

Decizii comerciale de evitat în contextul pandemiei de COVID-19 pentru a preîntâmpina o investigație din partea Consiliului Concurenței



Reff | Associates

La scurt timp după amplificarea cazurilor de infectare cu noul coronavirus (COVID-19) la nivelul Uniunii Europene, Consiliul Concurenței a inițiat o prima investigație pentru a analiza creșterea prețurilor maștilor de protecție pe teritoriul României, anunțată [aici](#). În felul acesta, Consiliul Concurenței demonstrează, din nou, atitudinea activă pe care o are, precum și faptul că urmărește foarte atent măsurile luate de agenții economici în această perioadă, cu scopul de a preîntâmpina măsuri abuzive sau excesive aplicate într-o perioadă de criză cu privire la bunuri care acoperă nevoi de bază ale populației.

Comitetul Național pentru Situații Speciale de Urgență constituit ia măsuri rapide și din ce în ce mai intruzive în activitatea comercială a agenților economici, menite să oprească răspândirea virusului la nivelul populației. Având în vedere rapiditatea de reacție care se impune în astfel de situații, atunci când agenții economici sunt nevoiți să implementeze aceste direcții în practică, apar multe semne de întrebare. Aceste măsuri nu sunt (și nici nu ar putea să fie) adaptate specificului unei industrii sau activități, motiv pentru care o tendință posibilă a actorilor de pe piață ar putea fi aceea de a interacționa cu alte întreprinderi concurente pentru a discuta despre cum aceștia interpretează prevederile actelor normative sau pentru a afla care sunt bunele practici (best practices) implementate în alte companii care se confruntă cu dificultăți similare. Sunt momente în care viteza de reacție este esențială și nu este exclusă situația în care nu pot fi convocate consiliile de administrație pentru gândirea unei strategii, mai ales dacă unii dintre membri sunt ei înșiși izolați la domiciliu sau în carantină.

Ce NU trebuie să facă salariații societăților comerciale în această perioadă?

- să nu discute/agreeze cu concurenții prețurile practicate la anumite produse/servicii, orice fel de termeni comerciali, reduceri etc.;
- să nu mărească prețurile pe care le aplică pentru produsele/serviciile pe care le oferă fără o justificare obiectivă (de exemplu creșterea prețului de achiziție);
- să nu desfășoare acțiuni sau să nu aibă comportamente de excludere a unor concurenți/furnizori, ca urmare a înțelegerii acestora din urma cu concurenții companiei, chiar dacă acestea pot părea la o primă vedere justificate de motive obiective, rezultate din comportamente incorecte/neloiale ale acestora;
- să nu ia decizii comune cu concurenții companiei în vederea stopării comercializării unui anumit produs/serviciu;
- să nu discute cu concurenții companiei oportunități noi de afaceri în contextul actual și sub nicio formă să nu realizeze acțiuni de împărțire a clienților și teritoriilor;
- să nu decidă stabilirea unor comportamente general aplicabile față de clienți, furnizori sau alți parteneri comerciali, precum și standardizarea modalității de acțiune în situații identice de afaceri.

Aspecte de reținut pentru a fi în siguranța din perspectiva dreptului concurenței: nu se discută/agreează cu concurenții informații pe care compania le considera ca fiind sensibile/strategice (acele informații care, dacă ar fi cunoscute, ar reduce incertitudinea strategică de pe piața între concurenți).

Asemenea comportamente pot duce la implicarea unei societăți în anumite practici anticoncurențiale, într-un moment în care Consiliul Concurenței este extrem de activ, iar posibilitatea de a fi investigat de către autoritatea de concurență este foarte mare.

Atâta timp cât decizia economică cu privire la o anumită acțiune este una individuală, justificată obiectiv de propriile decizii de afaceri și de contextul economic existent, chiar dacă este similară la nivelul mai multor agenți economici, aceasta nu ar trebui să ridice preocupări din perspectiva dreptului concurenței.

Un aspect deja arhicunoscut, dar util de reamintit, este faptul că amenzi pe care Consiliul Concurenței le poate aplica în situația în care constată că o companie este parte a unei înțelegeri anticoncurențiale sau a făcut abuz de poziția dominantă în care se afla pot ajunge până la 10% din cifra de afaceri totală, realizată în anul financiar anterior aplicării sancțiunii. Cu siguranța, autoritatea va închide rapid investigațiile declanșate în acest context, pentru a da exemple de „așa nu” participanților implicați.

Pentru cele mai recente modificări legislative adoptate în contextul coronavirus, experții Reff & Asociații au creat și vor actualiza în permanență o secțiune dedicată, disponibilă [aici](#).