

Modificarea legii 321/2009 – revin serviciile în retailul alimentar?



Vineri, 27 martie, a fost promulgata de catre Președintele României Legea nr. 28/2020 care modifica o serie de prevederi importante ale Legii nr. 321/2009 privind comercializarea produselor alimentare. Prin urmare, pentru câteva minute, încercăm să mutăm atenția de la pandemia Coronavirus la abordarea principalelor modificări aduse legii 321 și impactul lor asupra unuia dintre cele mai importante și mai active sectoare economice la acest moment – retailul alimentar.

O lege nouă, mai multă claritate? – Nu neaparat.

În iulie 2016, când legea 321 a fost ultima oară modificată, s-au creat nemulțumiri și impredictibilitate cu privire la ce intra sub interdicția facturării/ refacturării taxelor și serviciilor și ce nu. Punctul central al modificării din 2016, precum și al celei de astăzi, rămâne reglementarea taxelor și serviciilor care reprezintă o componentă foarte importantă a veniturilor retailer-ilor, atât în România, cât și în majoritatea statelor UE.

Deși aduce câteva clarificări utile, legea nr. 28/2020 ratează ocazia de a răspunde clar multor întrebări rămase fără un răspuns clar în ultimii 4 ani. Printre întrebările deschise numărăm, cu titlu de exemplu, caracterul permis și/ sau condițiile în care se pot factura servicii pentru plasarea de gondole sau de capete de raft, pentru accesarea de rapoarte financiare sau, mai nou, în mediul online, pentru asigurarea prezenței permanente la raftul virtual.

Taxe și servicii – permise sau nu?

Noua reglementare flexibilizează regimul anterior și realizează trecerea de la o interdicție absolută a taxelor și serviciilor între retailer și furnizori, la o permisiune condiționată. Aceasta stabilește principiul interdicției facturării/ refacturării doar a serviciilor care **nu sunt legate de actul comercial**.

Fără a detalia suplimentar, legea se limitează la a menționa că **nu sunt legate de actul comercial** serviciile privind **extinderea rețelei de distribuție** a retailer-ului, **amenajările spațiilor de vânzare** ale retailer-ului sau **operațiunile și evenimentele de promovare a activității și imaginii retailer-ului**. Chiar și anterior adoptării legii noi, era destul de clar în retailul alimentar că taxele percepute pentru deschiderea de magazine noi, cele privind amenajarea spațiilor interioare și exterioare ale retailer-ului ori cele care vizau finanțarea anumitor evenimente ale retailer-ilor (de exemplu, evenimente aniversare ori festivaluri sezoniere) nu sunt permise.

Corelativ principiului interdicției enunțat anterior, legea nouă stabilește și o excepție. **Sunt exceptate** categoriile

de servicii menționate în paragraful anterior care **vizează activități de promovare a produselor** achiziționate de la furnizor, cu condiția să fie stabilite contractual în mod clar și în prealabil prestării serviciilor. Cu toate acestea, printre categoriile de taxe/ servicii care nu au legatură cu actul comercial și care nu pot beneficia de vreo excepție, ne putem gândi la: taxe pentru renovarea/ repararea magazinelor retailer-ilor, garantarea marjei de profit a retailer-ului, precum și orice alte modalități de finanțare a activităților ale caror riscuri, prin natura lor, revin retailer-ilor, iar nu furnizorilor.

Pentru categoriile de servicii permise de lege, anume acelea care **sunt legate de actul comercial**, legea 28/2020, similar reglementarilor UE în materie, stabilește doar ca acestea trebuie să fie agreate contractual (n.n., în mod clar și lipsit de ambiguitate), în principal pentru a evita facturarea unor servicii prestate, dar neagreate anterior. Astfel, în spiritul reglementarilor UE, legea stabilește două categorii de servicii: **(1)** cele care nu sunt legate de actul comercial, pe care retailerii nu le pot factura nici măcar dacă agreează în scris acest lucru cu furnizorul, respectiv **(2)** cele care sunt legate de actul comercial, pe care retailerii le pot factura, cu condiția ca acestea să fie agreate contractual, în mod clar și fără ambiguitate. În legătură cu acest ultim punct, consideram util și necesar ca documentul contractual să fie agreat și semnat anterior începerii prestării efective a serviciilor.

Alte modificări importante – termene de plată, sancțiuni și obligații specifice

Legea nr. 28/2020 aduce și alte câteva modificări importante. În primul rând, aceasta modifică termenele de plată a bunurilor - pentru produse alimentare proaspete, acesta crește la 14 zile lucrătoare de la recepție, iar pentru celelalte categorii de bunuri alimentare, legea renunță la termenul anterior de 30 de zile calendaristice, lăsând stabilirea acestuia la latitudinea părților, potrivit legii. În al doilea rând, noua reglementare modifică regimul sancțiunilor – pentru prima categorie de contravenții (inclusiv taxe și servicii și vânzare în pierdere), se elimină măsura suspendării autorizației de funcționare în caz de abatere repetată, iar pentru celelalte două categorii, legea înasprește sancțiunile, care pot ajunge în prezent la 250.000 Lei.

Sesizăm, totodată, și o posibilă necorelare legislativă a legiuitorului care, deși la articolul 12 stabilește posibilitatea (iar nu obligația!) retailer-ului de a achiziționa anumite produse prin parteneriate directe, la articolul 16 privind sancțiunile, stabilește o amendă cuprinsă între 200.000 și 250.000 Lei pentru nerespectarea articolului 12. Nu în ultimul rând, ca urmare a procedurii de *infringement* demarate împotriva României de către Comisia Europeană, se elimină obligațiile în sarcina retailer-ilor de favorizare a comercializării/ promovării produselor românești.

Intrare în vigoare și modificarea contractelor în vigoare

Legea intră în vigoare în 45 de zile de la momentul publicării în Monitorul Oficial. Contractele în desfășurare trebuie modificate pentru a fi aduse în acord cu noile prevederi în termen de 6 luni de la data intrării în vigoare a legii (iar nu de la data publicării!). De asemenea, în termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a legii, se așteaptă adoptarea de norme metodologice de aplicare a legii 321. Cu toate acestea, notăm că și forma veche a legii a prevăzut această obligație, însă fără vreun rezultat.

Așteptări

Credem că după încetarea stării de urgență vom vedea o revenire către serviciile de promovare și marketing, existând interes din partea producătorilor să își promoveze produsele. De asemenea, așteptăm și o promovare susținută a produselor românești existând campanii de susținere a producătorilor locali în contextul actual, post-pandemie.