anul 2017 pentru practicile comerciale incorecte, au fost încheiate 303 procese verbale de constatare a contravenției și au fost emise 85 de ordine/decizii de încetare a practicilor comerciale incorecte. Referitor la deficiențele constatate, au fost relevate următoarele:

**a) Aspecte referitoare la preț (domeniul produselor alimentare/nealimentare):**

- diferențe între prețul produselor afișate la raft și cel perceput la casa de marcat, în defavoarea consumatorilor;
- expunerea la comercializare de produse despre care se făcea referire ca fiind la reducere, de forma "PRODUSE CU 30% REDUCERE", respectiv "PROFITĂ ACUM!", fără a exista nicio reducere sau un beneficiu în favoarea consumatorului;
- refuzul operatorului economic de a livra produsul la prețul afișat pe site în perioada desfășurării promoției;
- expunerea la comercializare de produse cu oferte precum: "1+1", "2x300 gr - 25%", "2 PRODUSE LA PREȚ DE 1" și altele, fără a se putea face dovada gratuității sau a reducerii.

**b) Afirmații înșelătoare cu privire la proprietățile produsului (domeniul produselor alimentare/nealimentare):**

- atribuirea de proprietăți terapeutice în cazul suplimentelor alimentare;
- prezentarea de dispozitive de terapie, unor persoane cu vârsta înaintată care fac parte dintr-un grup vulnerabil de consumatori, ca vindecând o serie de boli;
- comercializarea a diverse produse - aparate (purificator de apă, saltea cu impulsuri magnetice în trei variante dimensionale, lampă cu lumina polarizantă și filtre pentru lampă, dispozitiv laser pentru căile nazale) care ar avea capacitatea de vindecare sau de ameliorare pentru mai multe afecțiuni.

**c) Servicii**

**Telefonie mobilă** - în contractul de telefonie mobilă nu se specifică clar cunțul resurselor alocate ce pot fi consumate în roaming și faptul că, după 4 luni, va fi făcută o analiză a politicii de utilizare rezonabilă a serviciilor în roaming;

- ca urmare a nefuncționării cartelei în afara țării, consumatorul a solicitat rezilierea contractului, situație în care operatorul economic a impus consumatorului o despăgubire de 75 euro, suma rezultând dintr-un calcul aleatoriu, nejustificat, reprezentând contravaloarea serviciilor pe toată perioada contractată;



- la solicitarea consumatorilor de a rezilia contractele înainte de expirarea perioadei minime contractuale, operatorul economic a solicitat acestora plata unor despăgubiri care variau în funcție de planul tarifar ales și de momentul la care se solicita încetarea contractului înainte de termen, pentru că oferta promoțională a fost la un cost sub prețul standard, oferind anumite beneficii, justificându-se prin necesitatea recuperării prejudiciului care ar fi suportat de către operator, urmare încetării contractului. Mai mult, consumatorii nu erau informați prin contract și nici anterior încheierii acestuia în mod complet, corect și precis, asupra valorii beneficiilor, nu puteau verifica dacă despăgubirea solicitată este corect cuantificată.

**Servicii financiare** - deschidere de conturi pentru încasarea unor sume provenite din SEE fără acceptul consumatorului;

- comisioane percepute doar anumitor consumatori;
- percepere a dobânzilor și penalităților și după încheierea angajamentului de plată, în care s-a precizat valoarea fixă și clară a datoriei compusă din principal și dobânda, fără să fie menționată și dobânda penalizatoare care urmează a fi platită de către consumator;
- banca, prin procedura de conversie practică, pune în sarcina consumatorului cheltuieli suplimentare care, în loc să-i ușureze obligația de rambursare a creditului, o face mai dificilă, mai costisitoare – de ex.: solicită în plus față de garanțiile existente garanții suplimentare, cheltuieli notariale aferente acestor noi garanții și cheltuieli notariale pentru modificarea garanțiilor deja existente, precum și polițe de asigurare în favoarea băncii pentru aceste noi garanții și amendarea celor existente;
- raportarea la biroul de credit a consumatorului care a solicitat o restructurare a creditului, faptul nefiind notificat consumatorului;
- debitarea automată a asigurării aferente creditului ipotecar, din alocația de stat pentru copii încasată în contul curent, deși asigurarea era achitată lunar;
- campania „Visul unui credit avantajos. Spectacol cu cele mai bune dobânzi și comisioane,, desfășurată în 01.03-30.06.2017, prin care consumatorii nu erau informați în mod corect cu privire la creditele oferite, campania fiind valabilă doar pentru creditele fără ipotecă cu dobândă fixă standard;
- practica comercială incorectă de a realiza o conversie din moneda RON în moneda EUR și apoi o altă conversie, în mod invers, din moneda EUR în moneda RON, în cazul tranzacțiilor în care banca acceptatoare este din afara României, corelat cu lipsa clauzei contractuale referitoare la cazul în care are loc o conversie dinamică a monedei conform prevederilor Mastercard.

**Servicii turistice** - modificarea locației turistice, fără ca acest lucru să fi adus la cunoștința consumatorilor, cu cel puțin 15 zile înainte de data începerii călătoriei turistice, astfel cum este prevăzut în contract, fără ca turiștii să poată opta pentru una sau mai multe locații și fără să li se demonstreze că hotelul la care au fost repartizați este de aceeași categorie sau mai mare, decât cea pentru care au încheiat contractul.

**Servicii de promovare** - contracte casting - contracte de prestări servicii prin care consumatorii au fost induși în eroare, în sensul că vor beneficia de apariții la televizor, de participarea la filmări pentru televiziune etc. În aceste cazuri, operatorul economic a utilizat o practică comercială incorectă,

deformând comportamentul consumatorului mediu și afectând capacitatea acestuia de a lua decizii în cunoștință de cauză, în scopul prejudicierii consumatorilor din punct de vedere economic.

## 5. Aspecte principale în domeniu - Oficiul Român pentru Drepturile de Autor

Unul din principalele obiective ale ORDA pentru anul 2017 l-a reprezentat transpunerea Directivei 2014/26/UE privind gestiunea colectivă în legislația națională, termenul inițial fiind data de 16 aprilie 2016, nefiind însă respectat de către autoritățile române (au fost redactate 3 proiecte de lege de către Ministerul Culturii și identității Naționale - MCIN).

Proiectul de lege pentru modificarea și completarea Legii nr. 8/1996, adoptat de Guvernul României la data de 25.05.2017, a fost adoptat de către Senat (prima cameră parlamentară sesizată) la data de 07.11.2017 și, în data de 20 decembrie 2017, cu amendamente (PLX 161/2017) de către Camera Deputaților (cameră decizională). La data de 12 ianuarie 2018 Președintele României a formulat cerere de reexaminare, trimițând legea către Parlamentul României. Începând cu data de 30 martie 2018 a intrat în vigoare Legea nr. 74/2018 pentru modificarea și completarea Legii nr. 8/1996, care a transpus Directiva 2014/26/UE, astfel cadrul legislativ care reglementează domeniul drepturilor de autor și al drepturilor conexe a fost modificat substanțial.

Ca elemente de noutate, în anul 2018, pentru domeniul dreptului de autor și al drepturilor conexe, cu relevanță pentru domeniul concurenței, putem menționa:

- apariția entităților de gestiune independente, deoarece acestea sunt persoane juridice cu scop lucrativ ce funcționează potrivit reglementărilor legale privind societățile comerciale;
- interzicerea clauzelor oricărui contract – licență neexclusivă și ale oricărei metodologii publicate în Monitorul Oficial al României, partea I, care încalcă regulile de concurență prevăzute de articolele 101 și 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene (Legea nr. 74/2018, art. 131<sup>2</sup> alin. 10);
- organismele de gestiune colectivă au obligația modificării statutelor în termen de 12 luni de la intrarea în vigoare a Legii nr. 74/2018, respectiv la 30 martie 2018 (Legea nr. 74/2018, art. 2 alin. 1);
- eliminarea arbitrajului și introducerea procedurii de mediere;
- abrogarea art. 140 alin. (1) lit. g) prin care a fost dezincriminată încălcarea regulilor de exercitare a gestiunii colective;
- introducerea unor obligații de transparență, atât pentru organismele de gestiune colectivă, cât și pentru entitățile de gestiune independente, a căror nerespectare este sancționată contravențional;
- constatarea și aplicarea contravențiilor poate fi efectuată de persoanele împuternicite de directorul general al ORDA;
- modificarea componenței comisiei de negociere în sensul în care vor participa:
  - reprezentanți ai fiecărui organism de gestiune colectivă, care funcționează pentru câte un domeniu de creație și pentru o categorie de drepturi;

- câte un reprezentant al structurilor asociative reprezentative ale utilizatorilor la nivel național și câte un reprezentant al primilor 3 utilizatori majori, stabiliți pe baza cifrei de afaceri;
- câte un reprezentant al structurilor asociative reprezentative ale utilizatorilor la nivel local sau, în lipsa acestora, a reprezentanților a 2 utilizatori locali notificați de organismele de gestiune colectivă, nemaexistând criteriul cifrei de afaceri sau a cotei de piață și care depun la ORDA acordul de participare în respectiva comisie;
- ORDA poate convoca și desemna în comisia de negociere orice entitate care are un interes legitim.

Având în vedere modificările legislative din domeniul dreptului de autor și al drepturilor conexe, începând cu anul 2018 activitatea instituției va fi canalizată, alături de celelalte obiective propuse și asupra semnalării situațiilor de practici restrictive sau de concurență neloială.

## **6. Aspecte principale în domeniu – Consiliul Național al Audiovizualului**

În cursul anului 2017, în domeniul combaterii concurenței neloiale, Consiliul Național al Audiovizualului, autoritate publică autonomă în domeniul audiovizualului din România, integrată în structura organelor administrației publice de specialitate, potrivit art. 115 alin. (2) din Constituția României, a adoptat Decizia nr. 63/2017, prin care a fost revizuit Codul Audiovizualului.

Astfel, Decizia CNA nr.63/2017 modifică o serie de dispoziții privind comunicări comerciale audiovizuale, dintre care sunt evidențiate următoarele noi prevederi:

- potrivit dispozițiilor articolului 93 din Decizie, comunicările comerciale audiovizuale trebuie să respecte, indiferent de formă și de durată, principiile de protecție a minorului, de informare corectă a publicului, de respectare a demnității umane, de asigurare a unei concurențe loiale și să nu utilizeze practici comerciale incorecte, înșelătoare sau agresive, așa cum ele sunt definite de Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare. Este interzisă publicitatea care prejudiciază după criteriul de sex respectul pentru demnitatea umană, aducând atingere imaginii unei persoane în viața publică și/sau particulară, precum și a unor grupuri de persoane. Este interzisă utilizarea în publicitate a situațiilor în care persoanele, indiferent de apartenența la un sex, sunt prezentate în atitudini degradante, umilitoare și cu caracter pornografic, inclusiv prin folosirea stereotipurilor de gen;
- articolul 117 introduce o nouă cerință pentru publicitatea la produsele alimentare, în sensul că aceasta nu trebuie să încurajeze consumul de alimente prin folosirea în publicitate a minorilor cu vârsta între 3 și 15 ani;
- potrivit dispozițiile articolului 120, în publicitatea și teleshoppingul la suplimente alimentare, informațiile de prezentare a produselor pot conține exclusiv datele din eticheta, cutia, flaconul și/sau prospectul produsului, care au fost, după caz, avizate de către institutele naționale de sănătate publică din subordinea Ministerului Sănătății sau notificate de către Institutul de Bioresurse Alimentare, precum și mențiunile nutriționale și de sănătate aprobate în conformitate cu Regulamentul (CE) nr.

1.924/2006. Nu se vor atribui alimentelor proprietăți pe care acestea nu le posedă. În publicitatea pentru alimente adresată minorilor este interzisă folosirea celebrităților, personalităților sau medicilor. Publicitatea la alimente adresată minorilor este definită în conformitate cu codul de autoreglementare al Consiliului Român pentru Publicitate, depozitar al Codului etic pentru publicitatea adresată copiilor referitoare la produse alimentare. În cadrul calupurilor publicitare ce promovează alimente radiodifuzorii trebuie să difuzeze alternativ unul dintre următoarele mesaje de avertizare precizate în decizie la art. 120 alin. (5).”

**Președinte al Consiliului interinstituțional în domeniul combaterii concurenței neloiale,**

**Irina Diana AVRAM**  
**Director General**

