

CONSILIUL CONCURENTEI

Vasile Nedelcu
[Signature]

SENAT
PRESEDINTE
Nr. 7187
Data 21.10.2012



Domnului Vasile Blaga, Presedinte

Senatul Romaniei

Biroul Permanent al Senatului

Calea 13 Septembrie nr. 1-3, sector 5, Bucuresti, 050711

Tel: 021 414 1111; 021 316 0300.

ROMANIA
CONSILIUL CONCURENTEI
REGISTRARILE GENERALE
D.B.C./R.I.
12 RG 4386
03 29

Biroul permanent al Senatului
Bp 102 13.04.2012

Subiect: Proiect de Lege pentru completarea Ordonantei Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor si serviciilor de piata (initiator: Senator Vasile Nedelcu, Circumscripția electorala nr.12 Calarasi)

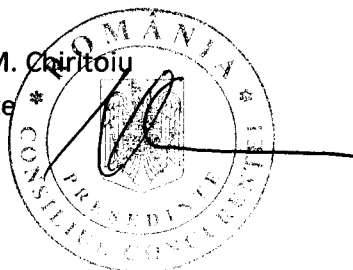
Stimate domnule Presedinte,

Va inaintam alaturat Opinia Consiliului Concurentei referitoare la Proiectul de lege pentru modificarea si completarea Ordonantei Guvernului nr.99/2000 privind comercializarea produselor si serviciilor de piata, transmisa initiatorului la data de 23.12.2011¹.

Cu stima,

Bogdan M. Chiritoiu

Presedinte

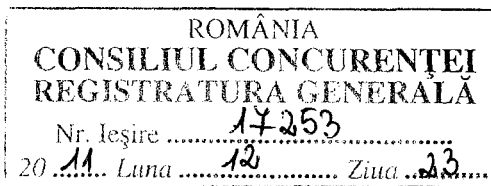


¹ Inregistrata la Consiliul Concurentei cu nr. RG 17253/23.12.2011.



Consiliul Concurentei
Piata Presei Libere nr. 1
Cod postal: 013701
Sector 1, Bucuresti

CONSILIUL CONCURENTEI



Opinie

referitoare la proiectul de lege pentru completarea art.12 din Ordonanța Guvernului nr. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață

1. Obligatorietatea de a vinde produse românești în proporție de cel puțin 80%

În ceea ce privește condiționarea supermarketurilor și hipermarketurilor de a vinde produse de producție românească în proporție de cel puțin 80%, această prevedere poate constitui o **discriminare față de celelalte structuri de comercializare**, cum ar fi: magazinele cash& carry, magazine mici de cartier, chioscurile sau magazinele de tip discount.

Actiunea propusă poate intra sub **incidența prevederilor Tratatului** privind funcționarea Uniunii Europene („Tratat”) în conformitate cu care piața internă cuprinde un spațiu fără frontiere interne, în care liberă circulație a marfurilor, a persoanelor, a serviciilor și a capitalurilor este asigurată¹.

Totodată, promovarea produselor românești poate constitui o **discriminare față de bunurile provenite din alte state ale Uniunii**. În mod similar, **restricțiile cantitative ale importurilor** sau orice măsuri care ar putea avea efecte echivalente sunt interzise între statele membre². Statele membre trebuie să se asigure că nu există discriminări privind condițiile în care bunurile sunt achiziționate și vândute între cetățenii acestora.

¹ Articolul 26 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene.

² conform art. 34 din Tratat



Consiliul Concurenței

Piața

Presei Libere nr. 1
Cod postal: 013701
Sector 1, București

CONSILIUL CONCURENTEI



Mai mult, propunerea legislativa poate intra sub incidenta Directivei europene privind serviciile in cadrul pietei interne³ („Directiva”), in conformitate cu care statele membre trebuie sa examineze daca sistemul lor juridic impune cerinte nediscriminatorii pentru accesul la o activitate de servicii sau exercitarea acesteia⁴.

Mai mult, aprobarea implantarii structurilor comerciale noi cade deja in sarcina consiliilor locale, in functie de planul urbanistic, stabilirea locului unde acestea pot fi implantate constituind o dubla reglementare, duplicarea cerintelor incalcand aceeași Directiva.

2. Relocarea magazinelor in afara oraselor

Ca argument pro-concurential, actiunea de limitare a suprafetei unui magazin prezent in centrul orasului poate conduce, in timp, la anumite efecte benefice concurentei. Magazinele ce se vor deschide in cadrul oraselor sau localitatilor vor avea suprafete din ce in ce mai reduse. In situatia in care, spre exemplu, un singur magazin de 3000 de metri patrati va fi refuzat de autoritati pentru deschidere in centrul orasului, doua magazine de 1500 de metri patrati fiecare vor fi permise. In acest mod, pe termen lung, masura propusa poate avea efecte pro-concurentiale cu conditia ca acele doua magazine sa fie detinute de retaileri independenti.

Pe de alta parte, Consiliul Concurentei atrage atentia asupra unor efecte negative ale masurii propuse, de a reloca magazinele cu structura medie sau mare⁵ in afara oraselor.

³ Art. 15 din Directiva nr. 2006/123/CE a Parlamentului European si a Consiliului din 12 decembrie 2006, transpusa in legislatia romaneasca prin Ordonanta de Urgenta nr. 49 din 20 mai 2009 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii si libertatea de a furniza servicii in Romania.

⁴ Art. 15: (a) restrictii cantitative sau teritoriale, in special sub forma limitarilor stabilite in functie de populatie sau a unei distante geografice minime intre prestatori.

⁵ Asa cum sunt definite in Ordonanta 99/2000.



Consiliul Concurentei
Piata
Presei Libere nr. 1
Cod postal: 013701
Sector 1, Bucuresti

CONSILIUL CONCURENTEI



Posibilitati reduse de alegere pentru consumatori

Posibilitatea de alegere a consumatorilor va fi limitata la structurile de vanzare cu suprafata mica (sub 400 mp), adica magazine mici de cartier, chioscuri, magazine mici specializate.

Din studiul comandat de Consiliul Concurentei in cadrul investigatiei utile pentru cunoasterea pietei de comert cu amanuntul din Romania, realizat in anul 2009, s-a pus accent pe obiceiurile de consum ale locuitorilor Romaniei. Astfel, din studiu a reiesit ca atractivitatea comertului modern (prin super/hipermarketuri, discounteri) este data de oferta variata de produse, preturile accesibile si faptul ca sunt bine aprovizionate. In general, consumatorii sunt mai satisfacuti de magazinele de format mare decat de cele de format mic. In plus, aproape doua treimi (63,8%) dintre persoanele chestionate au afirmat ca magazinul pe care il viziteaza cel mai frecvent pentru efectuarea principalelor achizitii/bunuri de consum este la o distanta de 1 km sau mai putin de casa.

Pozitionarea magazinelor in afara oraselor ar rezulta in necesitatea schimbarii obiceiurilor de consum pentru anumite categorii de clienti (peste 48% conform studiului comandat de Consiliul Concurentei), cel putin cei din centrul orasului, care s-ar gasi la o distanta foarte mare de magazine sau cei care nu dispun de un mijloc de transport propriu.

Cresterea costurilor cu transportul/Consumatorii vor fi influentati sa circule mai mult cu masina

Pastrarea magazinelor in limitele oraselor, cel putin formatele mici si medii, ar incuraja folosirea alternativa a altor mijloace de transport in detrimentul autoturismelor proprii. Mai mult, relocarea magazinelor catre marginea oraselor ar insemna cresterea cheltuielor cu carburantii si cresterea probabilitatii aparitiei de ambuteiaje, in special in week-end, avand in vedere ca relocarea se va face de-a lungul arterelor care asigura iesirea din oras.

Totodata, autoritatile locale vor intampina costuri mai mari pentru asigurarea transportului public catre si de la centrele comerciale situate in afara oraselor.



Consiliul Concurentei

Piata

Presei Libere nr. 1
Cod postal: 013701
Sector 1, Bucuresti

CONSILIUL CONCURENTEI



Afectarea concurenței pe piața de retail

Datorită resurselor limitate, retailerii vor întâmpina greutăți în a obține terenul pentru deschiderea unui magazin nou. Marii retailerii, deci retailerii care dețin deja o poziție destul de importantă pe piața de retail din România, vor avea posibilități mai mari în a obține terenurile în afara orașului. În plus, aceștia posedă resurse financiare importante în comparație cu micii retailerii. Aceștia vor pleca din start cu un handicap în a concura cu marii retailerii. Concurența pe piața de retail va fi în acest fel afectată și, prin aceasta, consumatorul final.

Capacitatea unui retailer de a concura se măsoară și prin economiile de scară înregistrate, respectiv nivelul vânzărilor pe metru pătrat. Dacă un retailer nu se poate poziționa într-o locație care să îi ofere economie de scară, acesta nu va fi într-o poziție de a concura eficient. Totodată, acei retailerii care sunt deja poziționați în zone cu densitate mare vor avea un avantaj concurențial.

În cadrul orașelor vor rămâne retailerii cu suprafețe mai mici de 400 m², ceea ce determină ca retailerii a căror experiență de vânzare se bazează pe magazine cu suprafețe mari să fie cei mai afectați de noile condiții. Aceștia vor întâmpina costuri mai mari pentru a-și adapta politica comercială către formate de magazine mici.

Alte țări, care au implementat acest sistem încă din anii 1980, au constatat ulterior efecte negative asupra comerțului cu amănuntul, asupra consumatorilor și inclusiv asupra dezvoltării orașelor.

În Marea Britanie, studiile au demonstrat că dezvoltarea în afara orașelor a afectat centrele comerciale tradiționale, consumatorii migrau către suburbii pentru a-și face cumpăraturile la mega-magazine, iar centrele orașelor pierdeau din cauza lipsei traficului de consumatori.



Consiliul Concurenței
Piata
Presei Libere nr.1
Cod postal: 013701
Sector 1, Bucuresti

CONSILIUL CONCURENTEI



In Norvegia, in 1999, dupa adoptarea unei politici nationale referitoare la localizarea centrelor comerciale in afara oraselor, s-a constatat ca centrele oraselor au fost lipsite de veniturile din retail, alte servicii au fost treptat mutate in afara oraselor, iar populatia a devenit treptat dependenta de masina personala pentru cumparaturi. Alte efecte negative au fost cresterea cererii pentru suprafete mari de terenuri, a celei pentru transportul public, care nu puteau fi acoperite. Totodata, anumite cladiri si terenuri aflate in interiorul oraselor erau folosite ineficient, in timp ce se realizau investitii pentru terenuri si cladiri noi in afara oraselor⁶.

In concluzie, Consiliul Concurenteii considera ca este in beneficiul consumatorilor ca acestia sa aiba acces la cat mai multe si variate structuri de vanzare cu amanuntul, iar raporturile concurentiale intre cele doua forme de comert, respectiv cele modern si traditional, ar trebui sa se desfasoare nestanjenit, cu interventii cat mai reduse din partea autoritatilor statului.

Cu stimă,



⁶ Raportul Ministerului Mediului privind adoptarea de regulamente stricte privind dezvoltarea proiectelor de retail in afara centrelor urbane.



Consiliul Concurenteii

Piata

Presei Libere nr.1
Cod postal: 013701
Sector 1, Bucuresti