



CONSILIULUI CONCURENȚEI



Republica Moldova, MD-2068, Chișinău, str. Alecu Russo, 1
E-mail: office@competition.md, www.competition.md

DECIZIA

PLENULUI CONSILIULUI CONCURENȚEI

nr. APD-08/22-38 din 27.12.2024

**privind constatarea încălcării art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea
concurenței nr. 183/2012 (în redacția în vigoare la momentul
săvârșirii faptei) în cauza inițiată prin Dispoziția Plenului Consiliului
Concurenței nr. 08 din 31.05.2022
și sancționarea întreprinderilor
„Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL**

Cuprins

1.	INTRODUCERE.....	5
2.	PĂRȚILE IMPLICATE	7
2.1.	„Floarea Soarelui” SA	7
2.2.	„Lux Proba Grup” SRL	8
3.	ASPECTE PROCEDURALE	9
4.	PIAȚA RELEVANTĂ: PIAȚA PRODUSULUI ȘI PIAȚA GEOGRAFICĂ	12
4.1.	Piața relevantă a produsului.....	12
4.1.1.	Descrierea produsului	13
4.1.2.	Substituibilitatea uleiului de floarea-soarelui cu alte uleiuri vegetale comestibile, grăsimi vegetale și de origine animală	15
4.1.3.	Substituibilitatea produsului în dependență de forma în care se furnizează: brut, vrac, îmbuteliat	16
4.1.4.	Substituibilitatea dintre uleiul brut de floarea-soarelui și uleiul rafinat	17
4.1.5.	Substituibilitatea dintre uleiul de floarea-soarelui rafinat furnizat în vrac și cel furnizat în formă îmbuteliată	17
4.2.	Piața geografică relevantă.....	20
4.3.	Poziția dominantă a „Floarea Soarelui” SA pe piața producerii	21
4.4.	Piața aprovizionării. Structura pieței. Cotele de piață	23
4.4.1.	Poziția dominantă a „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării	28
	Observațiile părților cu privire la piața relevantă	30
	Poziția Consiliului Concurenței	31
	Observațiile părților cu privire la includerea uleiului „private label” în piața relevantă. Corectitudinea calculării indicilor IHH și CR5	33
	Poziția Consiliului Concurenței	34
5.	ACTE ȘI FAPTE CONSTATATE	35
5.1.	Probarea acordului / practicii concertate între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL	35
5.1.1.	Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2019	40
	Observațiile părților.....	43
	Poziția Consiliului Concurenței	45
5.1.2.	Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2020	47
	Observațiile părților.....	50

Poziția Consiliului Concurenței	53
5.1.3. Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2021	54
Observațiile părților.....	58
Poziția Consiliului Concurenței	59
5.1.4. Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2022, până la intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022	60
Observațiile părților.....	65
Poziția Consiliului Concurenței	65
5.1.5. Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2022, după intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022.....	66
5.2. Analiza acțiunilor „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL prin prisma art. 11 din Legea concurenței cu referire la majorarea prețurilor din luna mai, 2022	76
5.2.1. Analiza acțiunii „Floarea Soarelui” SA privind intenția de majorare a prețului de fabrică la ulei cu circa ■■■■■ începând cu luna mai 2022	76
5.2.2. Analiza acțiunilor „Lux Proba Grup” SRL prin prisma art. 11 din Legea concurenței cu referire la majorarea prețurilor din luna mai 2022	83
6. EVALUAREA LEGALĂ A FAPTEI.....	91
6.1. Aplicabilitatea art. 5 alin. (1) din Legea concurenței	91
6.1.1. Conceptul de întreprindere	92
6.1.2. Conceptul de acord anticoncurențial și/sau practică concertată	92
6.1.3. Conceptul de împiedicare, restrângere sau denaturare a concurenței.....	97
6.2. Aplicabilitatea art. 11 alin. (1) și (2) din Legea concurenței	106
7. OBSERVAȚIILE PĂRȚILOR ȘI POZIȚIA CONSILIULUI	106
7.1. Aplicabilitatea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 la data săvârșirii pretinselor fapte anticoncurențiale și argumentele părților că nu ar fi concurente, iar schimbul de informație nu ar reprezenta o restricție gravă.....	107
7.2. Aplicabilitatea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 și argumentele părților privind conduita supusă investigației de către Consiliul Concurențe, cauza „Hugo Boss” și testul indispensabilității	109
7.3. Argumentele părților cu privire la fixarea prețurilor	132

7.4.	Argumentele părților privind lipsa încălcării prin obiect, necesitatea analizei efectelor pe piață și a corespunderii acordului de distribuție prevederilor art. 6 alin. (1) din Legea concurenței	134
7.5.	Referitor la încălcarea dreptului la apărare	152
7.6.	Referitor la cererea de investigare suplimentară a cazului în conformitate cu art. 65 alin. (1) lit. c) din Legea concurenței	153
8.	INDIVIDUALIZAREA SANCTIUNILOR	154
8.1.	Gravitatea	155
8.2.	Durata	157
8.3.	Nivelul de bază.....	157
	Observațiile părților referitor la principiul proporționalității amenzii	157
	Poziția Consiliului Concurenței	159
8.4.	Ajustarea nivelului de bază	162
	Observațiile părților - referitor la ajustarea nivelului de bază	163
	Poziția Consiliului Concurenței	163
8.5.	Valoarea finală a amenzilor	165
9.	CONCLUZII	166

Decizia
Plenului Consiliului Concurenței
nr. APD-08/22-38 din 27.12.2024
privind constatarea încălcării art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței
nr. 183/2012 (în redacția în vigoare la momentul săvârșirii faptei) în cauza
inițiată prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 08 din 31.05.2022
și sancționarea întreprinderilor
„Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL

PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI,

acționând în temeiul art. 41 din Legea concurenței nr. 183/2012, Hotărârii Parlamentului nr. 33/2022 privind numirea în funcție a unui membru și președinte a Plenului Consiliului Concurenței, Hotărârii Parlamentului nr. 380/2023 privind numirea în funcția de vicepreședinte al Plenului Consiliului Concurenței, Hotărârii Parlamentului nr. 381/2023 privind numirea în funcția de membru al Plenului Consiliului Concurenței, Hotărârii Parlamentului nr. 211/2024 privind numirea în funcția de membru al Plenului Consiliului Concurenței,

examinând raportul de investigație asupra cazului, materialele acumulate în cadrul investigației, observațiile prezentate de părți la raportul de investigație și luând în considerare argumentele invocate de părțile implicate în cadrul audierilor,

a emis următoarea decizie:

1. INTRODUCERE

- (1) Prezenta investigație a avut la bază semnalele din piață cu privire la o posibilă încălcare a art. 5 și 11 din Legea concurenței nr. 183/2012 (în continuare – Legea concurenței), pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe fondul creșterilor semnificative de preț înregistrate la uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat în cadrul rețelelor de unități comerciale cu profil alimentar în luna mai, 2022.
- (2) Prin prezenta Decizie, s-a constatat încălcarea de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL a prevederilor art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței (în redacția în vigoare la momentul săvârșirii faptei), având în vedere coordonarea comportamentului în cadrul fixării prețului pe piața aprovizionării cu uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii

Moldova, în perioada octombrie 2019 - iunie 2022. Reprezentanți și factori de decizie ai întreprinderilor, prin intermediul corespondenței pe email, au coordonat și fixat prețurile de comercializare a uleiului către clienți, în special către rețelele de unități comerciale – așa numiții clienții „key account”.

- (3) Coordonarea comportamentului se realiza printr-o colaborare activă între întreprinderi, în cadrul căreia „Floarea Soarelui” SA solicita „Lux Proba Grup” SRL informații despre prețurile stabilite pentru clienții săi, astfel încât să își poată ajusta prețurile proprii, în special pentru clienți precum [REDACTED] și [REDACTED]. La rândul ei, „Lux Proba Grup” SRL informa „Floarea Soarelui” SA cu privire la prețurile stabilite pentru clienții săi, inclusiv cu privire la majorările convenabile cu anumit %, sugerând „Floarea Soarelui” SA conformarea la aceste majorări pentru a evita migrarea clienților de la o întreprindere la alta.
- (4) Coordonarea informațiilor sensibile comercial între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA a vizat nu doar fixarea prețului aplicat pentru producția „Floarea Soarelui” SA către cele două mari rețele de unități comerciale [REDACTED] și [REDACTED] ci și a prețului pentru mărcile de ulei „private label”, astfel fiind restrânsă inclusiv concurența inter-marcă.
- (5) Comportamentul anticoncurențial include comunicări ilicite între doi furnizori în vederea alinierii politicii de preț pe piața aprovizionării cu uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat, în sensul menținerii unui anumit nivel de preț pentru asigurarea unui nivel mai mare de profit cu eforturi minime. Întreprinderile implicate aveau obligația să se comporte independent, similar unor concurenți, care își asumă riscurile incertitudinii pe care o generează concurența, în special prin preț, și nu să substituie concurența cu cooperarea pe piață.
- (6) Relația contractuală între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA este bazată pe un contract [REDACTED], care reprezintă de fapt o relație comercială pe verticală, însă schimbul de informație comercială care a stat la baza concluziilor din decizie a avut loc în contextul așa numitei [REDACTED] realizată de „Floarea Soarelui” SA, în sens că producătorul a vândut uleiul atât unui distribuitor independent, cât și direct propriilor clienți, fiind astfel prezent la nivelul de comercializare cu ridicata, care este o piață în avalul pieței de producere. Relației verticale care leagă „Floarea Soarelui” SA de „Lux Proba Grup” SRL, această [REDACTED] a adăugat un substrat orizontal, deoarece producătorul în acest caz concurează cu distribuitorul său independent.

- (7) Atât conținutul practicii concertate (schimbul de informații referitoare la prețurile viitoare), obiectul acestuia (fixarea prețurilor în funcție de client, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților) de a se înțelege cu privire la majorarea viitoare a prețului de vânzare către cele două mari rețele de unități comerciale [REDACTED] și [REDACTED] și de a evita concurența reciprocă prin preț în avantajul lor, cât și conduita coordonată a părților în calitate de concurenți care au acceptat informațiile și în consecință și-au adaptat comportamentul pe piață a demonstrat existența unui acord de natură orizontală.
- (8) Având în vedere că prin practica de coordonare a prețurilor s-a urmărit același obiectiv, identitatea întreprinderilor participante la acord fiind aceeași pe tot parcursul perioadei analizate, inclusiv identitatea acelorași persoane, acordul vizând aceleași modalități de punere în practică, și întrucât schimbul de informații strategice comercial a avut loc constant în perioada cuprinsă între luna octombrie 2019 – iunie 2022, s-a determinat caracterul unic și continuu al încălcării.
- (9) În partea ce ține de posibila încălcare a art. 11 din Legea concurenței, deși inițial semnalele din piață indicau despre o posibilă acțiune abuzivă la stabilirea prețului de comercializare cu ridicata a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, ca urmare a majorării cu circa [REDACTED] a prețului la raft în luna mai, 2022, pe parcursul investigației, nu au fost stabilite probe suficiente pentru a demonstra un abuz pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat în Republica Moldova.

2. Părțile implicate

2.1. „Floarea Soarelui” SA

- (10) **„Floarea Soarelui” societate pe acțiuni**, IDNO 1002602001837, cu sediul juridic: MD-3100, str. 31 August, nr. 6, mun. Bălți, Republica Moldova. Administrator - [REDACTED]. Activitatea principală a întreprinderii (conform Listei entităților care au prezentat situațiile financiare, elaborată de Biroul Național de Statistică) reprezintă **Fabricarea uleiurilor și grăsimilor** (cod CAEM2 10.41). Întreprinderea este parte a grupului internațional „Trans Oil”¹. Lista acționarilor care dețin cel puțin 5% din numărul total de acțiuni cu drept de vot al întreprinderii sunt: [REDACTED] cu o cota de [REDACTED]% și

¹ <https://transoilcorp.com/en/>

■ de unități. Conform informațiilor din sistemul informațional al Serviciului Fiscal de Stat, întreprinderea deține o suprafață de depozite comerciale angro de peste ■ m² amplasate în ■ etc.

- (16) Întreprinderea distribuie în Republica Moldova mărci ale unor producători cu renume: ■ etc.
- (17) Clienții-cheie (Key account management) ai „Lux Proba Grup” SRL sunt rețelele de unități comerciale de tip alimentar care activează sub brandul ■ .
- (18) În cadrul investigației s-a determinat, conform prevederilor Legii concurenței nr. 183/2012 că, „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA sunt întreprinderi independente.

3. ASPECTE PROCEDURALE

- (19) Plenul Consiliului Concurenței, în baza notei cu privire la propunerea de inițiere a investigației nr. APD-06/156 din 23.05.2022, cu luarea în considerare a materialelor acumulate în cadrul investigației utile pe piața comercializării și procesării culturilor cerealiere și oleaginoase inițiate prin Dispoziția nr. 23 din 20.06.2019, a inițiat, din oficiu, prin Dispoziția nr. 08 din 31.05.2022 investigația având ca obiect o posibilă încălcare a prevederilor art. 5 și art. 11 din Legea concurenței pe piața comercializării cu ridicata a uleiului de floarea-soarelui.
- (20) Investigația a fost inițiată pe fondul creșterilor semnificative de preț înregistrate la uleiul de floarea-soarelui în rețelele de unități comerciale cu profil alimentar în luna mai, 2022.
- (21) După inițierea investigației, în scopul acumulării probelor relevante, Președintele Consiliului Concurenței a dispus efectuarea inspecțiilor inopinate la întreprinderile implicate.³

³ „Floarea Soarelui” SA (Ordinul nr. 000061 din 10.06.2022, Delegația de inspecție 000161 din 10.06.2022, rezultatele fiind consemnate în procesul verbal din 10.06.2022), „Lux Proba Grup” SRL (Ordinul nr. 000062 din 10.06.2022, Delegația de inspecție 000162 din 10.06.2022, rezultatele fiind consemnate în procesul verbal din 10.06.2022).

- (22) Ulterior, în adresa întreprinderilor implicate și a altor participanți la piața producerii de ulei de floarea-soarelui, la piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat și la piața comercializării cu ridicata și amănuntul au fost remise mai multe solicitări de informație în limita obiectului și scopului investigației.
- (23) În urma finalizării investigației, a fost întocmit raportul de investigație (comunicat și recepționat de către întreprinderile implicate la data de 29.12.2023), fiind propusă constatarea încălcării art. 5 din Legea concurenței și sancționarea întreprinderilor „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, precum și încetarea investigației în partea ce ține de art. 11 din Legea concurenței, în legătură cu faptul că pe parcursul desfășurării investigației nu au fost descoperite probe suficiente care ar justifica aplicarea de măsuri corective sau sancțiuni.
- (24) Urmare a cererilor de acces la dosarul investigației, la data de 23.01.2024 a fost asigurat accesul la dosar întreprinderii „Floarea Soarelui” SA, cu ridicarea copiilor din dosar în format electronic și pe hârtie la data de 06.02.2024, iar la data de 09.02.2024 întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL, cu ridicarea copiilor din dosar în format electronic, fapt consemnat în declarațiile de acces.
- (25) Urmare a cererii din partea întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL din data de 23.01.2024, termenul de prezentare a observațiilor la raportul de investigație a fost prelungit cu 30 de zile lucrătoare, fapt comunicat întreprinderilor la data de 26.01.2024 și 30.01.2024.
- (26) La data de 26.03.2024, în baza Ordinului Președintelui Consiliului Concurenței nr. 1-A(acces) din 25.03.2024 și nr. 2-A(acces) din 26.03.2024, urmare a cererii depuse la data de 20.03.2024 întreprinderea „Floarea Soarelui” SA a obținut acces și ridicat copii de pe unele informații confidențiale din dosarul investigației.
- (27) Părțile au transmis observațiile la raportul de investigație la data de 27.03.2024: „Floarea Soarelui” SA (*scrisoare nr. 164 din 27.03.2024*) și „Lux Proba Grup” SRL (*scrisoare nr. 4 din 27.03.2024*).
- (28) La data de 29.05.2024 a fost recepționată cererea „Lux Proba Grup” SRL privind intenția de a iniția discuții de acceptare a angajamentelor, fapt despre care la data de 03.06.2024 a fost informată „Floarea Soarelui” SA.

- (29) Ulterior informării despre intenția „Lux Proba Grup” SRL de a iniția discuții de acceptare a angajamentelor, la data de 10.06.2024 întreprinderea „Floarea Soarelui” SA a manifestat aceeași intenție.
- (30) La data de 10.07.2024, Plenul Consiliului Concurenței a decis⁴ inoportunitatea inițierii discuțiilor de acceptare a angajamentelor din partea „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, fapt despre care întreprinderile au fost informate la data de 15.07.2024. Temei de neacceptare a inițierii discuțiilor a constituit faptul că modalitățile de înlăturare a problemelor concurențiale (identificate în raportul de investigație) prezentate de către întreprinderi în Formularul de cerere nu au fost clare și eficiente. Aceste măsuri nu ofereau garanții și detalii concrete despre măsurile specifice care vor fi implementate pentru a remedia problemele concurențiale. În contextul în care problemele concurențiale viza un acord/practică concertată de fixare a prețurilor pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat realizat în perioada octombrie 2019-iunie 2022, la caz, [REDACTAT] nu a fost acceptat în calitate de angajament. Or, respectarea Legii concurenței reprezintă o obligație necondiționată în sine. De asemenea, din propunerile de angajamente formulate, nu se putea contura o metodă de control și monitorizare riguroasă a comportamentului dintre părți.
- (31) Consiliul Concurenței a organizat audieri cu părțile implicate la data de 28.10.2024, în urma cărora s-a decis acordarea accesului la informațiile anterior calificate drept confidențiale din dosar, pentru a exclude orice dubiu privind respectarea principiului egalității de tratament și a dreptului la apărare, chiar dacă, se atestă că acestea nu au stat la baza propunerilor raportorului de constatare a încălcării a art. 5 din Legea concurenței.
- (32) La data de 22.11.2024 părțile implicate au beneficiat de acces la informațiile din dosar anterior calificate inaccesibile, ridicând copii din dosar în format electronic. Tot în cadrul accesului la dosar părțile au fost informate despre un termen rezonabil pentru prezentarea observațiilor asupra propunerilor din raportul de investigație în contextul informațiilor suplimentare la care s-a acordat acces și despre o nouă dată a ședințelor de audieri.
- (33) Ulterior audierilor din 28.10.2024, la data de 15.11.2024 părțile implicate au prezentat observații suplimentare pe care le-au considerat relevante examinării

⁴ În temeiul prevederilor art. 41 alin. (1) lit. k) din Legea concurenței nr. 183/2012 și pct. 24, 25 și 26 din Regulamentul privind acceptarea angajamentelor propuse de către întreprinderi, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 2 din 22.01.2015.

cazului, însă conținutul acestora constituia o repetare a observațiilor anterioare prezentate asupra raportului de investigație. La data de 10.12.2024, după accesul la dosar din 22.11.2024, „Lux Proba Grup” SRL a revenit cu completări la observațiile prezentate la data de 15.11.2024.

- (34) Consiliul Concurenței a organizat, separat, o nouă ședință de audieri cu părțile implicate la data de 18.12.2024.
- (35) La data de 27.12.2024, având în vedere materialele acumulate la dosarul cauzei, Plenul Consiliului Concurenței a adoptat prezenta Decizie.

4. PIATA RELEVANTĂ: PIATA PRODUSULUI ȘI PIATA GEOGRAFICĂ

- (36) Examinarea problemelor concurențiale și evaluarea unei cauze de concurență se efectuează în cadrul pieței relevante.
- (37) Determinarea pieței relevante reprezintă un instrument de identificare și de definire a cadrului în care se exercită concurența. În funcție de natura problemei concurențiale, dimensiunile pieței relevante pot fi diferite.
- (38) Piața relevantă se determină prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă.

4.1. Piața relevantă a produsului

- (39) Piața relevantă a produsului cuprinde toate produsele și/sau serviciile pe care consumatorul le consideră interschimbabile sau substituibile, datorită caracteristicilor, prețurilor și utilizării acestora.
- (40) Din punct de vedere economic, pentru definirea pieței relevante, substituibilitatea la nivelul cererii reprezintă cel mai rapid și eficace element disciplinar care acționează asupra furnizorilor unui anumit produs, în special în ceea ce privește deciziile acestora în materie de prețuri. O întreprindere nu poate avea un impact semnificativ asupra condițiilor de vânzare existente, de exemplu, asupra prețurilor, atunci când clienții săi sunt în măsură să se orienteze fără dificultate spre produse substituibile sau spre furnizori situați în altă parte. De aceea, procesul de definire a pieței relevante constă, în principal, în identificarea surselor alternative reale de aprovizionare la care clienții întreprinderilor în cauză pot apela, atât sub aspectul produselor/serviciilor propuse de ceilalți furnizori, cât și sub aspectul localizării geografice a acestora.

- (41) În cazul practicilor anticoncurențiale, analiza se face de la caz la caz, în funcție de particularitățile existente. Analiza care se realizează este de tip ex post și are ca scop identificarea rolului și status-ului agenților economici pe piață. Nu este necesar să se identifice ex ante toate piețele posibile, ceea ce se urmărește fiind delimitarea pieței / piețelor pe care comportamentul părților a avut un efect anticoncurențial. Analiza efectuată pentru definirea pieței relevante în cazurile de practici anticoncurențiale se focalizează, deci, pe înțelegerea sau practica supusă analizei în cazul concret.
- (42) Astfel, la definirea pieței relevante, în cazul de față, Consiliul Concurenței va porni de la practica anticoncurențială examinată și produsul care face obiectul acestei practici.
- (43) Faptele analizate în cadrul acestei investigații se referă la comportamentul anticoncurențial adoptat de „Floarea Soarelui” SA și distribuitorul acesteia, întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL pe piața pe care se întâlnește oferta furnizorilor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat (reprezentată de producția locală și importuri) și cererea comercianților angroșiști / cu amănuntul, HoReCa, industria alimentară și alți beneficiari (piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat). De asemenea, vor fi analizate acțiunile producătorului cu referire la modalitatea stabilirii și aplicării prețului de fabrică către distribuitor și alți clienți pe piața din amonte, piața producerii.
- (44) Prin urmare, în scopul prezentei investigații se definesc două piețe a produsului:
- *piața producerii uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat; și*
 - *piața aprovizionării cu uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat.*
- (45) Considerentele luate în calcul la definirea piețelor relevante a produsului sunt descrise și analizate, după cum urmează.

4.1.1. Descrierea produsului

- (46) Uleiul de floarea-soarelui face parte din categoria „uleiurilor vegetale comestibile” și este obținut din semințe de floarea-soarelui. În funcție de gradul de prelucrare tehnologică, uleiul de floarea-soarelui poate fi brut, care se obține prin procese de presare și extracție și rafinat, care se obține prin procesul de rafinare fizică. În urma procesului de rafinare se obține produsul final - ulei rafinat de floarea-soarelui comestibil, care poate fi depozitat, transportat și

furnizat în vrac, dar și îmbuteliat și furnizat de obicei în sticle de 1l sau mai puțin, 3l, sau 5l.

- (47) În Anexa nr. 1 la Hotărârea Guvernului nr. 434/2010 cu privire la aprobarea Cerințelor „Uleiuri vegetale comestibile” (în continuare - Cerințele „Uleiuri vegetale comestibile”) sunt enumerate tipurile de ulei vegetal comestibil și materia primă din care poate fi obținut, după cum urmează: semințe de floarea-soarelui, soia, rapiță, porumb, muștar, arahide, miez de nucă, semințe de struguri, semințe de tomate, sămburi de fructe (de caise, de vișine, de piersice, de prune), migdale, bumbac, semințe de saflor, semințe de susan, babassu, cacao, cocos, palmier și sămburi de palmier, orez, semințe de dovleac, măsline.
- (48) Conform pct. 3 din Cerințele „Uleiuri vegetale comestibile”, uleiurile pot fi plasate pe piața sub următoarele denumiri, care vizează de altfel și modul de obținere a acestora, și anume:
- 1) ulei vegetal – amestec de trigliceride ale acizilor grași și substanțe aderente (alte lipide de tipul fosfatidelor, substanțe nesaponificabile și alți acizi grași liberi) obținut din materie primă vegetală oleaginoasă;
 - 2) ulei obținut prin presare – ulei virgin obținut fără schimbarea naturii uleiului, numai prin procedee mecanice, spre exemplu stoarcere sau presare cu utilizarea căldurii, nelimpezit sau limpezit prin hidratare, sedimentare, filtrare și centrifugare;
 - 3) ulei obținut prin presare la rece – ulei obținut fără schimbarea naturii uleiului, numai prin procedee mecanice, spre exemplu stoarcere sau presare, fără încălzire, nelimpezit sau limpezit prin hidratare, sedimentare, filtrare și centrifugare;
 - 4) ulei extractiv – ulei extras din materie primă oleaginoasă cu ajutorul solvenților (hexan, benzină ș.a.), admiși pentru utilizare în asemenea scopuri, conform actelor normative în vigoare;
 - 5) ulei vegetal nerafinat – ulei vegetal curățit de suspensii mici și mari;
 - 6) ulei vegetal rafinat – ulei vegetal limpezit, conform ciclului deplin sau parțial al etapelor de rafinare;
 - 7) ulei hidratat – ulei obținut la prelucrarea uleiului vegetal cu ajutorul reagenților hidratanți, în scopul eliminării fosfolipidelor și altor substanțe hidrofile;

- 8) ulei neutralizat – ulei eliberat parțial sau total de acizi grași liberi;
 - 9) ulei înălbit – ulei purificat parțial sau complet de substanțe colorante;
 - 10) ulei deodorizat – ulei vegetal purificat de substanțele volatile gustative și aromatice caracteristice;
 - 11) ulei rafinat deodorizat – ulei rafinat, supus procesului de deodorizare;
 - 12) ulei în amestec – amestec de uleiuri vegetale în diferite raporturi;
 - 13) ulei aromatizat.
- (49) Totodată, conform pct. 13 din Cerințele „Uleiuri vegetale comestibile”, uleiurile se clasifică: în funcție de procesul de limpezire: rafinate, nerafinate; iar în funcție de tehnologia de obținere: presate extractive, presate cu extracție ulterioară a uleiului din tescovină.
- (50) Uleiul de floarea-soarelui aparține categoriei de uleiuri vegetale de cea mai bună calitate și, prin urmare, este folosit în principal pentru consumul uman. Uleiul rafinat de floarea-soarelui comestibil este de culoare galben deschis, gust și aromă blând, bogat în vitamina E și acizi grași polinesaturați. Datorită texturii ușoare și punctului ridicat de afumare, este folosit în diverse scopuri, de la prăjit și ca dressing pentru salate, până la industria cosmetică. În plus, uleiul de floarea-soarelui servește ca materie primă în producția de grăsimi vegetale, margarină și maioneză. Uleiul rafinat comestibil de floarea-soarelui este unul dintre cele mai ieftine uleiuri, iar datorită calității sale poate fi păstrat foarte mult timp, fără a modifica culoarea, gustul sau mirosul.

4.1.2. Substituibilitatea uleiului de floarea-soarelui cu alte uleiuri vegetale comestibile, grăsimi vegetale și de origine animală

- (51) Atunci când a examinat substituibilitatea produsului în cauză cu alte uleiuri vegetale comestibile, în ceea ce privește proprietățile și utilizarea comună, Consiliul Concurenței a luat în considerare, pe lângă cele de mai sus, și importanța uleiului de floarea-soarelui în termeni de securitate alimentară a populației – acesta fiind cel mai popular și răspândit ulei în consumul alimentar și cu cea mai largă destinație, mai ales pentru consum uman. Alte tipuri de uleiuri vegetale comestibile au anumite specificități și/sau dezavantaje față de uleiul de floarea-soarelui, precum un miros deosebit de puternic și caracteristic gustului materiei prime originale (ulei de șofran, ulei de dovleac, ulei de susan,

ulei de in, ulei de cânepă), termen de valabilitate relativ scurt (ulei de in, ulei de nucă, ulei de germeni de grâu), inconveniență la prăjit (ulei de măsline, ulei de dovleac, ulei de migdale, ulei de in, ulei de germeni de grâu) sau beneficii principale/exclusive doar la prelucrarea termică, adică coacere și prăjire (ulei de palmier, ulei de rapiță).

- (52) În ceea ce privește substituibilitatea uleiului de floarea-soarelui cu grăsimi vegetale, Consiliul Concurenței a ținut cont că grăsimile vegetale sunt de fapt, uleiuri vegetale hidrogenate procesate, iar uleiul de floarea soarelui este una dintre materiile prime în producția de grăsimi vegetale. Grăsimile vegetale sunt folosite cu precădere în cofetărie și panificație și în alte ramuri ale industriei alimentare. Grăsimile de origine animală (în principal untură), pe de altă parte, au o compoziție și componente nutriționale semnificativ diferite și pot fi folosite ca înlocuitor al uleiului, în primul rând, la prelucrarea termică a produselor alimentare, de exemplu la prăjirea alimentelor și reprezintă un înlocuitor al uleiurilor vegetale în alimentația umană doar „într-o anumită măsură”.
- (53) În consecință, în ceea ce privește proprietățile și scopul principal – de utilizare în alimentație, Consiliul Concurenței a determinat că există posibilități limitate de substituire a cererii între uleiul de floarea soarelui, pe de o parte, și alte uleiuri vegetale, grăsimi vegetale și animale, pe de altă parte.

4.1.3. Substituibilitatea produsului în dependență de forma în care se furnizează: brut, vrac, îmbuteliat

- (54) Precizăm că în cazul de față, practica anticoncurențială investigată se referă la stabilirea prețului pe piața de aprovizionare cu uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat, care în cea mai mare parte este ulei procesat, trecut prin etapa de rafinare, dezodorizare etc.
- (55) La producerea uleiului semințele de floarea-soarelui sunt zdrobite pentru a produce ulei brut. Uleiul brut este apoi procesat pentru a produce ulei rafinat, care poate fi prelucrat în continuare la etapa de rafinare prin amestecare sau alte procese. Uleiul rafinat poate fi ulterior (a) vândut în vrac industriei de producție alimentară pentru prelucrare ulterioară, (b) îmbuteliat pentru vânzare către

comercianții cu amănuntul sau către sectorul HoReCa⁵ (c) transformat în grăsimi vegetale.

- (56) Conform practicii sale, Comisia Europeană⁶ distinge patru segmente principale pentru uleiurile și grăsimile comestibile din semințe: (i) ulei brut, (ii) ulei rafinat în vrac, (iii) ulei rafinat ambalat (n.r. îmbuteliat) și (iv) grăsimi albe și galbene (grăsimi vegetale). Astfel, Comisia propune definirea pieței relevante a produsului în dependență de cele patru segmente.

4.1.4. Substituibilitatea dintre uleiul brut de floarea-soarelui și uleiul rafinat

- (57) La analiza faptului dacă uleiul brut poate fi inclus în aceeași piață cu uleiul rafinat, așa cum a determinat și Comisia Europeană în practica sa (a se vedea referința de la pct. 56), Consiliul Concurenței ia în calcul faptul că pentru uleiul brut de floarea-soarelui există clienți specifici. În practică, acesta nu se comercializează și nu se utilizează pentru consumul alimentar final, ci este vândut procesatorilor pentru prelucrarea ulterioară și obținerea uleiului rafinat.
- (58) Analizând lista clienților cărora „Floarea Soarelui” SA le-a furnizat uleiul în formă brută în perioada 2019 – 2022 (tr. II), se atestă faptul că uleiul respectiv nu este furnizat către [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]
- (59) Din considerentele expuse, furnizarea uleiului brut de floarea-soarelui reprezintă o piață separată de furnizarea uleiului rafinat de floarea-soarelui.

4.1.5. Substituibilitatea dintre uleiul de floarea-soarelui rafinat furnizat în vrac și cel furnizat în formă îmbuteliată

- (60) Cu referire la faptul că uleiul de floarea-soarelui rafinat furnizat în vrac și cu uleiul de floarea-soarelui rafinat și furnizat în formă îmbuteliată formează piețe separate a produsului, se precizează următoarele.
- (61) După rafinare și amestecare, uleiul de floarea-soarelui rafinat în vrac poate fi transportat pentru prelucrare ulterioară, fie ambalat, pentru comercializare în

⁵ „HoReCa” (hotele, restaurante, catering) reprezintă acronimul utilizat pentru activitățile de cazare și alimentație publică din Secțiunea I a Clasificatorului Activităților din Economia Moldovei.

⁶ Decizia Comisiei Europene în cazul M.3188 ADM / VDBO,
https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3188_en.pdf

retail alimentar. Comisia Europeană în investigațiile și deciziile sale⁷ a făcut distincție între uleiul rafinat ambalat și uleiul rafinat în vrac. În opinia Comisiei, uleiurile rafinate ambalate sunt destinate pentru piața consumului, în timp ce uleiurile rafinate în vrac sunt destinate pentru uz industrial și vândute producătorilor alimentari sau ambalatorilor terți.

- (62) Analizând lista clienților cărora „Floarea Soarelui” SA le-a furnizat ulei de floarea soarelui în vrac în perioada 2019 – 2022 (tr. II), se atestă faptul că uleiul respectiv nu este comercializat în retail-ul alimentar sau HoReCa, ci altor procesatori de uleiuri vegetale [REDACTED],
[REDACTED],
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
- (63) Din considerentele expuse, uleiul rafinat de floarea-soarelui în vrac reprezintă o piață separată de uleiul rafinat de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (64) Urmare analizei efectuate în cadrul investigației, Consiliul Concurenței a determinat totuși faptul că în Republica Moldova uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat se produce și comercializează și sub alt conținut caracteristic decât ulei „rafinat”. Diferența este dată de tipul procedurii de obținere și de utilizare. Astfel, în comerț se regăsește de asemenea în formă îmbuteliată ulei de floarea-soarelui nerafinat, rafinat deodorizat, rafinat nedeodorizat, etc.
- (65) Totodată, tipurile de ulei identificate au practic aceeași utilizare comună și sunt destinate consumului alimentar final.
- (66) Mai mult de atât, considerăm că în scopul prezentei investigații nici nu ar fi relevantă o segmentare ulterioară a pieței produsului în dependență de tipul procedurii de obținere și de utilizare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, întrucât cota de piață a părților implicate nu s-ar schimba semnificativ.
- (67) Cu referire la substituibilitatea dintre uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat și grăsimi vegetale și animale, Consiliul Concurenței s-a expus la pct. 51-53. Respectiv, grăsimile vegetale, cum de altfel consideră inclusiv Comisia

⁷ Decizia Comisiei Europene în cazul M.3044 ADM/Pura, (https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3044_en.pdf).
Decizia Comisiei Europene în cazul M.1227 Cargill/Vandermoorle/JV, (https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m1227_en.pdf)

Europeană și grăsimile animale reprezintă piețe ale produsului distincte de piața uleiului de floarea-soarelui, implicit de piața uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, în cazul de față.

- (68) Pentru a examina posibilitatea de substituie din punct de vedere a prețului a uleiului de floarea soarelui cu alte tipuri de uleiuri vegetale comestibile, Consiliul Concurenței a analizat și comparat prețurile cu amănuntul ale tipurilor disponibile de uleiuri vegetale comestibile afișate on-line de două mari rețele de unități comerciale [REDACTED]). Rezultatele sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 1

Informații cu privire la prețul uleiurilor vegetale comestibile

	Tip ulei vegetale	Prețul, lei/litru		Diferența de preț față de ulei de floarea-soarelui, %	
		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
1	Ulei de floarea-soarelui	35,50-43,87	36,42-49,69	-	-
2	Ulei de măsline	89,90-212,00	104,90-239,90	153%-383%	188%-383%
3	Ulei de olive	-	259,90-559,80	-	614%-1027%
4	Ulei din semințe de struguri	179,8	-	310%	-
5	Ulei din miez de nucă	263,8	242,8	500%	389%
6	Ulei din cocos	218,00-333,80	240,33	514%-661%	384%
7	Ulei din germenii de porumb	75,94	134,4	73%	170%
8	Ulei din semințe de dovleac	258,00	360	488%	624%
9	Ulei din semințe de in	-	192,00	-	286%

*Notă: Pentru a facilita realizarea comparației, prețul produselor cu volume mai mici sau mai mari de 1 litru au fost ajustate la unitatea de măsură de 1 litru

Sursă: Proces-verbal de cercetare la fața locului nr. 1 și nr. 2 din 29.08.2022 cu referire la informația afișată pe paginile [REDACTED]

- (69) Pe baza datelor colectate și analizate s-a ajuns la concluzia că, calculat la unitatea de măsură (1litru), alte tipuri de uleiuri vegetale comestibile sunt de cel puțin două-trei ori mai scumpe decât uleiul de floarea-soarelui. Dacă luăm în considerare că uleiurile vegetale comestibile reprezintă un aliment de bază în Republica Moldova, după obiceiurile de consum, fiind de altfel unicul tip de ulei inclus în Lista produselor social importante⁸, se poate concluziona că din punctul de vedere al consumatorului mediu, alte tipuri mult mai scumpe de

⁸ Lista produselor social importante reprezintă anexa la Regulamentul de formarea prețurilor de comercializarea produselor social importante aprobat prin Hotărârea de Guvern nr. 774/2016 cu privire la prețurile de comercializare a produselor social importante, față de care se aplică măsurile reglementării de stat a prețurilor

uleiuri vegetale nu reprezintă un substitut viabil pentru uleiul de floarea-soarelui în utilizarea zi cu zi.

- (70) De menționat este și faptul că, însăși părțile implicate nu consideră alte tipuri de uleiuri vegetale concurente uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (71) Conform Procesului-verbal al inspecției din data de 10.06.2022, de la „Lux Proba Grup” SRL, de pe adresa electronică de serviciu: [REDACTED] ce aparține [REDACTED] [REDACTED] a fost ridicată informația privind monitorizarea prețurilor la produsele concurente comercializate în diferite rețele de unități comerciale în perioada mai, 2020 – iunie, 2022, informație care ulterior era remisă spre coordonare, prin email, către „Floarea Soarelui” SA. Respectiva monitorizare a pieței nu includea alte tipuri de uleiuri vegetale comestibile, decât ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.

4.2. Piața geografică

- (72) Piața geografică relevantă este definită conform art. 4 din Legea concurenței ca fiind zona în care întreprinderile sunt implicate în oferta sau cererea de pe piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi deosebită de zonele geografice învecinate prin condiții de concurență ce diferă în mod apreciabil.
- (73) Având în vedere modul de funcționare a pieței, fie că este vorba de distribuția uleiului produs pe piața locală, fie că este vorba de distribuția uleiului din import, aprovizionarea pe teritoriul Republicii Moldova cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat este asigurată la nivel național.
- (74) Peste 70% din oferta de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat este reprezentată de produsele celui mai mare producător prezent pe întreg teritoriul Republicii Moldova. Atât „Floarea Soarelui” SA, cât și „Lux Proba Grup” SRL au încheiate contracte [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED], aceștia având organizată o rețea națională de distribuție.
- (75) Concurența inter-marcă se manifestă la nivel național. De asemenea, nu există bariere de comercializare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, care să izoleze anumiți agenți economici situați într-o anumită zonă, de presiunea concurențială a agenților economici situați în afara acelei zone. Prin urmare, o eventuală fragmentare a pieței pe criterii geografice, nu se justifică. Structura

cererii are, de asemenea, o dimensiune națională, întrucât consumatorii și, implicit retailerii, nu reflectă comportamente de cumpărare specifice, care să izoleze anumite piețe locale/regionale. Având în vedere aceste elemente, piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat are o dimensiune națională.

- (76) Astfel, în scopul prezentei investigații, piețele relevante geografice sunt definite ca fiind:

- piața producerii uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova; și

- piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

4.3. Poziția dominantă a „Floarea Soarelui” SA pe piața producerii

- (77) Conform informațiilor din Registrul „Unități de producere a uleiului vegetal” aflat la evidența Agenției Naționale pentru Siguranța Alimentelor, piața producerii uleiului vegetal în Republica Moldova este reprezentată de circa 64 de unități de producere⁹, iar cel puțin în cazul a 25 de unități de producere, conform profilului activității, este specificată și producerea de ulei de floarea-soarelui. Totuși, cea mai mare parte din aceste întreprinderi nu desfășoară activitate pe piața producerii sau prestează doar servicii de procesare a semințelor de floarea-soarelui pentru populație și nu furnizează ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (78) Din cele 25 de unități de producere, Consiliul Concurenței a identificat în jur de 8 întreprinderi ce au produs și furnizat în perioada examinată ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, obținând informații despre volumul producției de la 6 întreprinderi.
- (79) Pe baza datelor transmise de participanții la piață, s-au calculat cantitățile totale produse anual pentru perioada observată și, respectiv, cotele de piață. Rezultatele sunt prezentate în tabelul 2.

⁹ Ultima verificare efectuată în decembrie, 2022

Cotele de piață la producerea uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, după volumul produs și destinat pieței locale în perioada 2019-2022 (tr. II)

Sursă: Scrisori de la producători

- 10

- (90) Din tabel se observă că, pe parcursul întregii perioade analizate, volumul de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat plasat pe piață de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au acoperit circa [REDACTED] % din cererea din avalul pieței de aprovizionare cu ulei de floarea-soarelui.
- (91) Principala concurență a producției „Floarea Soarelui” SA pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, însă la mare distanță, a fost reprezentată de volumele importate de întreprinderile [REDACTED] [REDACTED] cotă de piață în perioada analizată și [REDACTED] [REDACTED] cotă de piață (cu excepția anilor 2019-2020, perioadă ce corespunde lansării pe piață a rețelei de unități comerciale [REDACTED] în Republica Moldova), în mare parte datorită importurilor realizate de către acestea, precum și comercializării mărcilor proprii (în cazul [REDACTED]).
- (92) Dintre producătorii autohtoni, după volumele furnizate pe piața internă pot fi evidențiate doar întreprinderile [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL, însă cotele acestora sunt semnificativ inferioare cotelor deținute de „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, ambii producători înregistrând cote de circa [REDACTED] % pe parcursul perioadei analizate: [REDACTED] SRL – [REDACTED] [REDACTED] % și [REDACTED] SRL – [REDACTED] %.
- (93) De asemenea, dintre importatorii și distribuitorii de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, care fac concurență directă întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, se remarcă întreprinderea [REDACTED] SRL (importatorul uleiului de marcă [REDACTED] în Republica Moldova) cu cotă de piață în scădere de la [REDACTED] % în 2019 la [REDACTED] % în trimestrul II, 2022, precum și întreprinderea [REDACTED] [REDACTED] SRL cu o cotă de piață în scădere de la [REDACTED] % în 2019 la [REDACTED] % în trimestrul II, 2022.
- (94) Analizând cotele de piață deținute de „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, precum și evoluția cotelor următorilor concurenți, se constată că structura pieței relevante prin prisma numărului întreprinderilor lideri de piață a fost relativ constantă, primele două întreprinderi păstrând o distanță semnificativă față de ceilalți concurenți, acestea consolidându-și poziția de piață de-a lungul întregii perioade luate în calcul.
- (95) Chiar dacă în anul 2021 se observă că cei doi mari retaileri, [REDACTED] [REDACTED], în calitatea lor de importatori de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, au înregistrat cote de piață în creștere după volumul de ulei importat și plasat pe piață, acest fapt poate fi totuși rezultatul creșterii

volumului vânzărilor pe baza extinderii rețelei de unități comerciale. [REDACTED] SRL și-a extins rețeaua [REDACTED] unități comerciale, iar [REDACTED] SRL cu [REDACTED] unități comerciale.

- (96) În ce privește creșterea semnificativă a cotei de piață a „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL înregistrată în prima jumătate a anului 2022 în detrimentul celorlalți participanți la piață, a căror cote au scăzut sau nu s-au înregistrat deloc față de perioadele precedente, Consiliul Concurenței a determinat că acest fapt se datorează în cea mai mare parte războiului din Ucraina și efectelor emergente acestuia, cum ar fi: sistarea activității producătorilor de ulei de floarea-soarelui din țara de import, creșterea cheltuielilor de logistică și transport (în unele cazuri creșterea fiind de circa 4-8 ori) sau ruperea completă a legăturilor logistice și de export ale producătorilor/distribuitorilor din Ucraina și Federația Rusă. În aceste cazuri unica alternativă viabilă pentru comercianții din Republica Moldova pentru asigurarea prezenței produsului la raft a fost inițierea relațiilor comerciale cu producătorii și/sau distribuitorii autohtoni de ulei de floarea-soarelui.
- (97) Analizând importurile de ulei de floarea-soarelui în primele trei trimestre ale anului 2022, se constată că „Floarea Soarelui” SA a importat în premieră cantități semnificative de ulei de floarea-soarelui, fapt ce nu a fost înregistrat în anii precedenți. Totuși, este necesar de atenționat că uleiul importat a fost de calitate brut (circa [REDACTED] tone) și/sau nerafinat (circa [REDACTED] tone), transportat în vrac.
- (98) În același timp, ceilalți participanți la piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui, concurenți ai „Floarea-Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, și anume: distribuitorii, rețelele de unități comerciale etc., se axează exclusiv pe importul de ulei rafinat/procesat în formă îmbuteliată care poate fi plasat direct pe piață fără vreo prelucrare ulterioară.
- (99) Chiar dacă la prima vedere se observă o situație favorabilă la import a „Floarea Soarelui” SA în anul 2022, în comparație cu situația înregistrată de concurenți, Consiliul Concurenței nu a determinat prezența unor presiuni concurențiale sau bariere la importul de ulei pe piața autohtonă, decât cele menționate de participanții pieței: războiul din Ucraina și efectele emergente acestuia.
- (100) În altă ordine de idei, importurile „Floarea Soarelui” SA, de facto, vizează tipuri diferite de ulei, ce ar implica piețe relevante diferite. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED].

- (101) Dacă e să analizăm datele privind importurile totale de ulei înregistrate anual în perioada 2019-2022, se poate observa că volumele importate de „Floarea Soarelui” SA în anul 2022 [REDACTED], ci de fapt au contribuit la creșterea valorii totale a importurilor de ulei exact cu cantitatea importată, după cum se poate observa în tabelul de mai jos:

Tabelul 4

Informații privind importurile totale de ulei de floarea-soarelui înregistrate anual în perioada 2019-2022 (ian.-oct)

	2019, mii tone	2020, mii tone	2021, mii tone	2022 (ian. – oct.), mii tone
Total importuri	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
„Floarea Soarelui” SA	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Sursă: Analiza Consiliului Concurenței realizată în baza datelor sistematizate din Baza de date a Serviciului Vamal

- (102) Totuși, există mai mulți factori care trebuie determinați în vederea stabilirii corecte a efectelor comportamentelor anticoncurențiale pe piața relevantă, unul dintre cei mai importanți fiind Indicele Herfindahl – Hirschmann (IHH)¹¹. IHH reprezintă un indicator posibil al puterii de piață sau al concurenței dintre întreprinderi.
- (103) Un alt indicator folosit pe larg în analiza gradului de concentrare al pieței reprezintă „rata de concentrare” (*Concentration Ratio - CR*)¹² - suma cotelor de piață a celor mai mari jucători de pe piață. În general, acest indicator cuprinde un număr restrâns de întreprinderi, în scopul identificării unui eventual caracter de oligopol al pieței, situație în care un număr mic de întreprinderi controlează o parte semnificativă a pieței.

Tabelul 5

Indicii de concentrare a pieței în baza cotelor de piață după volumul de ulei îmbuteliat plasat pe piața aprovizionării în perioada 2019-2022 (tr. II)

	a. 2019	a. 2020	a. 2020	a. 2022 (tr. II)
IHH	3226,35	3331,94	2784,80	4271,45
CR5	79,29%	81,34%	86,07%	94,49%

Sursă: Analiza Consiliului Concurenței în baza informațiilor prezentate de producători, distribuitori, importatori

¹¹ Indicele Herfindahl-Hirschmann - IHH este utilizat ca un indicator posibil al puterii de piață sau al concurenței dintre întreprinderi. IHH inferior cifrei 1500 semnifică o concentrare a pieței considerată redusă, între 1500 și 2500 una medie, iar peste 2500 este mare

¹² Indicele CRx (concentration ratio) – indicator de concentrare a pieței care se calculează prin consolidarea cotelor de piață a primelor „x” întreprinderi. O regulă general valabilă reprezintă faptul că o valoarea CR5 peste 60% prezumă existența unei piețe de oligopol

- (104) Conform valorilor indicelui IHH putem observa o concentrare semnificativă a pieței, respectiv o piață cu o concurență redusă, indicele Herfindahl - Hirschmann având valori de peste 2700. Menținerea gradului de concentrare peste acest nivel în perioada 2019-2022 (tr. II), nu atestă o modificare a structurii concurențiale a pieței, nivelul de concentrare fiind destul de mare pe toată perioada analizată.
- (105) Conform datelor prezentate în tabelul 5, în dependență de cotele obținute **după volumul de ulei îmbuteliat furnizat în perioada 2019-2022 (tr. II)**, a fost obținut un CR5 în intervalul 80%-95%, un indicator puternic al caracterului oligopolistic al pieței. Astfel, prezența unui număr mare de întreprinderi pe piața relevantă nu a determinat și o structura concurențială echilibrată a pieței.

4.4.1. Poziția dominantă a „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării

- (106) Având în vedere că prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 08 din 31.05.2022 a fost dispusă inițierea investigației, inclusiv la semnele încălcării prevederilor art. 11 din Legea concurenței, în acest sens, se atestă necesitatea determinării și examinării subiectului.
- (107) „Floarea Soarelui” SA este cel mai mare producător de ulei de floarea-soarelui din Republica Moldova, volumele de producție ale celorlalți producători de ulei fiind net inferioare volumului produs de aceasta. Circa ■■■% din producția de ulei a „Floarea Soarelui” SA este exportată, restul ■■■% fiind furnizate pe piața locală.
- (108) Totuși, din totalul pieței aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui pe teritoriul Republicii Moldova, „Floarea Soarelui” SA a deținut în perioada de timp examinată, 2019-2022 (tr. II), între ■■■■■% cotă de piață, prin prisma faptului că producătorul nu și-a realizat în totalitate producția direct către consumatori. Aproximativ ■■■% din uleiul îmbuteliat produs de „Floarea Soarelui” SA a fost furnizat pe piață prin canalul de distribuție al „Lux Proba Grup” SRL, în baza unui contract ■■■■■, care a oferit libertatea „Lux Proba Grup” SRL de a stabili prețul de revânzare, fără a fi limitate expres categoriile de clienți sau teritoriile în care poate fi revândută marfa.
- (109) În cadrul investigației a fost determinat faptul că, majorarea de preț la raft a uleiului îmbuteliat de producție „Floarea Soarelui” SA cu circa ■■■% în rețelele de unități comerciale cu profil alimentar la începutul lunii mai, 2022 a fost determinată de creșterea prețului aplicată pe piața aprovizionării de către „Lux

Proba Grup” SRL, care așa cum susține aceasta se datorează procesului de majorare a prețului de fabrică inițiat anterior de „Floarea Soarelui” SA la data de 15.04.2022, și despre care a fost notificată în aceeași zi întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL.

- (110) Astfel, conform probatoriului acumulat la dosarul investigației, presupusa acțiune abuzivă supusă investigării a fost realizată de întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL începând cu data de 03.05.2022 și până la intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022¹³, urmare a căreia, ca rezultat al includerii uleiului dezodorizat (rafinat) în Lista produselor social importante, valoarea adaosului comercial pe întregul lanț de distribuție până la consumatorul final în prețul de comercializare a uleiului dezodorizat a fost limitată la 20%, indiferent de forma în care era livrat (vrac/îmbuteliat).
- (111) Posibilitatea examinării acțiunii, prin prisma art. 11 din Legea concurenței, este determinată de poziția întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL pe piața relevantă în perioada respectivă.
- (112) Conform Legii concurenței, sub incidența art. 11 „interzicerea abuzului de poziție dominantă” cad întreprinderile care dețin o poziție dominantă pe una sau mai multe piețe relevante.
- (113) Conceptul de poziție dominantă este definit în art. 4 din Legea concurenței ca fiind *„o poziție de putere economică de care beneficiază o întreprindere ce îi permite să împiedice menținerea unei concurențe efective pe o piață relevantă, acordându-i posibilitatea de a se comporta, în mare măsură, în mod independent față de concurenți, de clienții săi și, în ultimă instanță, față de consumatori”*.
- (114) Conform art. 10 alin. (4) din Legea concurenței, *„se prezumă, până la proba contrară, că una sau mai multe întreprinderi se află în poziție dominantă pe o piață relevantă dacă cota ori cotele cumulate pe piața relevantă în cauză, înregistrate în perioada supusă analizei, depășesc 50%”*.
- (115) Din analiza informațiilor prezentate în tabelul 3, Consiliul Concurenței a determinat faptul că întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL, în calitate de [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] a înregistrat în perioada 2019-2022 (tr. II) o cotă de piață, în dependență de volumul de ulei furnizat, cuprinsă între [REDACTED]%. Astfel,

¹³ https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/dispozitia_cse_a_rm_nr.21_din_18.05.2022.pdf

privind în dinamică evoluția cotei de piață, se determină că „Lux Proba Grup” SRL a deținut în perioada 2019-2022 (tr. II) [REDACTED] pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova. De asemenea, având în vedere că concluziile în urma celor investigate nu au relevat un abuz de poziție dominantă pe piața în cauză, o analiză mai aprofundată a poziției dominante nu este relevantă în acest caz.

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la stabilirea piețelor relevante

- (116) „Floarea Soarelui” SA consideră eronată definirea piețelor relevante identificate în scopul investigației.
- (117) Referitor la piața producerii uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova, aceasta susține că nu poate fi identificată ca o piață separată deoarece nu reflectă cadrul în care se exercită concurența. „Floarea Soarelui” SA consideră că este supusă presiunilor concurențiale pe teritoriul Republicii Moldova nu numai din partea întreprinderilor de producere, dar și din partea întreprinderilor care importă ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (118) Referitor la piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova, „Floarea Soarelui” SA susține că delimitarea acestei piețe nu permite identificarea concurenților existenți și potențiali, din cauza că nu a fost clar din raportul de investigație la ce nivel de aprovizionare activează „Floarea Soarelui” SA. În acest context, „Floarea Soarelui” SA susține că se pot identifica patru nivele de aprovizionare:
- I Nivel - Aprovizionarea țării (producerea și importul)
 - II Nivel - Aprovizionarea comercianților cu ridicata, producătorilor care își vând producția en-gros
 - III Nivel - Aprovizionarea comercianților cu amănuntul, producătorilor care vând producția cu amănuntul, sectorul HoReCa
 - IV Nivel - Aprovizionarea consumatorilor finali
- (119) „Floarea Soarelui” SA susține că participă la aprovizionarea Republicii Moldova cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, dar nu este implicată la toate nivelele pe întreg teritoriul Republicii Moldova. Astfel, întreprinderea „Floarea Soarelui” SA nu este în concurență cu întreprinderile care exercită activitatea

comercială cu amănuntul și aprovizionează consumatorii finali pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

- (120) „Floarea Soarelui” SA susține că Consiliul Concurenței a inclus în piața relevantă toate nivele de aprovizionare fără a ține cont de clienții specifici fiecărui nivel, ceea ce în opinia sa contravine art. 28 din Legea concurenței și duce la o definire greșită a pieței relevante.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (121) Referitor la faptul că piața producerii de ulei îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova nu poate fi identificată ca o piață separată menționăm că o definire exactă a acestei pieței nu ar fi schimbat concluziile Consiliului Concurenței în raport cu acțiunea examinată - posibila practicare a unui preț excesiv.
- (122) Această delimitare s-a realizat în contextul examinării acțiunilor „Floarea Soarelui” SA la formarea prețurilor de fabrică la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, însă în analiza efectuată de Consiliului Concurenței a fost pus accentul pe acțiune.
- (123) Astfel, în urma examinării acțiunii s-a determinat lipsa unor semne de aplicare a unui preț excesiv din partea „Floarea Soarelui” SA la uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, astfel nefiind determinată existența unei probleme de concurență care să constituie încălcare a art. 11 din Legea concurenței.
- (124) În aceste cazuri, așa cum admite Comisia Europeană în practica sa, definirea exactă a pieței relevante nu reprezintă un scop în sine și poate fi lăsată deschisă.
- (125) În continuare, „Floarea Soarelui” SA invocă că este supusă presiunii concurențiale a importatorilor, precum și că în analiza pieței relevante Consiliul Concurenței a inclus în piața relevantă toate nivele de aprovizionare fără a ține cont de clienții specifici fiecărui nivel.
- (126) La caz, presiunea concurențială inclusiv din partea importatorilor a fost luată în calcul de Consiliul Concurenței la stabilirea cotelor pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova.
- (127) Totodată, din cele menționate în subcapitolul „4.4. Piața aprovizionării. Structura pieței / cotele de piață”, reiese clar care niveluri ale aprovizionării au făcut obiectul analizei realizată de Consiliul Concurenței, fiind indicat că la

nivelul aprovizionării comercianților angro / cu amănuntul, HoReCa, industria alimentară și a altor beneficiari, oferta de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat este reprezentată de producători / procesatori, în cazul în care aceștia comercializează marfa prin canalul direct; de distribuitorii acestora și de importatori – distribuitorii oficiali a unor mărci străine și/sau rețelele de unități comerciale care își suplinesc cererea de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat apelând la importul realizat pe cont propriu.

- (128) Astfel, din cele menționate, reiese că în analiza sa Consiliul Concurenței a luat în considerare anume oferta de ulei din partea producătorilor / distribuitorilor, cât și a importatorilor, care pot fi reprezentați de comercianții cu ridicata și cu amănuntul, ceea ce ar corespunde nivelului I-III de aprovizionare delimitat de „Floarea Soarelui” SA în observații.
- (129) Mai mult de atât, în cazul acordurilor / practicilor anticoncurențiale, definirea pieței relevante se face pentru a se identifica în ce context economic și juridic a avut loc coordonarea comportamentelor părților implicate și se focalizează pe practica / acordul anticoncurențial în cauză.
- (130) Observația precum că „Floarea Soarelui” SA [REDACTED] nu este relevantă în cazul de față. Consiliul Concurenței a ținut cont de practica anticoncurențială – coordonarea prețurilor pe piața aprovizionării și contextul economic și juridic în care aceasta s-a manifestat, analiză ce a luat în calcul nu doar acțiunile „Floarea Soarelui” SA și uleiul comercializat de aceasta, ci și acțiunile „Lux Proba Grup” SRL, respectiv vizează toate cele 3 niveluri de aprovizionare, așa cum au fost delimitate ele de „Floarea Soarelui” SA.
- (131) În cazul acordurilor / practicilor anticoncurențiale ce restrâng concurența prin însăși obiectul lor (stabilirea prețurilor, împărțirea clienților/pieței, limitarea producției, trucarea licitațiilor etc.) definirea pieței relevante nu prezintă o influență decisivă în analiza cazului, astfel de practici anticoncurențiale grave fiind sancționate per se (prin obiect), indiferent de poziția pe piață a întreprinderilor implicate.
- (132) În conformitate cu pct. 9 lit. (c) din Comunicarea Comisiei privind definirea pieței relevante în sensul dreptului Uniunii în domeniul concurenței (C/2024/1645), în cadrul evaluărilor efectuate în temeiul art. 101 din TFUE, definirea pieței se utilizează în special pentru a determina dacă există o restrângere semnificativă a concurenței sau pentru a stabili dacă este îndeplinită condiția prevăzută la art. 101 alin. (3) lit. (b) din TFUE pentru derogarea de la

aplicarea articolului 101 alin. (1)¹⁴. În practică, Comisia tinde să utilizeze definirea pieței atunci când evaluează acorduri¹⁵ care au ca efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței. În schimb, Comisia nu definește în mod obișnuit piața relevantă atunci când evaluează acorduri care au ca obiect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței, și nu are nicio obligație în acest sens¹⁶.

- (133) La caz, Consiliul Concurenței a determinat că „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au participat cel puțin pe parcursul perioadei octombrie 2019 – iunie 2022 la o încălcare unică, complexă și continuă a Legii concurenței prin care, printr-un acord / practică concertată au stabilit, în comun, coordonarea politicilor comerciale în scopul fixării unui anumit nivel minim al prețului de vânzare către clienți pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la includerea uleiului [REDACTED] în analiza pieței relevante și la corectitudinea calculării indicilor IHH și CR5

- (134) „Floarea Soarelui” SA susține că eronat s-a inclus producția [REDACTED] în „piața aprovizionării cu ulei de floarea soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova”, întrucât „Floarea Soarelui” SA nu comercializează cu amănuntul ulei de floarea soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova, respectiv, uleiul [REDACTED] furnizat de „Floarea Soarelui” SA urmează a fi exclusă din Tabelul 10 privind „*Volumul de ulei de floarea soarelui îmbuteliat afectat de acordul de fixare a prețurilor în perioada 2019-2022 (tr. II)*”.
- (135) De asemenea, „Floarea Soarelui” SA consideră îndoielnică corectitudinea calculării indicilor IHH și CR5 ținând cont de problemele identificate la definirea pieței relevante, inclusiv prin prisma faptului că în răspunsurile oferite de importatorii de ulei de floarea-soarelui nu s-a făcut delimitarea între vânzările cu amănuntul și vânzările cu ridicata.

¹⁴ Instanțele Uniunii au statuat în acest context că există o obligație în sarcina Comisiei de a defini piața într-o decizie care aplică articolul 101 din TFUE atunci când este imposibil, în absența acesteia, să se stabilească dacă respectivul comportament are ca obiect sau ca efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței în cadrul pieței interne – Hotărârea în cauza T-62/98, *Volkswagen v. Comisia*, par.230; Hotărârea în cauza T-44/00, *Mannesmannröhren-Werke v. Comisia*, par.132.

¹⁵ inclusiv practicile concertate și deciziile asociațiilor de întreprinderi.

¹⁶ Hotărârea în cauza T-44/00, *Mannesmannröhren-Werke v. Comisia*, par.132; Hotărârea în cauza T-216/13, *Telefónica v. Comisia*, par. 214.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (136) În cazul acordurilor / practicilor concertate ce restrâng concurența prin însăși obiectul lor (în cazul de față, coordonarea politicilor comerciale în scopul fixării unui anumit nivel al prețului de vânzare către clienți pe piața aprovizionării) definirea pieței relevante nu prezintă o influență decisivă în analiza cazului, astfel de practici anticoncurențiale grave fiind sancționate per se (prin obiect), indiferent de poziția pe piață a întreprinderilor implicate. Astfel, pentru scopurile prezentei investigații nu se impune potențiala distincție a piețelor în funcție de produs marcă proprie și [REDACTED].
- (137) Având în vedere, precum s-a demonstrat, coordonarea comportamentelor de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, de facto, viza modificarea și stabilirea unui anumit nivel de preț nu doar pentru clienții „Lux Proba Grup” SRL, ci și pentru clienții „Floarea Soarelui” SA, majorarea de preț solicitată condiționând „automat” și majorarea prețului către clienții „Floarea Soarelui” SA, și nu doar pentru produsul [REDACTED], ci și pentru produsul [REDACTED]. Concurența prin preț este cea mai vizibilă și mai importantă formă a concurenței. Efectul imediat al unei concurențe efective prin preț este acela de menținere a prețurilor la cel mai scăzut nivel posibil și încurajarea comerțului cu bunuri și servicii, făcând astfel posibilă alocarea optimă a resurselor întreprinderilor și oferind consumatorilor beneficiul de a alege dintr-o gamă largă de bunuri și servicii. În general, coordonarea comportamentului întreprinderilor implicate cu privire la preț duce la practicarea pentru consumatori finali a prețuri mai mari decât cele competitive. Astfel, comportamentul coordonat a urmărit să restrângă concurența prin preț, inclusiv pentru ulei de altă marcă decât cea produsă de „Floarea Soarelui” SA.
- (138) De asemenea, în tabelul 10 privind „*Volumul de ulei de floarea soarelui îmbuteliat afectat de acordul de fixare a prețurilor în perioada 2019-2022 (tr. II)*” au fost incluse volumele de ulei a căror prețuri au fost afectate de acordul / practica concertată pusă în aplicare de „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, respectiv nu se consideră relevantă observația cu privire la acest aspect.
- (139) Cât privește corectitudinea calculării indicilor IHH și CR5, Consiliul Concurenței așa cum a solicitat de la participanții la piață și a inclus în analiza cotelor de piață anume volumele de ulei care fac concurență uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat și plasat în comerț pe teritoriul Republicii Moldova de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, respectiv, volumele de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat produs de alți producători, precum și volumele

importate de distribuitori și comercianții angro și cu amănuntul, și nu veniturile din vânzările.

- (140) Volumele de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat importat de comercianții care practică comerț cu amănuntul nu reprezintă în acest caz o piață separată, or aceste volume de ulei, înainte de a fi comercializate cu amănuntul în unități comerciale sunt plasate în comerț exact ca și volumele de ulei produse de „Floarea Soarelui” SA sau cele distribuite de distribuitori, respectiv se încadrează în piața aprovizionării cu ulei îmbuteliat de floarea-soarelui a comercianților angro / cu amănuntul, HoReCa, industria alimentară și a altor beneficiari.
- (141) Respectiv observația „Floarea Soarelui” SA precum că nu s-a făcut delimitarea între vânzările cu amănuntul și vânzările cu ridicata nu sunt relevante în acest caz.

5. ACTE ȘI FAPTE CONSTATATE

5.1 Probarea acordului / practicii concertate desfășurate de „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL

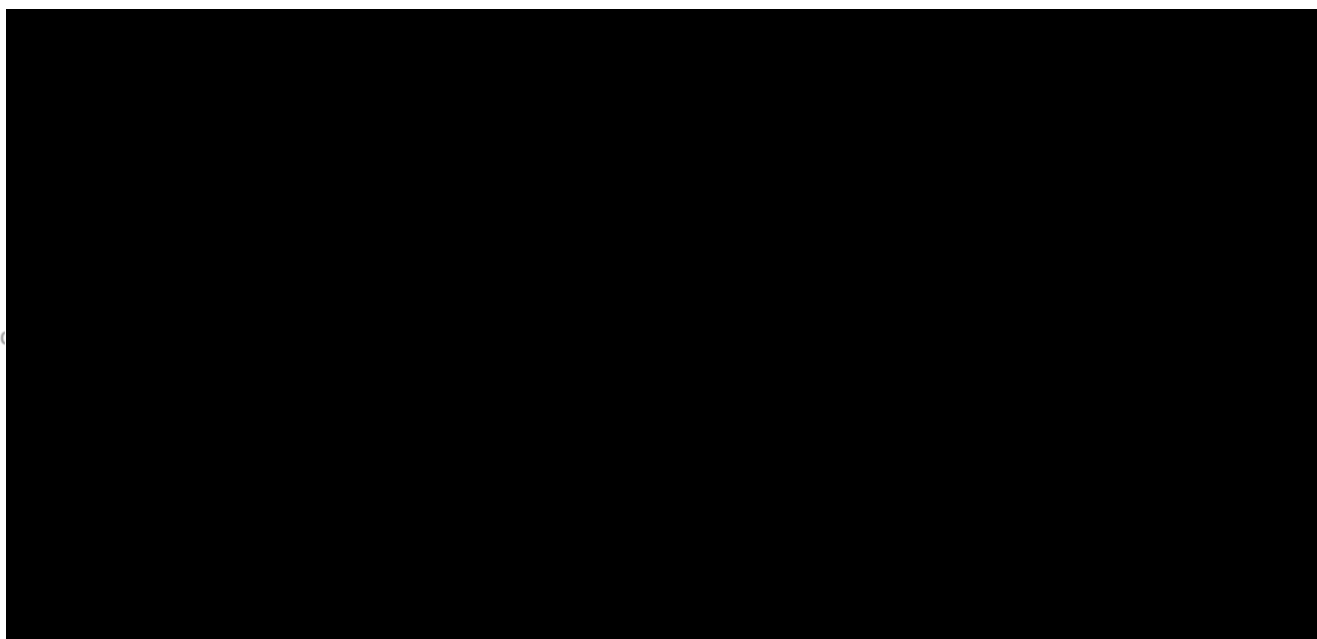
- (142) Consiliul Concurenței deține probe care, coroborat, dovedesc faptul că întreprinderile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au participat cel puțin pe parcursul perioadei octombrie 2019 – iunie 2022 la o încălcare unică, complexă și continuă a Legii concurenței prin care, printr-un acord / practică concertată au stabilit, în comun, coordonarea politicilor comerciale cu scopul fixării unui anumit nivel minim al prețului de vânzare către clienți pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat. Acest fapt a rezultat, inclusiv, într-o împărțire a clienților, fiind urmărită menținerea status-quo al mediului concurențial.
- (143) În perioada investigată, relația comercială între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL s-a desfășurat în baza Contractului de distribuție [REDACTED] 1.
- (144) Conform [REDACTED] din contractul de distribuție, „Lux Proba Grup” SRL este în drept [REDACTED]
[REDACTED]. Contractul nu conține [REDACTED]. Astfel, conform prevederilor contractuale „Lux Proba Grup” SRL distribuie uleiul de

floarea-soarelui [REDACTED]

[REDACTED].

- (145) Producția întreprinderii „Floarea Soarelui” SA destinată pieței interne nu este realizată în întregime de către „Lux Proba Grup” SRL. Circa [REDACTED]% se realizează prin [REDACTED], respectiv, celelalte [REDACTED]% sunt realizate de către „Floarea Soarelui” SA prin [REDACTED] (predominant către rețele de unități comerciale cu amănuntul).
- (146) Mai jos este reprezentată schematic modalitatea de aprovizionare a pieței cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat prin cele două canale de distribuție.

Figura 1



- (147) Distribuția directă presupune relația comercială directă între producător și clienți, livrările realizându-se, în general, la depozitele sau punctele de desfacere cu amănuntul ale clienților, prin flota proprie de transport a producătorului sau a unor companii specializate ce oferă servicii de transport.
- (148) În ceea ce privește distribuția indirectă, aceasta presupune o relație comercială cu distribuitorul tradițional, în cazul de față „Lux Proba Grup” SRL, care „intermediază” vânzările către puncte de desfacere cu amănuntul tip retail, HoReCa, alți revânzători angro etc.
- (149) Se constată astfel că, în cazul „Floarea Soarelui” SA, având în vedere structura distribuției, modelul preferat de distribuție este cel [REDACTED]

[REDACTED]
[REDACTED].

(150) În context, se disting două tipuri de relații între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, și anume:

- *relația pe verticală*, determinată de prevederile contractului [REDACTED] în baza căruia „Lux Proba Grup” SRL este clientul „Floarea Soarelui” SA, căruia îi este comercializată circa [REDACTED]% din producția de ulei îmbuteliat destinată pieței interne și în baza căruia „Lux Proba Grup” SRL are posibilitatea de a determina independent prețul de revânzare către piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui;
- *relația pe orizontală*, în cadrul căreia „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA sunt în poziția de concurenți, determinată, pe de o parte, de capacitatea și libertatea „Lux Proba Grup” SRL de a comercializa și a stabili nivelul prețului pentru circa [REDACTED]% din întreg volumul pieței aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, iar, pe de altă parte, de însăși prezența „Floarea Soarelui” SA pe piața relevantă prin furnizarea producției de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat direct pe piața aprovizionării.

(151) Astfel, în cadrul investigației, s-a determinat existența unui acord / practici concertate pe dimensiunea relațiilor pe orizontală între cele două întreprinderi care a avut ca obiect fixarea prețurilor de vânzare către cumpărătorii săi.

(152) Deși relația contractuală între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA este bazată pe Contractul [REDACTED], care reprezintă de fapt o relație comercială pe verticală, schimbul de informație analizat care stă la baza concluziilor prezentei investigații a avut loc în contextul distribuției duale realizate de „Floarea Soarelui” SA, în sens că, așa cum a fost explicat mai sus, producătorul vinde simultan unui distribuitor independent, precum și direct clienților. Relației verticale care leagă „Floarea Soarelui” SA cu „Lux Proba Grup” SRL, distribuția duală adaugă un strat orizontal, deoarece producătorul concurează cu distribuitorul său independent (concurență intra-brand în aval).

(153) Atât conținutul acordului / practicii concertate (schimbul de informații referitoare la prețurile viitoare), obiectul acestuia (fixarea prețurilor în funcție de client, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților), cât și conduita părților în calitate de concurenți relevă existența unui acord / practici concertate orizontale, practică interzisă de art. 5 alin. (1) și (3)

lit. a) din Legea concurenței, respectiv atestă necesitatea evaluării acordului / practicii concertate prin prisma Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 14/2013 (în continuare - Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale).

- (154) Aceeași abordare în cazul acordurilor verticale între întreprinderi concurente însă în cadrul cărora se manifestă un comportament cu substrat orizontal este prevăzută și la nivelul legislației Comisiei Europene.
- (155) Astfel, Comunicarea Comisiei - Orientări privind restricțiile verticale (2010/C 130/01)¹⁷ prevederile căreia sunt transpuse de Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 13/2013 (în continuare - Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale) conține explicații cu referire la „distribuția duală”. Conform pct. 28 din Orientări, Comisia explică că „distribuția duală” se referă la situația în care *„producătorul anumitor produse este și distribuitor al acelor produse, concurând cu distribuitorii independenți ai produselor sale”*, făcând trimitere la reglementarea prevăzută la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul Comisiei Europene nr. 330/2010 privind aplicarea art. 101 (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (în continuare - TFUE) la categoriile de acorduri verticale și practici concertate, numit de către Comisie și Regulamentul de exceptare pe categorii (în continuare – Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010).
- (156) La pct. 212 din Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) în care se indica că *„acordurile pe categorii pot să faciliteze coluziunea între furnizori prin creșterea posibilităților de a schimba informații delicate privind piața prin intermediul comercianților cu amănuntul, cum ar fi, de exemplu informațiile privind prețurile viitoare, planurile promoționale sau campaniile de publicitate”*, Comisia venea să explice printr-o notă de referință la subsol că *„schimbul direct de informații între concurenți nu poate fi reglementat de regulamentul de exceptare pe categorii”*, făcându-se trimitere inclusiv la situația de „distribuție duală” prevăzută la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.
- (157) În acest sens, așa cum a prevăzut Comisia la pct. 27 din Orientările privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), în cazul în care nu cad sub reglementarea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, acordurile

¹⁷ Comunicarea Comisiei - Orientări privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) a fost înlocuită cu Comunicarea Comisiei – Orientări privind restricțiile verticale (2022/C 248/01)

verticale dintre concurenți trebuie analizate, în ceea ce privește eventualele efecte de coluziune ale acestora, conform Orientările Comisiei privind aplicabilitatea art. 81 din Tratatul CE (actualul art. 101 din TFUE) acordurilor de cooperare orizontală¹⁸.

- (158) Astfel, schimburile de informații care au loc în contextul distribuției duale, dar nu beneficiază de exceptare, trebuie analizat și evaluat individual prin prisma art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței și Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale.
- (159) Schimbul direct de informații între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA se referă la prețurile viitoare la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat a „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA care urmau să fie aplicate către clienții acestora pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, pe care sunt prezente ambele întreprinderi.
- (160) Așa cum considera Comisia în Orientările sale privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), analiza schimbului de informații care preocupă îngrijorări orizontale urmează să se realizeze conform Orientărilor Comisiei privind acordurile de cooperare orizontală care, în fapt, sunt transpuse de Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale.
- (161) În condiții normale de piață, fiind întreprinderi independente, fără restricții de vânzare impuse prin contractul de distribuție, „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL ar trebui să concureze pentru plasarea pe piață a uleiului de floarea-soarelui, în cele mai avantajoase condiții. Respectiv, producătorul urmează să concureze atât cu propriul revânzător, cât și cu alți furnizori (producție internă / import) și invers.
- (162) Coordonarea politicilor comerciale s-a realizat printr-un schimb de informații sensibile din punct de vedere concurențial, și anume prin coordonarea prețurilor viitoare la care se intenționa să se vândă bunurile contractuale în aval, precum și prin schimbul de informații de natură de a facilita coordonarea comportamentului pe piață și de a limita concurența. Probele sunt reprezentate de comunicări prin email, atât între reprezentanții ambelor întreprinderi, cât și prin comunicarea internă a companiilor.
- (163) În vederea aprecierii comportamentului întreprinderilor implicate și acumulării probelor necesare pentru investigarea cazului, la data de 10.06.2022, Consiliul Concurenței a efectuat inspecții inopinate la aceste două întreprinderi,

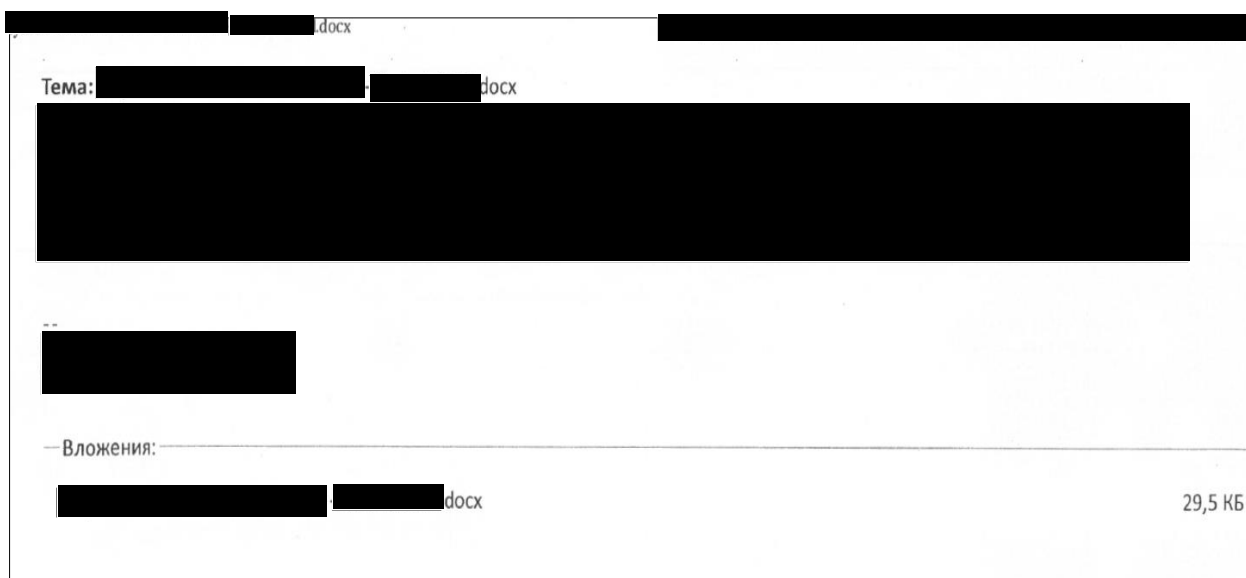
¹⁸ Orientări privind aplicabilitatea articolului 101 din TFUE acordurilor de cooperare orizontală (2011/C 11/01)

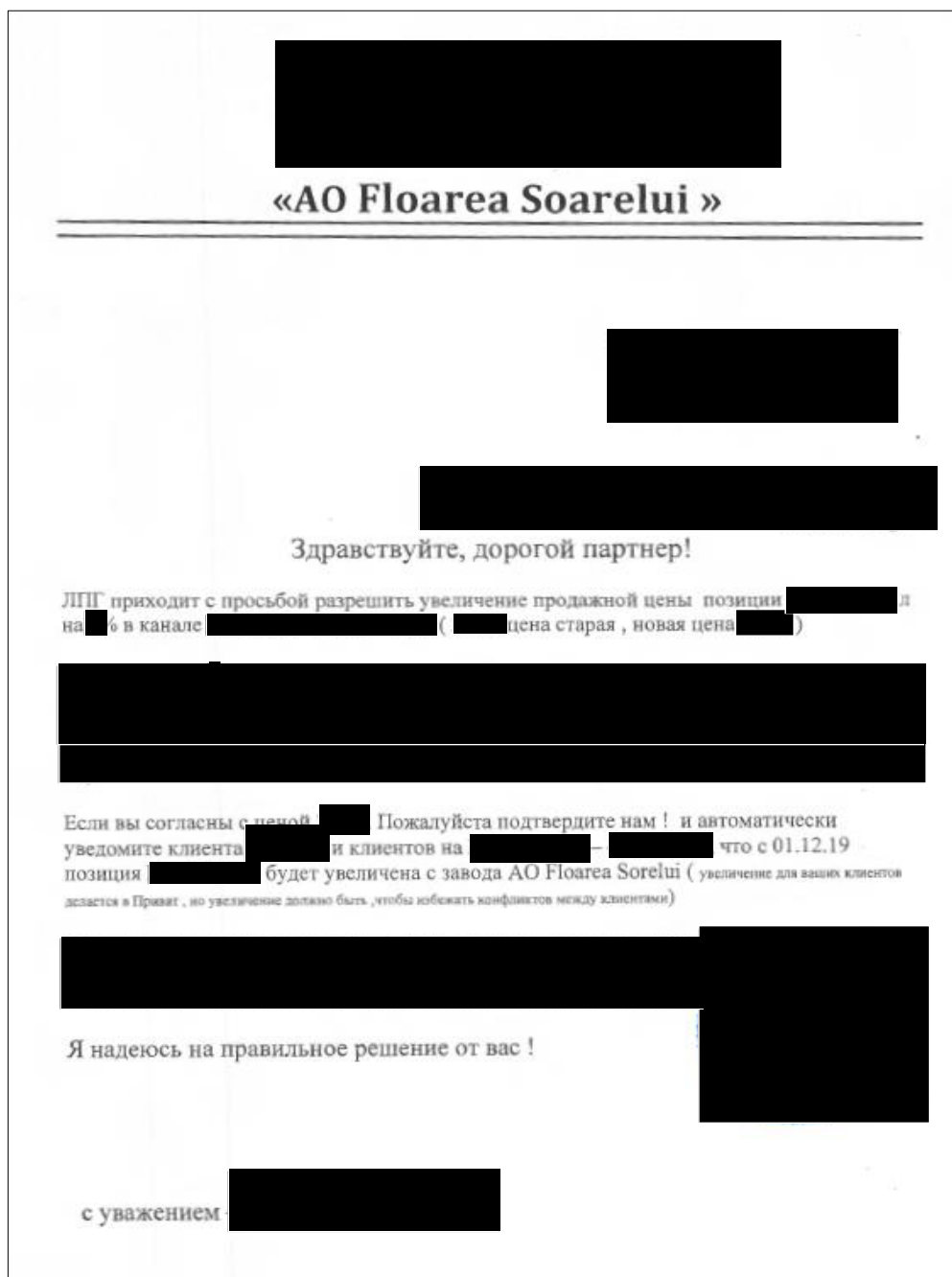
rezultatele fiind consemnate în procesele-verbale privind efectuarea inspecției din data de 10.06.2022.

- (164) În continuare va fi analizată corespondența relevantă la caz, înscrisurile identificate, precum și vor fi expuse concluziile logice deduse din coroborarea informațiilor și a comportamentului întreprinderilor vizate.
- (165) Cronologia evenimentelor, respectiv, corespondența purtată între reprezentanții celor două întreprinderi sau în cadrul fiecărei întreprinderi cuprinde perioada 2019-2022 (tr. II).

5.1.1 Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2019

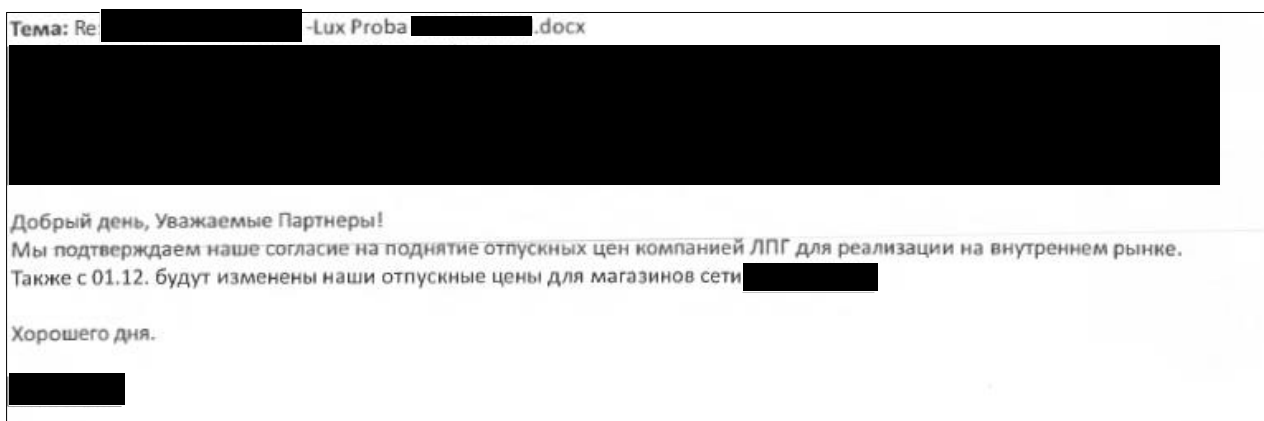
- (166) Conform Procesului-verbal de efectuare a inspecției din data de 10.06.2022, la sediul întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL s-a ridicat de pe adresa electronică de serviciu a administratorului „Lux Proba Grup” SRL - [REDACTED], corespondență [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL cu reprezentantul departamentului comercial al „Floarea Soarelui” SA - [REDACTED], din 21.10.2019 cu subiectul [REDACTED], în care se includea atașamentul „[REDACTED]”.





- (167) În cadrul acestei note de serviciu, adresată de facto [redacted] al „Floarea Soarelui” SA, [redacted] „Lux Proba Grup” SRL solicită acceptul majorării prețului de revânzare la produsul [redacted] cu [redacted] % pe canalul Key Account (n.r. canalul de vânzări către rețelele de unități comerciale) începând cu data de 01.12.2019, de la [redacted] lei la [redacted] lei. În același timp, „Lux Proba Grup” SRL solicită ca „Floarea Soarelui” SA „*să înștiințeze automat*” clientul [redacted] și clientul [redacted] – [redacted], precum că începând cu data de 01.12.2019 prețul produsului [redacted] „*va fi majorat de către fabrică*”. În continuare, [redacted] „Lux Proba Grup” SRL menționează în notă că „*majorarea este necesară, întru evitarea conflictelor între clienți*”.

- (168) De fapt, scopul acestor mesaje era de a asigura aplicarea aceluiași nivel de preț către rețelele de unități comerciale, astfel încât acestea să nu ia în considerare posibilitatea migrării de la „Lux Proba Grup” SRL către „Floarea Soarelui” SA sau către alte surse de aprovizionare.
- (169) Consiliul Concurenței precizează că atât rețeaua de unități comerciale [REDACTED], cât și [REDACTED] (pe poziția [REDACTED]) erau clienții „Floarea Soarelui” SA și nu ai „Lux Proba Grup” SRL. Astfel, în cadrul acestei corespondențe, de facto se discuta modificarea și stabilirea unui nivel de preț nu doar pentru clienții „Lux Proba Grup” SRL, ci și pentru clienții „Floarea Soarelui” SA, majorarea de preț solicitată condiționând „automat” și majorarea prețului către clienții „Floarea Soarelui” SA, și nu doar pentru produsul [REDACTED] ci și pentru produsul [REDACTED]. Astfel, comportamentul coordonat a urmărit să restrângă concurența prin preț, inclusiv pentru ulei de altă marcă decât cea produsă de „Floarea Soarelui” SA.
- (170) Ca răspuns la email-ul dlui [REDACTED], dl [REDACTED] a expediat la data de 21.10.2019, ora 14:30, următorul mesaj:



- (171) Așadar, prin răspunsul său, „Floarea Soarelui” SA a acceptat solicitarea „Lux Proba Grup” SRL, coordonând astfel majorarea prețului de revânzare a uleiului către rețelele de unități comerciale – clienți ai „Lux Proba Grup” SRL, inclusiv asigurând că vor fi modificate și prețurile de vânzare a producției către [REDACTED] și [REDACTED].
- (172) Prin corespondența electronică menționată se probează coordonarea informațiilor strategice din punct de vedere concurențial, fiind coordonate de fapt prețurile de revânzare astfel încât să nu fie create condiții diferite de preț pe piață pentru clienții acestor două întreprinderi și să fie, prin urmare, evitată o posibilă migrare a acestora de la o întreprindere la alta care a avut ca efect împărțirea clienților.

Observația „Floarea Soarelui” SA referitor la implementarea acordului / practicii concertate în anul 2019

- (173) „Floarea Soarelui” SA susține în contextul notificării „Lux Proba Grup” SRL din 21.10.2019 că informația despre piață are un rol informativ pentru „Floarea Soarelui” SA și că a fost luată decizia de a majora prețul pentru produs, însă nu în mod automat conform solicitării „Lux Proba Grup” SRL, așa cum presupune Consiliul Concurenței.
- (174) Astfel, în cazul rețelei de unități comerciale [REDACTED], prețul a fost majorat de la [REDACTED] lei la [REDACTED] lei, adică cu [REDACTED]%, deși, dacă „Floarea Soarelui” SA ar fi urmat automat instrucțiunile „Lux Proba Grup” SRL, prețul nou ar fi trebuit să fie [REDACTED] lei reieșind din calculul:

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

- (175) Însă, totuși, „Floarea Soarelui” SA a fixat prețul nou pentru [REDACTED] [REDACTED], în mărime de [REDACTED] lei.
- (176) În ceea ce ține de [REDACTED] SRL, după cum reiese și din actul anexat la vol. 6, pag. 182 din dosar, prețul pentru [REDACTED] a fost majorat de la [REDACTED] lei la [REDACTED] lei, adică cu [REDACTED]%. „Floarea Soarelui” SA susține că acest preț nu coincide cu prețul [REDACTED] lei pe care „Lux Proba Grup” SRL l-a utilizat.

Observația „Lux Proba Grup” SRL referitor la implementarea acordului / practicii concertate în anul 2019

- (177) „Lux Proba Grup” SRL susține că email-ul a fost un eveniment unic în anul 2019 și că este dificil de știut cu certitudine de ce a fost formulat astfel de către angajat. Fiind transmis într-o perioadă în care marja „Lux Proba Grup” SRL din distribuția de ulei devenea [REDACTED], „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED] bani din distribuția de ulei, fiind [REDACTED] distribuția de ulei, email-ul către „Floarea Soarelui” SA era o încercare de a reveni la o marjă care să permită „Lux Proba Grup” SRL să continue distribuția de ulei.
- (178) Cu referire la conținutul notificării din anul 2019 „Lux Proba Grup” SRL susține că din cauza cunoștințelor limitate de limba rusă, de exemplu în aliniatul 1, enunțul: [REDACTED] nu este o propoziție corectă din punct de vedere gramatical și dovedește că a fost scrisă de un vorbitor non-nativ de limbă rusă. Modul corect este: [REDACTED]

- (179) Aliniatul 4, fraza: „[REDACTAT]” - trebuie scrisă ca [REDACTAT]”. Lux Proba Grup” SRL consideră că este posibil ca autorul să fi transmis unele afirmații în mod inexact, astfel încât emailul nu trebuie interpretat într-un sens strict literal, deoarece acest lucru conduce la interpretări eronate.
- (180) Cu referire la aliniatul 2 al email-ului, scopul principal al acestuia, consideră Lux Proba Grup” SRL este de a solicita o majorare parțială din partea „Floarea Soarelui” SA a prețului cu [REDACTAT]%, în legătură cu creșterea reală a cheltuielilor cu [REDACTAT]%.
- (181) Cu referire la aliniatul 3, solicitarea de creștere a prețului pe care comercianții cu amănuntul îl plătesc către „Lux Proba Grup” SRL a avut drept scop să notifice „Floarea Soarelui” SA cu privire la nevoia critică a „Lux Proba Grup” SRL de ajustare a prețului (astfel încât „Lux Proba Grup” SRL să nu fie nevoită să întrerupă livrarea uleiului de floarea-soarelui) și a avut, de asemenea, drept scop alinierea la principiile de stabilire a prețurilor ale „Floarea Soarelui” SA (astfel încât „Floarea Soarelui” SA să nu dezavantajeze comercianții cu amănuntul care cumpără prin intermediul „Lux Proba Grup” SRL, în raport cu cei doi comercianți cu amănuntul giganți care cumpără direct de la „Floarea Soarelui” SA).
- (182) Fraza „и автоматически уведомите [REDACTAT] и клиентов [REDACTAT]” exprimă intenția „Lux Proba Grup” SRL de a informa clienții cheie, precum [REDACTAT], că orice creștere de preț este determinată de producător și că „Lux Proba Grup” SRL acționează pur și simplu ca agent al producătorului.
- (183) Expresia „увеличение для ваших клиентов делается в приват, но увеличение должно быть, чтобы избежать конфликтов между клиентами” subliniază libertatea „Floarea Soarelui” SA de a stabili independent prețurile pentru fiecare client. „Lux Proba Grup” SRL încearcă să obțină prețuri echitabile pentru comercianții cu amănuntul mai mici, asigurând un peisaj concurențial echitabil între comercianții cu amănuntul mai mari și cei mai mici, care, în cele din urmă, aduce beneficii consumatorilor moldoveni și întreprinderilor mici din Moldova.
- (184) Cu referire la aliniatul 4 al textului notificării, afirmația [REDACTAT] [REDACTAT] evidențiază dedicarea de lungă durată a „Lux Proba Grup” SRL pentru construirea încrederii cu cei [REDACTAT] mici comercianți cu amănuntul.
- (185) De asemenea, susține „Lux Proba Grup” SRL că „Floarea Soarelui” SA, la fel ca mulți alți producători, încearcă să mențină paritatea prețurilor între diferitele sale canale de distribuție, asigurându-se că prețurile uleiului de floarea-soarelui

la [REDACTED] și [REDACTED] nu diferă semnificativ de prețurile aplicate retailerilor care achiziționează ulei de la „Floarea Soarelui” SA prin intermediul „Lux Proba Grup” SRL.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (186) Nu reprezintă o condiție obligatorie ca în urma coordonării comportamentului pe piață prin intermediul schimbului de informație prețurile să fie stabilite exact la același nivel.
- (187) De fapt, coordonării comportamentului s-a realizat inclusiv în vederea alinierii politicii de preț pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, în sensul menținerii unui anumit nivel de preț pentru asigurarea unui nivel mai mare de profit cu eforturi minime. Întreprinderile implicate nu s-au comportat, în cazul de față, independent, asumându-și riscurile incertitudinii pe care o generează concurența, în special prin preț, ci au ales să substituie concurența cu cooperarea pe piață.
- (188) Absența aplicării aceluiași nivel de preț de către „Floarea Soarelui” SA urmare a informării realizate de către „Lux Proba Grup” SRL la data de 21.10.2019 nu este suficientă pentru a exonera „Floarea Soarelui” SA de înfăptuirea / participarea la un acord / practică concertată.
- (189) Însăși „Floarea Soarelui” SA recunoaște în observații că urmare a intervenției „Lux Proba Grup” SRL prin solicitarea din 21.10.2019, a majorat prețul către clienții săi [REDACTED] și [REDACTED] ([REDACTED]).
- (190) În astfel de circumstanțe, se consideră că coordonarea comportamentului prin schimbul de informație a contribuit la o coordonare tacită a prețurilor între concurenți, chiar dacă „Floarea Soarelui” SA nu a stabilit explicit un anumit preț.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Lux Proba Grup” SRL

- (191) Conform [REDACTED] din contractul [REDACTED], „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED]
[REDACTED], care conform [REDACTED]
[REDACTED]. Contractul [REDACTED]. Astfel, conform prevederilor contractuale „Lux Proba Grup” SRL distribuie uleiul de floarea-soarelui [REDACTED], fără careva [REDACTED]
[REDACTED].

- (192) În condiții normale de piață, fiind întreprinderi independente, [REDACTED], „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL ar trebui să concureze pentru plasarea pe piață a uleiului de floarea-soarelui, în cele mai avantajoase condiții. Respectiv, producătorul urmează să concureze atât cu propriul revânzător, cât și cu alți furnizori (producție internă / import) și invers.
- (193) În context, „Lux Proba Grup” SRL eronat apreciază faptul că aceasta a fost impusă de situație să ceară „Floarea Soarelui” SA acceptul de majorare a prețului la ulei în anul 2019.
- (194) Nici o clauză din contractul de distribuție nu prevede obligația „Lux Proba Grup” SRL de coordonare cu „Floarea Soarelui” SA a deciziilor asupra formării prețului de revânzare.
- (195) De fapt, în nota de serviciu, la care face referire „Lux Proba Grup” SRL în observații în contextul implementării acordului în anul 2019, „Lux Proba Grup” SRL solicită „Floarea Soarelui” SA *„să înștiințeze automat”* clientul [REDACTED] și clientul [REDACTED] - [REDACTED] și nu [REDACTED], precum că începând cu data de 01.12.2019 prețul produsului [REDACTED] *„va fi majorat de către fabrică”*. În continuare, [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL menționează în notă că *„majorarea este necesară, întru evitarea conflictelor între clienți”*.
- (196) Mai mult de atât, niciuna din părți nu a adus argumente pertinente ce ar fi explicat motivul ce a stat în spatele acestei notificări, în special având în vedere mențiunea „Lux Proba Grup” SRL „[REDACTED]” (n.r. „[REDACTED]”) și nici asupra faptului că „Floarea Soarelui” SA a acceptat propunerea „Lux Proba Grup” SRL de majorarea a prețului, inclusiv către clienții săi, [REDACTED].
- (197) În acest context, scopul invocat de „Lux Proba Grup” SRL prin atenționarea „Floarea Soarelui” SRL că ar vrea să asigure un mediu competitiv similar pentru [REDACTED] și [REDACTED] prin creșterea prețurilor de vânzare a uleiului „Floarea Soarelui” SA cu amănuntul sugerate pe acel canal, nu se susține în situația în care majorarea de preț solicitată a condiționat *„automat”* majorarea prețului nu doar pentru produsul [REDACTED] ci și pentru produsul [REDACTED]. Astfel, se atestă fără echivoc că „Lux Proba Grup” SRL a urmărit prin coordonarea comportamentului să restrângă concurența prin preț, inclusiv pentru ulei de altă marcă decât cea produsă de „Floarea Soarelui” SA.

- (198) Absența aplicării aceluiași nivel de preț nu este suficientă pentru a exonera „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA de înfăptuirea / participarea la un acord / practică concertată.
- (199) Însăși „Floarea Soarelui” SA recunoaște în observațiile prezentate că urmare a intervenției „Lux Proba Grup” SRL prin solicitarea din 21.10.2019, a majorat prețul către clienții săi, [REDACTED] și [REDACTED] ([REDACTED]).
- (200) În astfel de circumstanțe, se consideră că schimbul de informații a contribuit la o coordonare tacită a prețurilor între concurenți, chiar dacă „Floarea Soarelui” SA nu a stabilit explicit un anumit preț.
- (201) Reiterăm că coordonarea comportamentului pe piață prin intermediul schimbului de informații individualizate între concurenți referitor la cantități sau prețuri pe care intenționează să le aplice în viitor sunt considerate per se ca fiind o restrângere a concurenței prin obiect.
- (202) Coordonarea prețurilor viitoare către proprii clienți și a strategiilor de preț dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA, în fapt a eliminat riscurile incertitudinii pe care ar fi trebuit să o genereze concurența, în special prin preț și le-a substituit cu predictibilitatea comportamentului „Floarea Soarelui” SA. Chiar dacă prețurile aplicate de „Lux Proba Grup” SRL clienților săi nu ar fi coincis cu cele stabilite de „Floarea Soarelui” SA clienților săi, simpla cunoaștere a informațiilor sensibile comercial furnizate de „Lux Proba Grup” SRL a denaturat procesul decizional al „Floarea Soarelui” SA de stabilire a prețurilor către clienții săi.

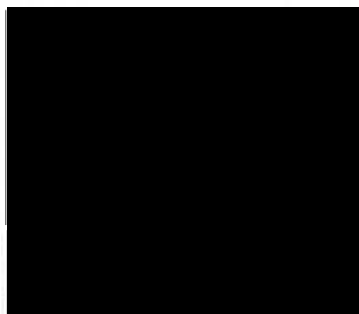
5.1.2 Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2020

- (203) Conform Procesului-verbal de efectuare a inspecției din data de 10.06.2022, la sediul întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL s-a ridicat de pe adresa electronică de serviciu a [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL - [REDACTED] [REDACTED], corespondența [REDACTED] [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL cu reprezentantul [REDACTED] [REDACTED] „Floarea Soarelui” SA - [REDACTED], din perioada 20.11.2020 – 07.12.2020. În esență, întreaga conversația a avut ca subiect coordonarea prețurilor de vânzare și revânzare a întreg asortimentului de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat livrat conform contractului [REDACTED].

пт, 20 нояб. 2020 г., 09:23

Добрый день, Уважаемые Партнеры!

Сообщаем Вам новые отпускные цены на масло фасованное, производства АО "Флоаря Соарелуй" с 07.12.2020 г.

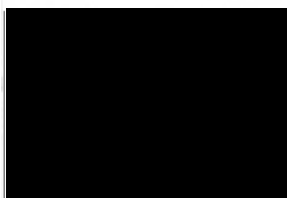


Просим предоставить Ваш расчет цены и конечную цену на полках.

Желаем хорошего дня.

С уважением,

АО "Флоаря Соарелуй"



26.11.2020 11:37, пишет:

Добрый день, Уважаемые Партнеры!

Сообщаем Вам новые отпускные цены на масло фасованное с 11.12.2020 г.



Спасибо

С уважением,

АО "ФЛОАРЯ СОАРЕЛУЙ"

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

_____ on 1

11

сообщаем новую цену с 11.12. на

■■■■■■■■■■

© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

11

... и выслать обратно.

рабочей недели.

100

- (204) Astfel, prin mesajul din 20.11.2020, „Floarea Soarelui” SA remite către „Lux Proba Grup” SRL noile prețuri de livrare a uleiului îmbuteliat de producție „Floarea Soarelui” SA, care urmau a intra în vigoare din data de 07.12.2020. În

(205) În mesajul de răspuns din 26.11.2020, reprezentantul „Lux Proba Grup” SRL remite către „Floarea Soarelui” SA tabelul în care sunt incluse prețurile solicitate de reprezentantul „Floarea Soarelui” SA.

[illegible]

Observația „Floarea Soarelui” SA referitor la implementarea acordului / practicii concertate în anul 2020

(208) „Floarea Soarelui” SA consideră că Consiliul Concurenței evită să explice și să probeze cum „Floarea Soarelui” SA ar fi aplicat / implementat aceste preturi la

raft remise la 26.11.2020 de către „Lux Proba Grup” SRL, sau din ce motive s-ar putea de afirmat că aceste prețuri nu sunt altceva decât o simplă informare.

- (209) În acest sens, „Floarea Soarelui” SA a anexat la observații mesajele [REDACTED] [REDACTED] „Floarea Soarelui” SA către [REDACTED] [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL (Anexele nr. 11 și nr. 12 la Observațiile prezentate de „Floarea Soarelui” SA la data de 27.03.2024).

Anexa 11

Scrisoarea e-mail din 23.11.2020 expediată de către SA „Floarea Soarelui” către [REDACTED]

Date: пн, 23 нояб. 2020 г. в 17:05
Subject: Re: FW: FW: [EXT] MODIFICARE PREȚ [REDACTED]

Stimați Parteneri,

Prin prezenta Va informam ca, începând cu data de 07.12.2020, prețurile de livrare pentru produsele SA FLOAREA SOARELUI vor fi majorate.

Astfel:

Va mulțumim pentru înțelegere.

Cu stimă,

Best regards,

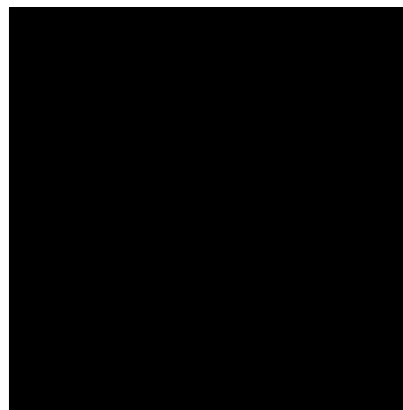
[REDACTED]
Floarea Soarelui SA
[REDACTED]
[REDACTED]

Scrisoarea e-mail din 23.11.2020 expediată de către SA „Floarea Soarelui” către

Date: 23 нояб. 2020 г. в 17:14
Subject: Re: [REDACTED] MODIFICARE PREȚ

Stimați Parteneri,

Va informăm despre modificarea prețului începând cu data de 07.12.2020, astfel ele constituie:



Va mulțumim pentru înțelegere și așteptăm confirmarea Dumeavoastra.

Cu stimă,

Best regards,

[REDACTED]
Floarea Soarelui SA
[REDACTED]
[REDACTED]

- (210) „Floarea Soarelui” SA susține astfel că mesajele reprezentantului său către [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL, cu modificările de preț aplicabile începând cu 07.12.2020, au fost expediate la 23.11.2020, adică cu 3 zile înainte ca „Floarea Soarelui” SA să primească mesajul din 26.11.2020 de la „Lux Proba Grup” SRL în care aceștia prezintă informația cu privire la prețurile la raft.
- (211) Prin urmare, consideră că ar fi eronată alegația Consiliului Concurenței precum că „Lux Proba Grup” SRL ar fi stabilit și coordonat aceste prețuri la raft pentru clienții „Floarea Soarelui” SA.
- (212) Suplimentar „Floarea Soarelui” SA susține că dacă în cazul [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL, Consiliul Concurenței ar putea afirma că mesajele [REDACTED] către aceștia nu au fost identificate la momentul inspecției, atunci este inexplicabilă ignorarea unei probe anexate la

dosar, și anume, mesajul [REDACTED] către [REDACTED] (vol. 2 pag.104), în care acesta a informat despre modificările de preț aplicabile începând cu 07.12.2020, ori scrisoarea respectivă, la fel a fost expediat în data de 23.11.2020 ora 16:51, adică la fel cu 3 zile înainte ca „Floarea Soarelui” SA să primească de la „Lux Proba Grup” SRL informația cu privire la prețurile la raft.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

(213) În Anexele nr. 11 și nr. 12 la observații, „Floarea Soarelui” SA a prezentat notificările privind noile prețuri începând cu 07.12.2020 transmise de către [REDACTED] către [REDACTED] și [REDACTED] la data de 23.11.2020.

(214) Din conținutul mesajelor se observă că prețurile oferite de „Floarea Soarelui” SA către [REDACTED] sunt următoarele:

- [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

iar pentru [REDACTED] sunt următoarele:

- [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

(215) La pct. 205 din decizie se menționează că în mesajul de răspuns din 26.11.2020, reprezentantul „Lux Proba Grup” SRL remite către „Floarea Soarelui” SA tabelul în care sunt incluse prețurile solicitate de reprezentantul „Floarea Soarelui” SA.

(216) Conform tabelului din mesajul de răspuns din data de 26.11.2020 către „Floarea Soarelui” SA observăm următoarele prețuri stabilite de „Lux Proba Grup” SRL clienților săi:

- [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

- (217) Astfel, urmare a informației prezentate de însăși „Floarea Soarelui” SA la observații în Anexele 11 și 12 se atestă că „Lux Proba Grup” SRL a stabilit începând cu data de 07.12.2020 exact același preț de livrare ca și prețul de livrare oferit de „Floarea Soarelui” SA la 4 din 5 poziții de ulei către [REDACTED] și la 1 din 2 poziții de ulei către [REDACTED].
- (218) În mod normal, „Lux Proba Grup” SRL nu avea de unde să cunoască prețul exact de livrare oferit de „Floarea Soarelui” SA către [REDACTED] ce urma să intre în vigoare la data de 07.12.2020, astfel încât prin aplicarea adaosului comercial la prețul de fabrică oferit de „Floarea Soarelui” SA să formeze exact același preț către clienții săi ca și prețul oferit de „Floarea Soarelui” SA clienților săi, decât prin coordonarea politicilor de preț.
- (219) Nivelul de preț stabilit de „Lux Proba Grup” SRL către clienții săi, conform tabelului prezentat către „Floarea Soarelui” SA la data de 26.11.2020 și informația prezentată în Anexele 11 și 12 de „Floarea Soarelui” SA în observații confirmă că aceste două întreprinderi au practicat același comportament, determinat și în cazul altor situații descrise în continuare și, anume, de coordonare și manipulare a condițiilor de preț pentru clienții acestor două întreprinderi, prin schimb de informații referitoare la prețurile de vânzare, astfel încât să fie evitată o posibilă migrare a acestora de la o întreprindere la alta.

5.1.3. Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2021

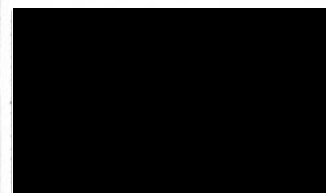
- (220) Corespondența prin care au fost solicitate de către „Floarea Soarelui” SA și remise în răspuns de către „Lux Proba Grup” SRL tabelele cu prețurile de ieșire calculate de distribuitor pentru proprii clienți a continuat și pe parcursul anului 2021.
- (221) Astfel, conform Procesului-verbal de efectuare a inspecției din data de 10.06.2022, la sediul întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL de pe adresa electronică de serviciu [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL - [REDACTED] [REDACTED] s-a ridicat următoarea corespondență [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL cu reprezentanții „Floarea Soarelui” SA care probează coordonarea informației strategice.
- (222) Prin mesajele de tip email din 26.02.2021, 15.07.2021, 16.09.2021 și 11.10.2021, „Floarea Soarelui” SA a notificat „Lux Proba Grup” SRL despre modificarea prețurilor la uleiul îmbuteliat, concomitent, solicitând în schimb

varianta de preț a „Lux Proba Grup” SRL, care după cum se poate observa în textul mesajelor din 26.02.2021 și 15.07.2021, este necesară „Floarea Soarelui” SA cu scopul „transmiterii ofertei către [REDACTED] și [REDACTED]”.

пт, 26 февр. 2021 г. в 14:49, [REDACTED]

Добрый день, Уважаемые Партнеры!

Сообщаем Вам новые отпускные цены на масло фасованное, производства АО "Флоаря Соарелуй" с 14.03.2021 г.



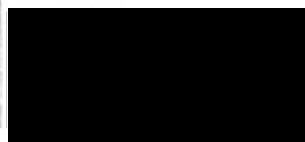
Просим Вас вернуться с Вашим вариантом цены для отправки предложений [REDACTED]

Спасибо

С уважением,
Октавиан

Просим предоставить Ваш расчет цены и конечную цену на полках.

Желаем хорошего дня.



Тема: Re: цены на масло - сезон 202-2021 гг

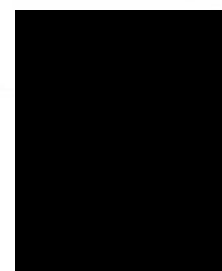
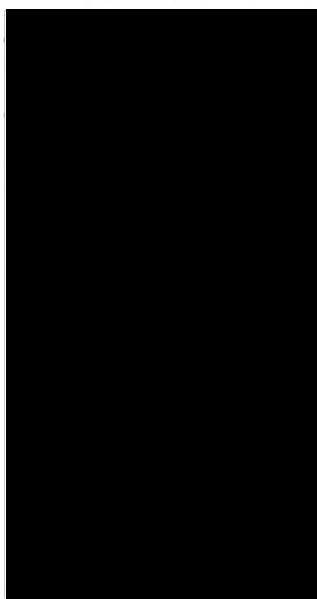
От: [REDACTED]

Дата: 15.07.2021, 16:19

Кому: [REDACTED]

Уважаемые Партнеры,

Информируем Вас об изменении с 02.08.2021 г отпускной цены на масло подсолнечное рафинированное дезодорированное, производства SA FLOAREA SOARELUI, в ассортименте:



[REDACTED]

Просим Вас вернуться с Вашим вариантом цены для отправки предложений [REDACTED] и [REDACTED]

В приложении дополнительное соглашение, которое просим подписать и выслать нам.

Желаем хорошего дня!

С уважением,

[REDACTED]
АО "Флоара Соарелуй"
[REDACTED]

[REDACTED]

16.09.2021 21:00, [REDACTED] пишет:

Уважаемые Партнеры,

Настоящим сообщаем о введении новых цен на масло фасованное, производства FLOAREA SOARELUI SA с 01.10.21.

Цены в леях,

[REDACTED]

Просим вернуться с вариантом расчета базовых цен Lux Proba.

Желаем всем хорошего вечера.

[REDACTED]

----- Перенаправленное сообщение -----
Тема: Re: Цены на масло - сезон 2021-2022 гг
Дата: Mon, 11 Oct 2021 15:02:44 +0300

Уважаемые Партнеры,

В связи с стремительным ростом цен как на сырье, так и на готовую продукцию, сообщаем о введении новых цен на масло фасованное, производства FLOAREA SOARELUI SA с 25.10.21.

Цены в левх. с НДС

Просим вернуться с вариантом расчета базовых цен Lux Proba.

Желаем хорошего дня.

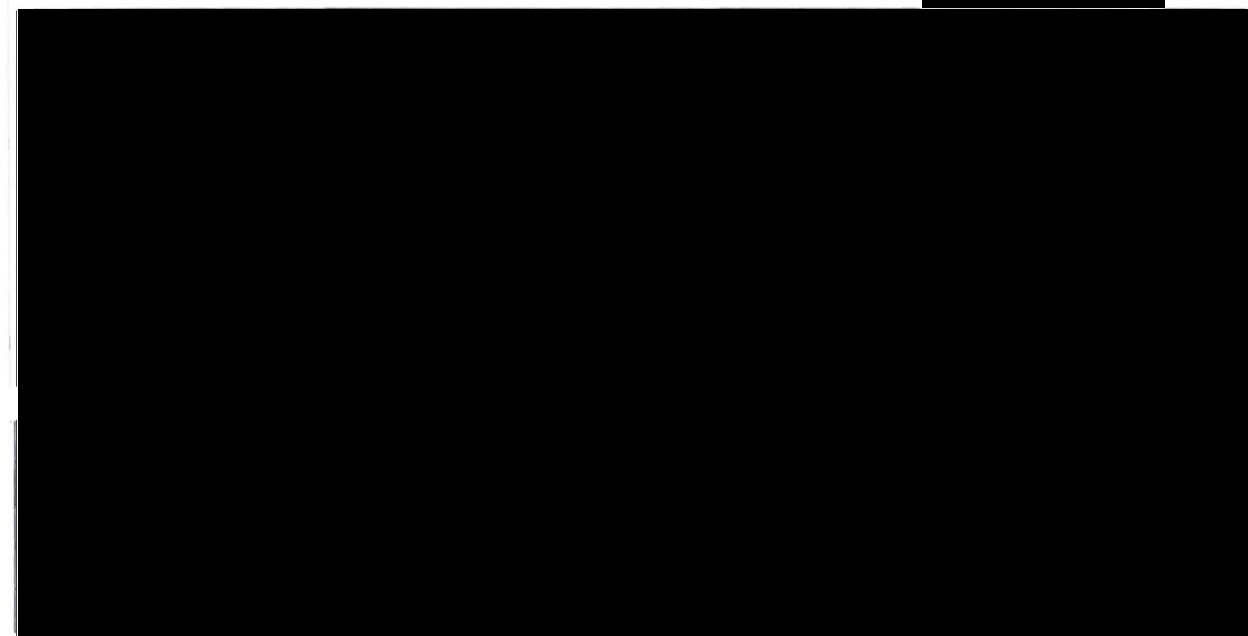
С уважением,

FLOAREA SOARELUI SA

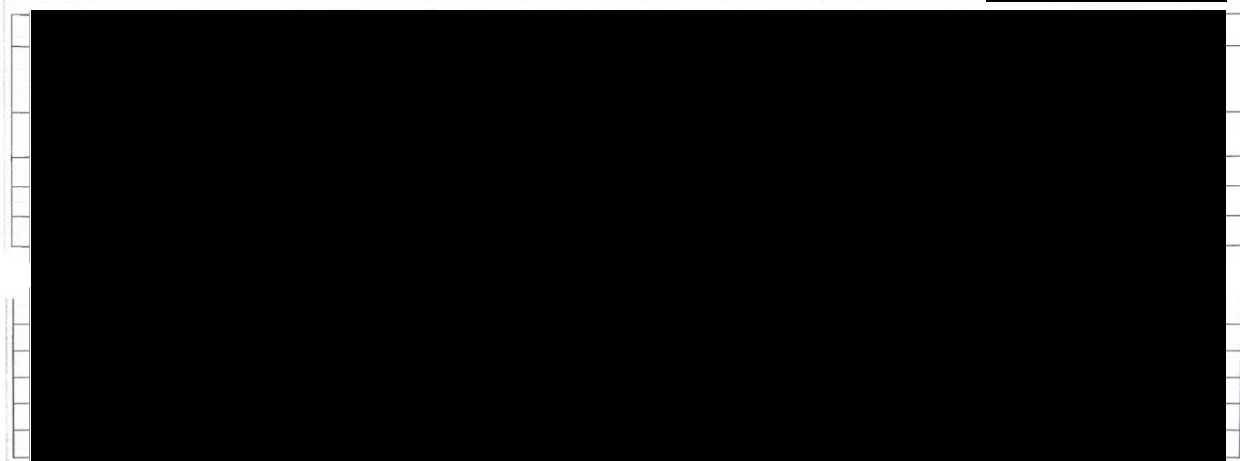
- (223) Ca răspuns la solicitările „Floarea Soarelui” SA, „Lux Proba Grup” SRL a remis informația cu propriile prețuri calculate pentru clienții săi, fapt probat prin corespondența dintre [REDACTED] și reprezentanții „Floarea Soarelui” SA din data de 19.07.2021, 20.09.2021 și 12.10.2021.

пн, 19 июл. 2021 г. в 10:16, [REDACTED]

Вариант расчёта Базовых Цен от рекомендованной цены на полке с 02,08,21



пн, 20 сент. 2021 г. в 10:56

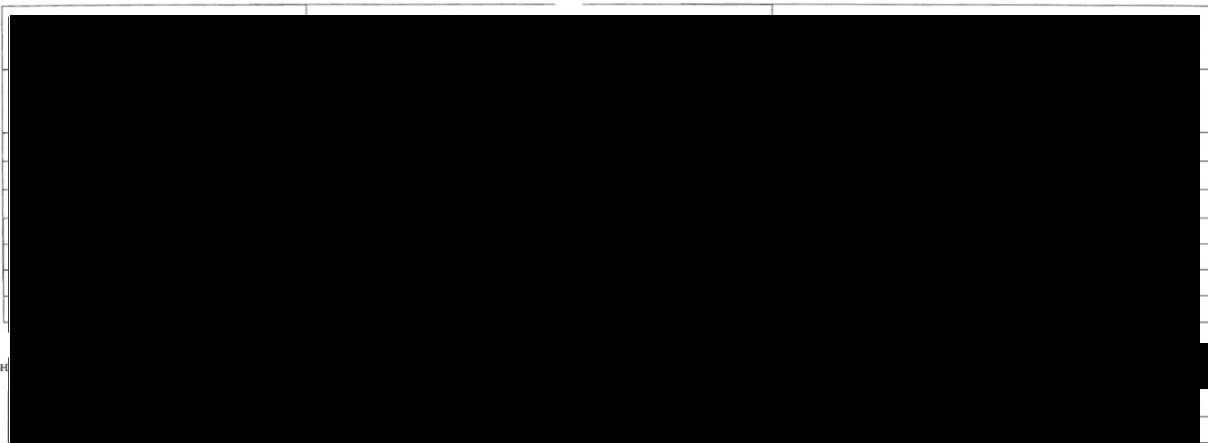


вт, 12 окт. 2021 г. в 10:49

Buna ziua stimati parteneri !

NEW pret va fi modificat din 26.10.21

Succese !



- (224) Astfel, se probează coordonarea prețurilor de revânzare și în anul 2021, ca acțiune continuă manifestată sistematic în cadrul conversațiilor dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL ce țineau de subiectul modificărilor viitoare de preț, având drept scop manipularea condițiilor de preț oferite clienților, fiind evitată o posibilă migrare a acestora de la o întreprindere la alta.

Observația „Floarea Soarelui SA” referitor la implementarea acordului / practicii concertate în anul 2021

- (225) „Floarea Soarelui” SA susține că Consiliul Concurenței nu a prezentat și nici că ar exista la dosarul administrativ careva probe precum că a avut loc un schimb de informații cu „Lux Proba Grup” SRL în contextul informării din 26.02.2021 cu scopul coordonării prețurilor, precizând că în aceeași zi - 26.02.2021, notificarea despre majorarea prețului a fost transmisă inclusiv către [REDACTED], [REDACTED] și [REDACTED].

- (226) „Floarea Soarelui” SA invocă că anume Consiliul Concurenței precizează că în cazul în care notificarea de modificare se transmite în aceeași zi la toți partenerii, având în vedere lipsa unui răspuns, în fapt ar confirma indirect inexistența unui acord / practică concertată.
- (227) În privința modificării de preț începând cu 02.08.2021 „Floarea Soarelui” SA susține că în contextul notificării din 15.07.2021 către „Lux Proba Grup” SRL cu privire la modificarea prețului începând cu data de 02.08.2021, Consiliul Concurenței nu face trimitere la răspunsul „Lux Proba Grup” SRL, în care nu este indicat o recomandare a prețului pentru [REDACTED], ci doar include o variantă a calcului prețurilor de bază.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui SA”

- (228) La acest aspect precizăm că un acord / practică concertată, în sensul art. 5 alin. (1) din Legea concurenței și a prevederilor pct. 24 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, există atunci când părțile, explicit sau implicit, adoptă împreună un comportament coordonat (acțiuni/inacțiuni) pe piață. Nu este necesar ca acordul / practica concertată să fie scrisă, nu sunt necesare formalități, sancțiuni contractuale sau alte măsuri de constrângere. Acordul / practica concertată poate fi formalizată sau tacită (dedus din comportamentul părților).
- (229) Conținutul mesajelor citate demonstrează că „Floarea Soarelui” SA a solicitat „Lux Proba Grup” SRL prezentarea prețurilor de vânzare către clienții acesteia, pentru a-și forma la rândul ei propriile oferte de preț către [REDACTED] și [REDACTED]. La caz, „Floarea Soarelui” SA nu a prezentat explicații plauzibile cu privire la scopul solicitării transmise prin mesajul de tip email din 26.02.2021 referitor la prezentarea variantei de preț a „Lux Proba Grup” SRL către clienții săi și nici Consiliul Concurenței nu a determinat o altă explicație plauzibilă a acestei solicitări care era necesară de fapt „Floarea Soarelui” SA pentru „*transmiterea ofertei către [REDACTED] și [REDACTED]*”.
- (230) Existența unui acord / practici concertate poate fi dedusă dintr-un număr de coincidențe și indicii care luate împreună, pot, în absența unei explicații plauzibile, să constituie o încălcare a regulilor de concurență. Aceste indicii și coincidențe pot furniza informații nu doar despre simpla existență a unui acord anticoncurențial / practici concertate, dar și despre durata acestora în timp sau despre perioada în care au fost aplicate.

- (231) Reiterăm că coordonarea comportamentului pe piață prin intermediul schimbului de informații individualizate între concurenți referitor la cantități sau prețuri pe care intenționează să le aplice în viitor este considerată per se ca fiind o restrângere a concurenței prin obiect.
- (232) Odată ce informațiile cu privire la prețurile „Lux Proba Grup” SRL către clienții săi și cu privire la adaosul comercial au devenit cunoscute „Floarea Soarelui” SA din însăși informarea realizată de către „Lux Proba Grup” SRL ca urmare a solicitării „Floarea Soarelui” SA, se prezumă că mecanismul concurențial a fost denaturat. În această situație, „Floarea Soarelui” SA și-a atins scopul - de a obține informația solicitată conform necesității menționate chiar de întreprindere în mesajul din 15.07.2021 – „*în vederea transmiterii ofertei către [REDACTAT] și [REDACTAT]*”. Astfel, în procesul de stabilire a prețului pentru clienții săi, „Floarea Soarelui” SA a eliminat riscurile incertitudinii pe care ar fi trebuit să o genereze concurența, în special prin preț și le-a substituit cu certitudinea comportamentului concurentului său, obținând informațiile despre prețurile viitoare. Chiar dacă prețurile oferite de „Lux Proba Grup” SRL clienților săi nu coincid cu cele stabilite de „Floarea Soarelui” SA, simpla cunoaștere a informațiilor sensibile comercial furnizate de „Lux Proba Grup” SRL a denaturat procesul decizional al „Floarea Soarelui” SA de stabilire a prețurilor către clienții săi.

5.1.4. Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2022, până la intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022

- (233) În anul 2022, coordonarea prețurilor și a informațiilor sensibile cu privire la prețuri între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au avut loc în contextul situației privind majorarea prețului din perioada aprilie-mai, 2022.
- (234) Conform Procesului-verbal de efectuare a inspecției din data de 10.06.2022, la sediul întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL, de pe adresa electronică de serviciu [REDACTAT] „Lux Proba Grup” SRL - [REDACTAT] [REDACTAT], s-a ridicat corespondența [REDACTAT] [REDACTAT] „Lux Proba Grup” SRL cu reprezentanții „Floarea Soarelui” SA, expusă și analizată mai jos, după cum urmează.
- (235) Prin mesajul de tip email din 15.04.2022, „Floarea Soarelui” SA notifică „Lux Proba Grup” SRL despre faptul că urmează să modifice prețurile la întreg asortimentul de ulei îmbuteliat începând cu data de 03.05.2022.

----- Перенаправленное сообщение -----
Тема: новые цены с 03.05.2022
Дата: Fri, 15 Apr 2022 19:28:54 +0300
От: [REDACTED]
Кому: [REDACTED]
Копия: [REDACTED]

Добрый день.
Настоящим уведомляем о введении новых цен на масло фасованное с 03.05.2022 г.

Хороших выходных.

С уважением,
АО "Флоarea Soarelui"

- (236) În răspunsul mesajului de la „Floarea Soarelui” SA, după ce informația a fost coordonată de către [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED], remite la data de 18.04.2022, ora 11:54, către „Floarea Soarelui” SA informația privind prețurile calculate pentru clienții „Lux Proba Grup” SRL, care urma să intre în vigoare începând cu data de 02.05.2022.

пн, 18 апр. 2022 г. в 11:54, [REDACTED]

Здравствуйте коллеги и партнеры!
Мы отправили вам базовые цены на ассортимент АО Floarea Soarelui, которые будут действовать с 02.05.22

- (237) Chiar dacă „Floarea Soarelui” SA nu a mai solicitat expres prezentarea informațiilor cu prețurile de revânzare ale distribuitorului, totuși distribuitorul a adoptat același comportament ca și în situațiile precedente (perioada 2019-2021), prezentând informații comerciale strategice cu scopul de a oferi producătorului posibilitatea ajustării ulterioare a prețurilor către proprii clienți.
- (238) Cu referire la acest aspect, prin scrisoarea nr. 338 din 20.05.2022, „Floarea Soarelui” SA a remis către Consiliul Concurenței copii de pe notificările

expediate prin email partenerilor comerciali, în care se anunța despre modificarea prețurilor la ulei îmbuteliat și data de intrare în vigoare a acestora.

- (239) Astfel, pe lângă notificarea transmisă către „Lux Proba Grup” SRL la data de 15.04.2022, „Floarea Soarelui” SA a transmis la data de 18.04.2022 notificări și către întreprinderile [REDACTED] privind modificarea prețurilor la producția de [REDACTED] [REDACTED] privind modificarea prețurilor la producția [REDACTED] [REDACTED] și [REDACTED] [REDACTED] privind modificarea prețurilor la uleiul furnizat prin canalul direct de către „Floarea Soarelui” SA.

modificarea preturilor 03.05.22

Писем: 11

18 апреля 2022 г., 20:23

Stimate Partener,

Necătând la condițiile contractuale, [REDACTED] Va informam și Va rugam sa acceptati prețuri noi pentru ulei de floarea soarelui începând cu data de 03.05.2022, astfel ele constituie:

Așteptăm confirmarea Dumneavoastra.

FLOAREA SOARELUI SA

18 апреля 2022 г., 19:16

Добрый день,

Настоящим сообщаем об изменении с 03.05.22 отпускной цены на масло подсолнечное раф. дез. [REDACTED] ml, производства Floarea Soarelui SA.

Ждем Вашего подтверждения и спецификацию.

From: [REDACTED]

Sent: Monday, April 18, 2022 7:48 PM

To: [REDACTED]

Cc: [REDACTED]

[REDACTED]

Subject: Re: FW: FW: FW: FW: [EXT] MODIFICARE PRET [REDACTED]

Stimați Parteneri,

Va informam despre modificarea prețurilor începând cu data de 03.05.2022,
astfel ele constituie:

[REDACTED]

Așteptam formularul [REDACTED] pentru semnare.

[REDACTED]

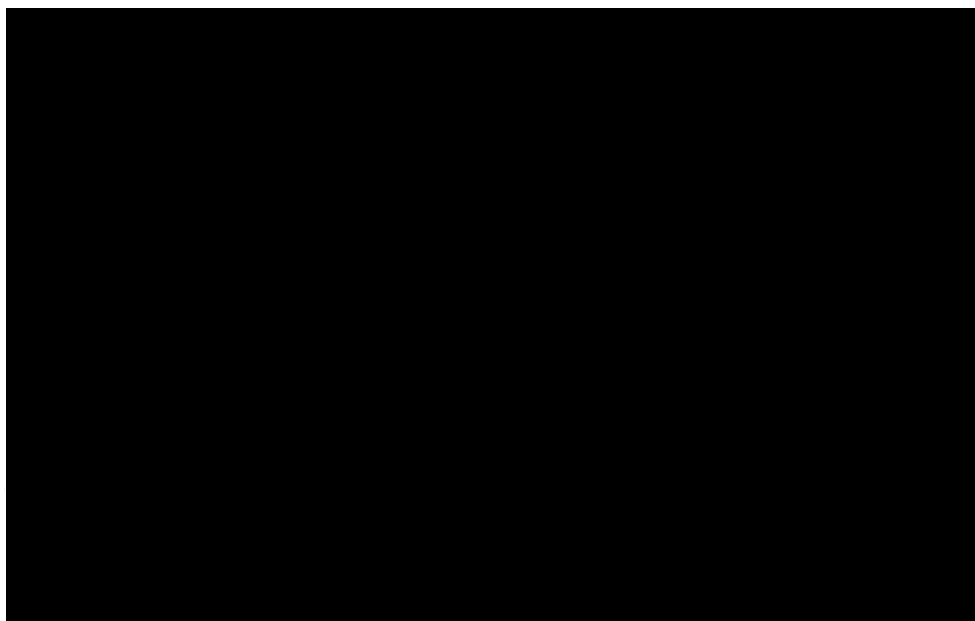
FLOAREA SOARELUI SA

From: [REDACTED]
Sent: Monday, April 18, 2022 7:41 PM
To: [REDACTED]
Cc: [REDACTED]

Subject: Re: [REDACTED] MODIFICARE PREȚ

Stimați Parteneri,

Necătând la condițiile contractuale, p.7.3., Va informam și Va rugam sa acceptati prețuri noi la ulei de floarea soarelui, incepand cu data de 03.05.2021, astfel ele constituie:



Așteptam formularul [REDACTED] pentru semnare.

O seara buna.

Cu stimă,

[REDACTED]
FLOAREA SOARELUI SA

- (240) Analizând notificările prezentate, cronologia evenimentelor relevă un aspect destul de important ce vine să confirme necesitatea și scopul informației recepționate de către „Floarea Soarelui” SA de la „Lux Proba Grup” SRL cu privire la prețurile stabilite pentru proprii clienți ai acesteia.
- (241) Din capturile de ecran înserate mai sus se poate observa faptul că „Floarea Soarelui” SA a remis notificările către ceilalți parteneri abia la data de 18.04.2022 (la trei zile distanță față de data notificării remise către „Lux Proba Grup” SRL) și doar după ce a recepționat informația cu prețurile de revânzare de la „Lux Proba Grup” SRL.

- (242) După cum s-a menționat la pct. 236, „Lux Proba Grup” SRL a transmis către producător informația cu propriile prețuri de revânzare la data de 18.04.2022, ora 11:54, însă „Floarea Soarelui” SA a notificat partenerii după cel puțin șase ore de la recepționarea mesajului de la distribuitor, întreprinderea [REDACTED] fiind notificată la ora 20:23, întreprinderea [REDACTED] SRL, la ora 19:16, [REDACTED] SRL - ora 19:48 și [REDACTED] SRL - ora 19:41.
- (243) În ipoteza în care „Floarea Soarelui” SA nu ar fi urmărit scopul ajustării prețurilor pentru proprii clienți în dependență de nivelul prețurilor de revânzare stabilite de distribuitor, în mod normal, notificarea partenerilor ar fi trebuit să aibă loc în aceeași zi în care a fost notificată și „Lux Proba Grup” SRL sau cu admiterea notificării în zilele ulterioare notificării „Lux Proba Grup” SRL, dar până la obținerea informației de la aceasta, însă nicidecum după recepționarea informațiilor strategice de la distribuitor, or, în acest caz, acțiunile producătorului întotdeauna vor trezi îngrijorări de natură concurențială.

Observația „Floarea Soarelui” SA referitor la implementarea acordului / practicii concertate în anul 2022

- (244) „Floarea Soarelui” SA susține că, în privința modificării prețurilor din luna mai 2022, în cazul [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL, prețul informativ oferit de „Lux Proba Grup” SRL nu coincide cu cel stabilit de „Floarea Soarelui” SA pentru [REDACTED] SRL.
- (245) De asemenea, „Floarea Soarelui” SA nu este de acord cu constatarea Consiliului Concurenței precum că notificarea privind noile prețuri aplicate a fost transmisă de către „Floarea Soarelui” SA în adresa [REDACTED] abia pe 18.04.2022, adică 3 zile după ce la 15.04.2022 ora 19:28 „Floarea Soarelui” SA a notificat noile prețuri către distribuitorul „Lux Proba Grup” SRL. Perioada de 3 zile calendaristice, nu echivalează cu 3 zile lucrătoare, ori zilele de 16.04.2022 și 17.04.2022 au fost zile nelucrătoare de sâmbătă și duminică, aceasta explicând discrepanța în timp.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (246) Se reiterează faptul că nu reprezintă o condiție obligatorie ca în urma schimbului de informație prețurile să fie stabilite exact la același nivel.

- (247) În privința modificării prețurilor din aprilie-mai 2022, într-adevăr, Consiliul Concurenței face mențiunea că „Floarea Soarelui” SA a remis notificările către ceilalți parteneri *„la trei zile distanță față de data notificării remise către „Lux Proba Grup” SRL”*, fapt ce nu poate fi considerat ca o „neconcordanță”, având în vedere diferența de 3 zile de la data de 15.04.2022 - când a fost notificată „Lux Proba Grup” SRL despre modificarea prețului și data de 18.04.2022 - când au fost notificați ceilalți parteneri. De asemenea, Consiliul Concurenței nici nu a indicat că acestea ar fi *„3 zile lucrătoare”* așa cum susține „Floarea Soarelui” SA. Totuși, acest fapt nu anulează constatarea că „Floarea Soarelui” SA și-a notificat partenerii doar după ce a obținut informația cu privire la prețurile „Lux Proba Grup” SRL către proprii clienți.

5.1.5 Implementarea acordului / practicii concertate în anul 2022, după intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022

- (248) Urmare a nemulțumirilor reflectate de societatea civilă ca rezultat al creșterii semnificative a prețurilor la raft la ulei de floarea-soarelui la începutul lunii mai, 2022, Comisia pentru Situații Excepționale în Dispoziția nr. 21 din 18.05.2022, a prevăzut inclusiv la pct. 9 includerea uleiului dezodorizat (rafinat) în Lista produselor social importante, Anexă la Regulamentul de formarea prețurilor de comercializarea produselor social importante aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 774/2016 cu privire la prețurile de comercializare a produselor social importante.
- (249) Conform pct. 4 lit. a) din Regulamentul de formarea prețurilor de comercializarea produselor social importante, *„produsele social importante se comercializează la prețuri de achiziție/prețuri de livrare cu aplicarea adaosului comercial ce nu depășește 20%”*.
- (250) Astfel, începând cu data de 18.05.2022, prețul de comercializare a uleiului dezodorizat, indiferent de forma în care este livrat (vrac/îmbuteliat), se formează de la valoarea prețului de achiziție de la producător + valoarea adaosului comercial de maxim 20% pe întregul lanț de distribuție până la consumatorul final.
- (251) În acest context, pentru ca nici o întreprindere implicată în lanțul de distribuție al uleiului rafinat, în cazul de față fiind vorba de distribuitor și unitățile comerciale, să nu încalce pct. 9 din Dispoziția Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21/2022, valoarea adaosului comercial aplicat de către distribuitor la prețul de achiziție din fabrică urma a fi adus la cunoștința

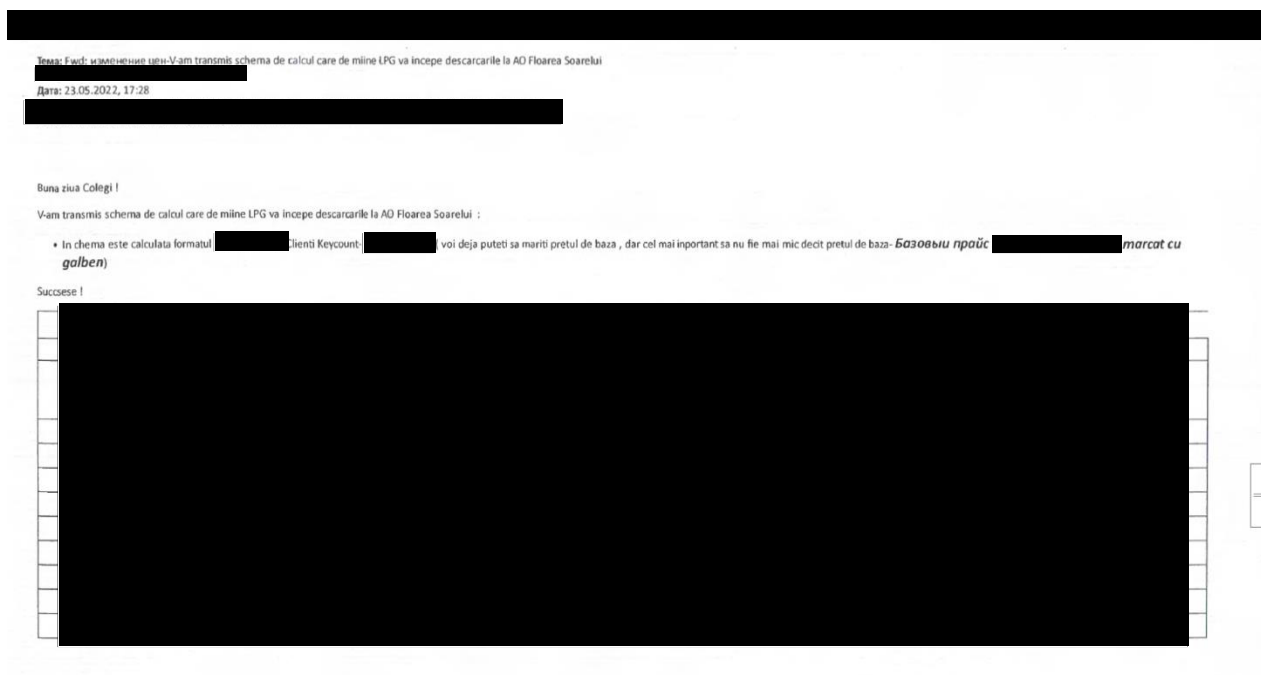
unităților comerciale, în vederea determinării cu exactitate a limitei maxime admise de 20% a adaosului comercial.

- (252) Într-un mesaj de tip email ridicat în cadrul inspecției din 10.06.2022 de pe adresa electronică [REDACTED] al „Lux Proba Grup” SRL, notifica o parte din partenerii comerciali, precum și agenții de vânzări ai întreprinderii despre necesitatea stopării livrărilor de ulei pe perioada 19.05.2022-24.05.2022, în vederea evitării unor sancțiuni din partea producătorului sau cumpărătorilor, pe motiv că Dispoziția Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21/2022 nu aducea destule clarificări cu privire la aplicarea noii prevederi.



- (253) Ulterior, la data de 23.05.2022, ora 17:28, [REDACTED] remite un mesaj de tip email către [REDACTED] „Floarea Soarelui” SA și [REDACTED] Floarea Soarelui” SA (în Cc fiind plasat [REDACTED] „Lux

Proba Grup” SRL) cu subiectul „Fwd: изменение цен–V-am transmis schema de calcul care de mâine LPG va începe descărcările la AO Floarea Soarelui”.



- (254) În acest mesaj, reprezentantul „Lux Proba Grup” SRL notifică „Floarea Soarelui” SA despre remiterea „schemei de calcul” a prețului la uleiul ce urma a fi preluat „mâine” – data de 24.05.2022 de la producător. Totodată, corespondența conține și următorul text: „În schemă este calculat formatul [redacted] % LPG \ [redacted] % Clienti Keycount-[redacted] (voi deja puteți să măriți prețul de bază, dar cel mai important să nu fie mai mic decât prețul de bază – Базовый прайс KA+[redacted]+[redacted] marcat galben)”.
- (255) De fapt, „Lux Proba Grup” SRL a coordonat cu producătorul mărimea adaosului comercial care urma să fie aplicat la prețul de fabrică, iar în tabelul atașat mesajului a prezentat varianta finală a prețurilor de revânzare către clienții săi din categoria Key Account, numind sugestiv coloana cu prețurile respective „Базовый прайс KA+[redacted]+[redacted]”. Termenul de „Базовый прайс KA” corespunde prețurilor de bază pentru canalul Key Account (rețelele de unități comerciale), iar cuvintele [redacted] și [redacted] din denumirea coloanei cu prețuri fiind de fapt incluse cu titlu de sugestie, așa cum se poate înțelege însăși din mesajul textului dintre paranteze de la pct. 253.
- (256) Din înțelesul mesajului în paranteze „voi deja puteți să măriți prețul de bază, dar cel mai important să nu fie mai mic decât prețul de bază – Базовый прайс KA+[redacted]+[redacted] marcat galben” se determină fără echivoc modalitatea de coordonare a prețurilor dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA. „Lux Proba Grup” SRL de fapt informa „Floarea Soarelui” SA că din

moment ce i s-a adus la cunoștință mărimea adaosului comercial aplicat de „Lux Proba Grup” SRL, aceasta urmează să aplice pentru clienții [REDACTED] și [REDACTED] un nivel de preț acceptabil, inclusiv pentru „Lux Proba Grup” SRL, care *„cel mai important, să nu fie mai mic decât prețul de bază”* al acesteia.

- (257) Cum s-a menționat pe parcursul deciziei, scopul acestor coordonări de preț reprezintă stabilirea unui preț de vânzare către clienții „Floarea Soarelui” SA la un nivel acceptabil pentru „Lux Proba Grup” SRL, astfel încât să nu fie create presiuni concurențiale din partea producătorului pe piața aprovizionării.
- (258) Conform Procesului-verbal de efectuare a inspecției din data de 10.06.2022, la sediul întreprinderii „Floarea Soarelui” SA, de pe adresa electronică de serviciu a [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] întreprinderii [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] s-a ridicat următoarea corespondență internă cu reprezentanții întreprinderii.

НОВЫЕ ЦЕНЫ НА ВНУТРЕННИЙ РЫНОК

Писем: 3

24 мая 2022 г., 15:36

Уважаемые Коллеги,

В связи с последними законодательными изменениями, нам необходимо адаптировать цены на масло для внутреннего рынка.

В процессе проведенных консультаций, мы пришли к следующим ценам:

1. LUX PROBA

[REDACTED]

[REDACTED]

2.

[REDACTED]

3.

[REDACTED]

4.

[REDACTED]

Я очень прошу внимательно и коллегиально проанализировать данные цены, так как их нужно дальше отправить контрагентам.

[REDACTED]

[REDACTED]

(259) Prin mesajul de tip email din data de 24.05.2022, ora 15:36, cu subiectul „Новые цены на внутренний рынок” [REDACTED], în contextul „ultimelor modificări legislative” (n.r. cu referire la Dispoziția Comisiei pentru Situații

Excepționale nr. 21/2022) remite către [REDACTED]
[REDACTED], către [REDACTED]
[REDACTED], către [REDACTED]
[REDACTED], inclusiv în Cc [REDACTED]
[REDACTED], *calculul prețurilor la ulei către distribuitor și către rețelele de unități comerciale* [REDACTED]

- (260) Din calculul prezentat în mesaj se determină faptul că prețul producătorului:
- către [REDACTED] și [REDACTED] se formează de la prețul oferit distribuitorului + adaosul comercial de [REDACTED]%, care corespunde exact mărimii adaosului comercial aplicat de către „Lux Proba Grup” SRL și coordonat anterior cu „Floarea Soarelui” SA (a se vedea pct. 253);
 - către [REDACTED] pentru uleiul [REDACTED] se formează de la prețul calculat pentru [REDACTED] + [REDACTED] %.
- (261) Aplicarea aceleiași valori a adaosului comercial de [REDACTED]% a asigurat de fapt respectarea creșterii similare a prețului pentru clienții „Floarea Soarelui” SA, și anume [REDACTED] și [REDACTED], pe de o parte, și pentru clienții „Lux Proba Grup” SRL, pe de altă parte. În acest caz, clienții „Lux Proba Grup” SRL, inclusiv clienții potențiali nici nu ar fi tentați să examineze oferta „Floarea Soarelui” SA și invers, acest fapt favorizând o împărțire a clienților.
- (262) De asemenea, modalitatea de stabilire a prețului către [REDACTED] și [REDACTED] care presupune aplicarea prețului calculat pentru [REDACTED] și [REDACTED] + adaos suplimentar de [REDACTED]%, determină dezavantajarea prin preț a uleiului de tip [REDACTED]. Astfel, este avantajată furnizarea producției proprii a „Floarea Soarelui” SA către [REDACTED] și [REDACTED] și implicit către clienții „Lux Proba Grup” SRL (având în vedere că distribuitorul a aplicat același adaos comercial de [REDACTED]% către clienții Key account) în detrimentul uleiului de tip [REDACTED] fapt ce indică că s-a urmărit din start restrângerea concurenței și manipularea prin preț a cererii consumatorilor.
- (263) Prin urmare, coordonarea informațiilor sensibile comercial între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA a influențat nu doar nivelul de preț aplicat pentru producția „Floarea Soarelui” SA către cele două mari rețele de unități comerciale [REDACTED] și [REDACTED], ci și prețul către alte mărci de ulei de floarea-soarelui, astfel fiind restrânsă inclusiv concurența inter-marcă.
- (264) În contextul în care urmare a Dispoziției Comisiei pentru Situații Excepționale nr. 21/2022 nivelul maxim al prețului final la raft urma a fi stabilit de la prețul producătorului cu adăugarea unui adaos comercial plafonat la 20%, modalitatea de stabilire a prețurilor de către „Floarea Soarelui” SA pentru [REDACTED] și

■■■■■, precum și pentru ■■■■■ și ■■■■■ a determinat în acest caz o bază de preț la care urma a fi aplicat adaosul comercial plafonat pentru stabilirea prețului final la raft cu ■■■% mai mare, respectiv a determinat posibilitatea aplicării unor prețuri mai mari la următorul nivel, către consumatorii finali. De exemplu, dacă în situația clienților „Lux Proba Grup” SRL prețul la raft pentru o sticlă de ulei ■■■■■ conform prevederilor legale era plafonat la ■■■ lei, atunci în cazul ■■■■■ și ■■■■■ limita maximă admisă era de ■■■ lei.

- (265) Chiar dacă în lipsa unei practici de coordonare și fixare a prețului „Floarea Soarelui” SA ar fi negociat cu clienții, precum ■■■■■ și ■■■■■ pentru producția proprie și cu ■■■■■, și ■■■■■ pentru uleiul de tip ■■■■■ prețuri mai mari decât cel oferit „Lux Proba Grup” SRL ■■■ lei pentru o sticlă ulei ■■■■■ cel puțin ar fi existat posibilitatea ca acestea să fie mai mici decât cele stabilite în cadrul coordonării. Din conținutul mesajului ■■■■■ din data de 24.05.2022 cu referire la modificarea prețului la ulei (a se vedea pct. 258), nivelul adaosului comercial de ■■■% coordonat cu „Lux Proba Grup” SRL anterior și aplicat de „Floarea Soarelui” SA nu pare să fi ridicat pentru administrația întreprinderii întrebări legate de nerentabilitate, altfel „Floarea Soarelui” SA ar fi pus în discuție un nivel mai mare al adaosului comercial decât cel coordonat cu distribuitorul. În acest caz, se poate admite că în lipsa unei coordonări de preț, „Floarea Soarelui” SA ar fi putut aplica un adaos comercial mai mic de ■■■%.
- (266) Efectul imediat și direct al unui acord / practică concertată de stabilire a prețurilor este întotdeauna creșterea prețurilor. Prețurile pieței, într-o situație de acord / practică concertată, nu se află la intersecția curbelor cererii și ofertei, așa cum e acceptabil într-o situație apropiată concurenței perfecte, ci se află la un nivel favorabil participanților pieței care manipulează principiile unei concurențe oneste. În general, în orice situații, denaturarea concurenței prin acțiuni de coordonarea și fixarea prețurilor duce la practicarea pentru consumatorii finali a unor prețuri mai mari decât cele competitive, întrucât comercianții cu amănuntul sunt împiedicați să transmită consumatorilor rezultatul eficienței lor.
- (267) La solicitarea Consiliului Concurenței de a da explicații cu privire la modalitatea de formare a prețului în contextul mesajului de la pct. 258, „Floarea Soarelui” SA a comunicat prin scrisoarea nr. 499 din 20.07.2022 că „*informația primită de la distribuitor (dat fiind faptul că este cel mai mare Distribuitor al „Floarea Soarelui” SA, cu o cotă de circa ■■■%) are un caracter consultativ pentru analizele și calculele interne*”, iar singurul principiu pentru formarea

prețurilor de vânzare la ulei pentru toți participanții de pe piața internă, precum [REDACTED] „este stabilirea unor prețuri maximal echilibrate, pentru a evita panica în rândul consumatorilor finali, precum și disponibilitatea achiziționării mărfii la prețuri accesibile indiferent de unitatea comercială”.

- (268) Prin argumentele aduse de fapt „Floarea Soarelui” SA admite coordonarea de informații strategice cu distribuitorul și, deși susține că acestea au doar un rol „consultativ”, în realitate, așa cum a fost expus la pct. 258, acestea reprezintă informații de referință la formarea prețurilor pentru acea parte a cererii neacoperită de oferta „Lux Proba Grup” SRL și reprezentată de mari retaileri ca [REDACTED] „Floarea Soarelui” SA nu a prezentat probe care ar demonstra contrariul acțiunilor comportamentului coordonat demonstrate prin intermediul corespondenței purtate cel puțin pe parcursul perioadei 2019-2022 cu „Lux Proba Grup” SRL.
- (269) Prin mesajul de tip email din data de 25.05.2022, ora 17:03, cu subiectul „[REDACTED] новые цены с 26.05.2022”, ridicat în cadrul inspecției efectuate la 10.06.2022 la „Floarea Soarelui” SA, reprezentantul [REDACTED] întreprinderii [REDACTED] a remis către adresele de email [REDACTED] și [REDACTED] precum și în copie către [REDACTED] formularul cu noile prețuri.

10.06.2022, 13:05

почта [REDACTED] [REDACTED] новые цены с 26.05.2022

95



[REDACTED] новые цены с 26.05.2022

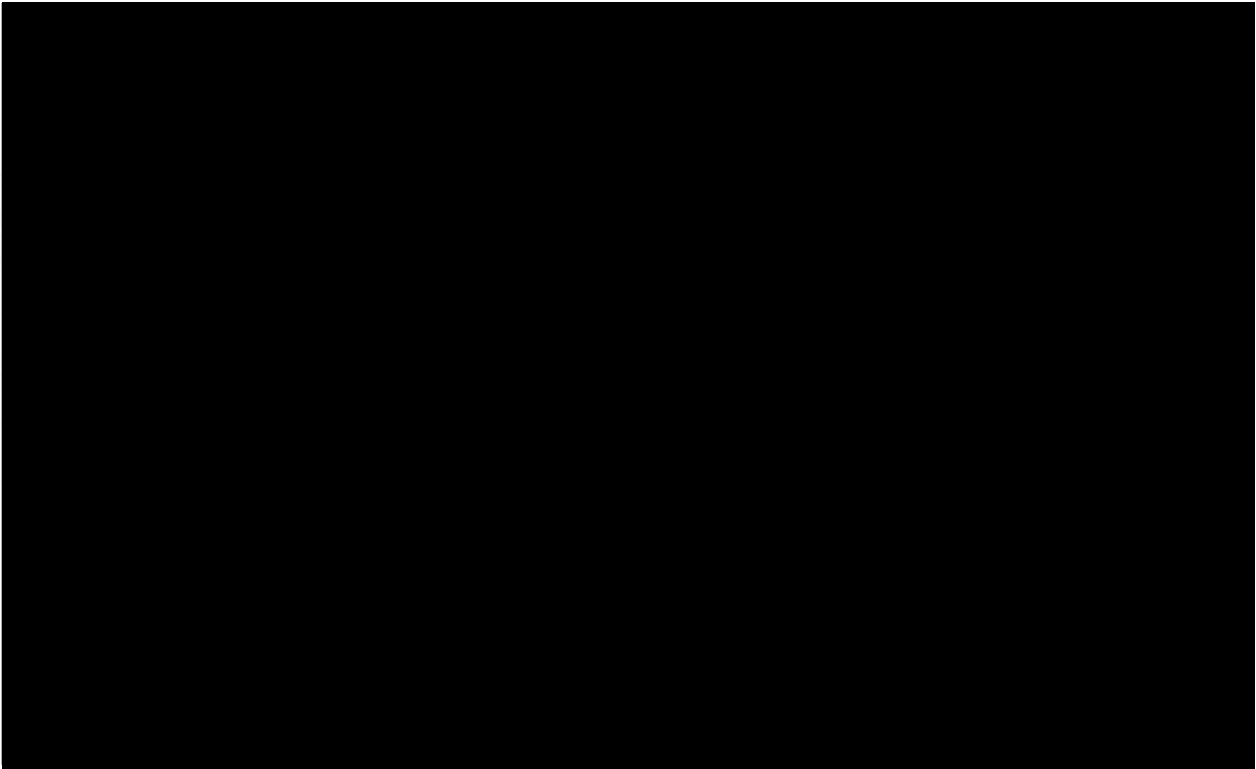
1 письмо



25 мая 2022 г., 17:03

Формуляр с новыми ценами в приложении.

Formular Modificare Pret marfuri sociale.pdf
147K

- 
- (270) Astfel, acest formular reprezintă de fapt Oferta de prețuri către „[REDACTED]” semnată de către reprezentantul „Floarea Soarelui” SA și certificată cu ștampila întreprinderii, ceea ce indică că prețurile incluse în respectiva ofertă reprezentau de fapt varianta finală a prețurilor discutate pe intern prin corespondența din 24.05.2022 (a se vedea pct. 258) și aprobată de către „Floarea Soarelui” SA spre a fi aplicată [REDACTED].
- (271) Analizând prețurile indicate în oferta către [REDACTED], se determină că acestea au fost stabilite exact în mărimea expusă conform formulei de calcul discutate la data de 24.05.2022 și care avea ca indicator de referință prețul stabilit pentru „Lux Proba Grup” SRL și adaosul comercial al acesteia pentru proprii clienți, fapt ce demonstrează că informația privind adaosul comercial recepționată de la distribuitor era aplicată tacit de către „Floarea Soarelui” SA, în detrimentul justificării precum că avea doar rol de consultare.
- (272) În condiții normale de piață, aceste întreprinderi ar trebui să concureze pentru plasarea pe piață a uleiului de floarea-soarelui, în cele mai avantajoase condiții. Respectiv, producătorul ar trebui să concureze cu propriul revânzător, cât și cu alți furnizori (producție internă / import) și invers.
- (273) Examinând tipul contractelor încheiate la furnizarea uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat și în baza cărora sunt oferite prețurile ce fac obiectul prezentei investigații, s-a determinat că atât contractele încheiate de „Lux Proba Grup” SRL cu clienții săi de tip Key Account, cât și contractele încheiate de „Floarea Soarelui” SA cu [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL sunt

contracte caracteristice contractelor de vânzare-cumpărare, având ca obiect principal vânzarea și furnizarea produsului contractat.

- (274) Acest fapt denotă că acțiunile de coordonare și fixare a prețurilor dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA s-au manifestat pe același nivel al pieței din avalul pieței producerii – aprovizionarea cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, nivel pe care concurența între aceste două întreprinderi urma să se manifeste exclusiv prin parametrul de piață – preț.
- (275) Inclusiv din corespondența dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA, se deduce că acțiunile de coordonare și fixare a prețurilor vizau același nivel al pieței. Așa cum a fost expus la pct. 253-254, „Lux Proba Grup” SRL solicita „Floarea Soarelui” SA să aplice către [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL un preț nu mai mic decât ar aplica „Lux Proba Grup” SRL propriilor clienți – [REDACTED] lei (prețul producătorului către „Lux Proba Grup” SRL) + [REDACTED]% (marja comercială aplicată de distribuitor clienților Key account). În ipoteza în care „Lux Proba Grup” SRL ar fi considerat că se află în concurență cu [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL la furnizarea uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, „Lux Proba Grup” SRL urma să se asigure că aceste două întreprinderi nu vor obține un preț mai mic decât cel pe care l-a obținut ea însăși de la „Floarea Soarelui” SA, adică nu mai mic de [REDACTED] lei.
- (276) Mai mult de atât, [REDACTED] SRL și [REDACTED] SRL au comunicat prin scrisorile nr. 93 din 20.07.2022, respectiv nr. 1577 din 20.07.2022 că sunt gata să examineze, inclusiv oferta „Lux Proba Grup” SRL, în calitate de potențial furnizor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, ceea ce denotă că ofertele celor două întreprinderi pot fi considerate ca potențial concurente.
- (277) Comportamentul anticoncurențial descris mai sus s-a manifestat pe același nivel al pieței și include de fapt comunicările ilicite între doi concurenți în vederea alinierii politicii de preț pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, în sensul menținerii unui anumit nivel de preț pentru asigurarea unui nivel mai mare de profit cu eforturi minime. Întreprinderile implicate nu s-au comportat, în cazul de față, independent, similar unor concurenți onești, care își asumă riscurile incertitudinii pe care o generează concurența, în special prin preț, ci au ales să substituie concurența cu cooperarea pe piață.
- (278) În concluzie, pe baza considerentelor de mai sus și a dovezilor existente la dosarul investigației, comportamentul coordonat implementat de ambele

întreprinderi prezintă caracteristicile unui acord / practici concertate unice și continue, care s-a derulat în cel puțin în perioada octombrie 2019 – iunie 2022, în sensul art. 5 alin. (1) din Legea concurenței.

5.2 Analiza acțiunilor „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL prin prisma art. 11 din Legea concurenței cu referire la majorarea prețurilor din luna mai 2022

- (279) Consiliul Concurenței are rolul de a asigura un mediu concurențial sănătos și de a preveni practicile care ar putea distorsiona sau restrânge concurența.
- (280) În sensul prevederilor art. 11 din Legea concurenței prețurile inechitabile de vânzare sau cumpărare, precum și prețurile excesive sunt interzise, în măsura în care aceste practici pot crea un mediu anticoncurențial, afectând negativ atât alte întreprinderi pe piață care pot fi lipsite de avantajul economic de a utiliza în mod eficient resursele, precum și consumatorii, în situația în care aceștia pot fi supuși prețurilor sau serviciilor necorespunzătoare.
- (281) Întreprinderile care dețin o poziție dominantă pe piață pot fi tentate să abuzeze de această poziție pentru a controla prețurile, implicit pentru a impune prețuri bazate pe costuri de achiziție/producție nejustificate economic. Consiliul Concurenței monitorizează astfel de comportamente pentru a preveni abuzurile și pentru a menține un mediu concurențial echitabil. Prin examinarea semnalelor cu privire la o posibilă aplicare a unor prețuri inechitabile sau excesive, autoritatea de concurență dorește să se asigure că concurența pe piață nu este alterată și că interesele consumatorilor și ale întregii piețe sunt protejate.

5.2.1 Analiza acțiunii „Floarea Soarelui” SA privind intenția de majorare a prețului de fabrică la ulei cu circa ■% începând cu luna mai, 2022

- (282) Situația creată în luna mai, 2022 pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat a avut punct de pornire intenția „Floarea Soarelui” SA de a-și ajusta prețul de fabrică în sensul majorării cu circa ■%, fapt despre care întreprinderea și-a notificat partenerii comerciali.
- (283) Conform celor relatate de „Lux Proba Grup” SRL, decizia de majorare a prețului către proprii clienți a avut la bază anume intenția de majorare a prețului anunțată de „Floarea Soarelui” SA în luna aprilie, 2022, intenție pe care distribuitorul a considerat-o validă și aplicabilă, inclusiv fără a fi semnat un

acord adițional în acest sens la contractul [REDACTED], așa cum prevede însăși contractul.

- (284) Pentru a determina dacă intenția „Floarea Soarelui” SA de majorare a prețului a fost una argumentată, Consiliul Concurenței a analizat modalitatea de formare a prețului de fabrică la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.

5.2.1.1. Formarea prețului de fabrică la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat

- (285) Astfel, în cazul producerii, în structura prețului de fabrică al uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat cea mai importantă componentă de cost este reprezentată de prețul de achiziție al semințelor floarea-soarelui ca materie primă de bază, care reprezintă între [REDACTED]% din preț. Următoarele componente de cost sunt costurile de prelucrare, rafinare/dezodorizare și costurile aferente procesului de ambalare, care constituie circa [REDACTED]% din preț, urmate de costurile administrative și marja de profit.
- (286) În susținerea celor precizate, pe exemplul „Floarea Soarelui” SA și a tehnologiei de producere a uleiului aplicată de aceasta, s-a determinat că pentru obținerea unui litru de ulei brut este necesar cel puțin [REDACTED] kg de semințe de floarea-soarelui. Tot la acest subiect, întreprinderea [REDACTED] SRL a comunicat că pentru producerea unui kilogram de ulei brut este necesar circa [REDACTED] kg de semințe de floarea-soarelui, producătorul [REDACTED] SRL a indicat circa [REDACTED] kg de semințe de floarea-soarelui, iar [REDACTED] SRL - circa [REDACTED] kg.
- (287) Consiliul Concurenței a sistematizat în tabelul de mai jos prețurile medii lunare de achiziție a semințelor de floarea-soarelui efectuate de „Floarea Soarelui” SA și modificările prețului de fabrică pentru o sticlă de ulei marcă [REDACTED] în perioada septembrie 2021 – mai 2022.

**Evoluția prețului de achiziție a semințelor de floarea-soarelui
și a costurilor de producere a uleiului, coroborat cu prețul de fabrică stabilit
de „Floarea Soarelui” SA, în perioada septembrie 2021 – mai 2022**

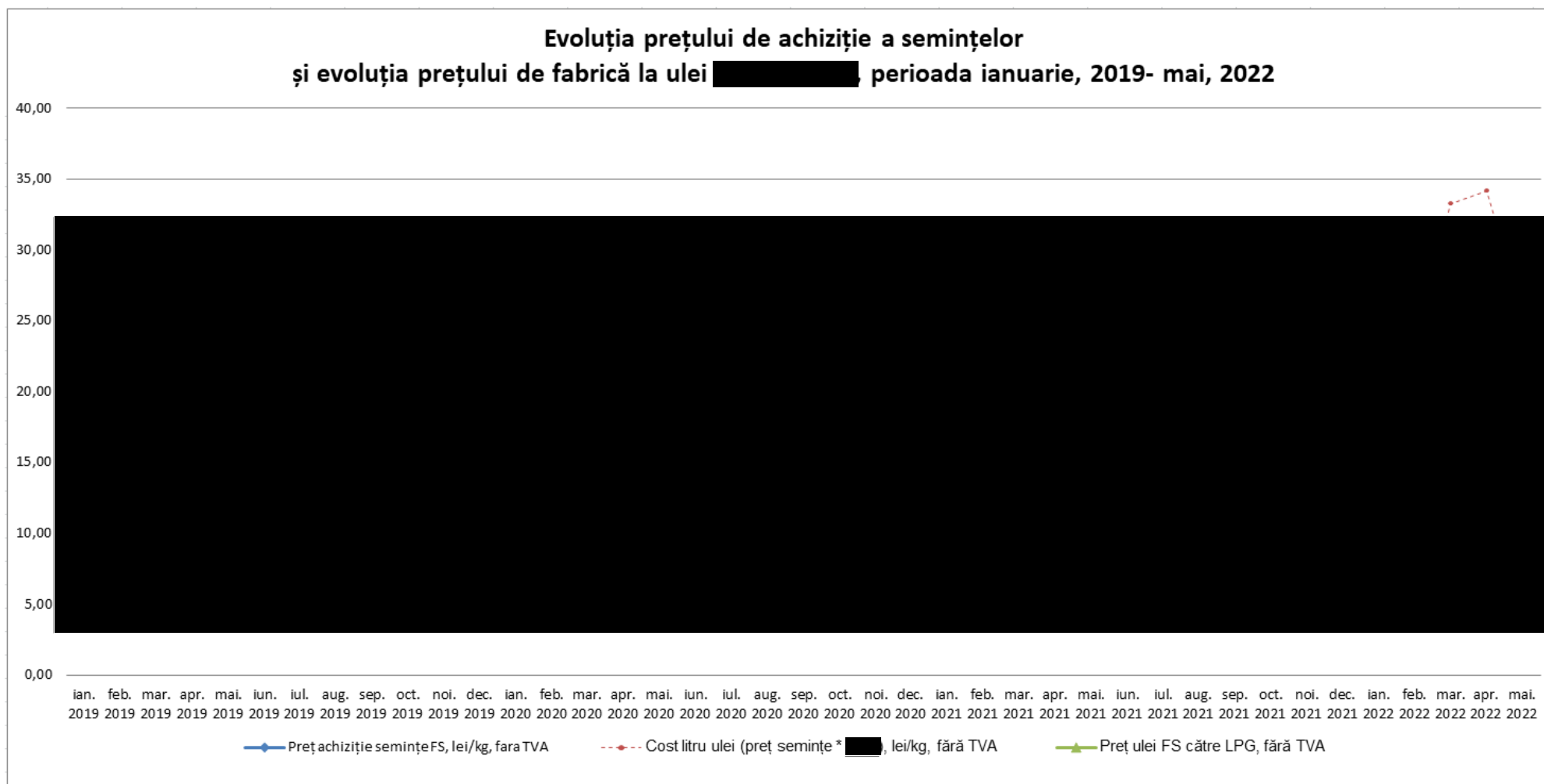
luna	Preț achiziție semințe, lei/kg, fara TVA	Costul unui litru de ulei brut, fără TVA (preț achiziție semințe * coeficient [redacted]), lei/kg, fără TVA	Pondere costului în prețul de fabrică [redacted], %	Preț de fabrică ulei [redacted] [redacted], lei, fără TVA
sep. 2021	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
oct. 2021	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
noi. 2021	[redacted]	[redacted]	[redacted]	
dec. 2021	[redacted]	[redacted]	[redacted]	
ian. 2022	[redacted]	[redacted]	[redacted]	
feb. 2022	[redacted]	[redacted]	[redacted]	
mar. 2022	[redacted]	[redacted]	[redacted]	
apr. 2022	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
mai. 2022	[redacted]	[redacted]	[redacted]	

Sursă: Calcul efectuat de Consiliul Concurenței în baza scrisorii „Floarea Soarelui” SA nr. 404 din 20.06.2022

- (288) Analizând datele din tabel, se observă că începând cu luna noiembrie 2021 doar costul cu materia primă a reprezentat peste [redacted]% din prețul de fabrică stabilit pentru o sticlă de ulei [redacted] această pondere crescând în continuu în următoarele 6 luni până la nivelul [redacted]% în luna aprilie 2022. Chiar dacă „Floarea Soarelui” SA ar fi modificat prețul de fabrică cu circa [redacted]% începând cu luna mai, 2022, de la [redacted] lei la [redacted] lei fără TVA, această majorare ar fi permis doar menținerea unei marje de profit minime, însă fără posibilitatea recuperării pierderilor deja suportate la producerea uleiului în perioada precedentă.
- (289) În continuare, Consiliul Concurenței a proiectat într-o diagramă evoluția prețului mediu lunar de achiziție a semințelor de floarea-soarelui și evoluția modificărilor prețului de fabrică pentru o sticlă de ulei de floarea-soarelui [redacted] în perioada 2019-2022 (luna mai).

¹⁹ Prețul de fabrică pe care „Floarea Soarelui” SA a intenționat să-l aplice față „Lux Proba Grup” SRL începând cu data de 03.05.2022

Diagramă 1



 în celulele hașurate sunt indicate modificările de bază a prețului la ulei de
 în celulele nehașurate sunt indicate prețurile cu reduceri de scurtă durată sau prețuri cu reducere pentru o cantitate limitată
 cantitatea de semințe necesară pentru obținerea unui litru de ulei brut

- (290) Evoluțiile elementelor proiectate în diagrama de mai sus, în perioada ianuarie 2019 – mai 2022, relevă faptul că la stabilirea prețului de fabrică „Floarea Soarelui” SA a urmărit îndeaproape evoluția prețurilor la achiziția semințelor de floarea-soarelui, și nu doar în sensul creșterii. De exemplu, în perioada mai 2021- septembrie 2021 când prețul de achiziție a semințelor a scăzut de la ■- ■ lei/kg la circa ■ lei/kg, „Floarea Soarelui” SA, de asemenea, a operat o reducere de preț cu circa ■%, de la ■ lei (fără TVA) la ■ lei (fără TVA).
- (291) Considerăm necesar de precizat că urmare a prelungirii stării de urgență în Republica Moldova pentru perioada martie-aprilie 2022 „Floarea Soarelui” SA și-a luat angajamentul de a nu majora prețul la ulei, fiind menținut același preț stabilit încă în luna octombrie 2021.
- (292) În mod normal, prețul uleiului este influențat de o serie de factori economici, printre care oferta de materie primă și evoluția prețului la aceasta, evoluția prețurilor la produsele petroliere / combustibili, precum și presiunile inflaționiste create de creșterea agregată a cererii la nivel regional/global.
- (293) Mai jos, prezentăm evoluția principalilor indicatori în perioada ianuarie-aprilie 2022, care a condiționat nivelul prețului la ulei de floarea-soarelui pe piața internă.

Tabelul 7

Evoluția principalilor factori economici care a determinat prețul la ulei de floarea-soarelui, perioada ianuarie-aprilie 2022

2022, luna	În % față de luna ianuarie, 2022						Rata anuală a inflației
	FAO Vegetable Oil Price Index	FAO Oilseeds Price Index	IPC Combustibil (conform BNS)	IPC Energie electrica (conform BNS)	Indice evoluție preț ulei rafinat de fs la import	Indice evoluție preț semințe fs la import	
Ian.	■	■	■	■	■	■	■
Feb.	■	■	■	■	■	■	■
Mar.	■	■	■	■	■	■	■
Apr.	■	■	■	■	■	■	■

*IPC – indicele prețului de consum

*FAO – Food and Agriculture Organization of United Nations

Sursă: Calcul realizat de Consiliul Concurenței

- (294) Uleiul de floarea-soarelui este un produs cotate la bursă, din care motiv tendința prețurilor pe piața internațională a uleiului vegetal și a materiei prime influențează și prețurile stabilite pe plan local. Factorul-cheie îl reprezintă dinamica prețurilor la produsele petroliere.

- (295) Conform Organizației Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură Indicele prețului uleiului vegetal (FAO Vegetable Oil Price Index) a cunoscut creșteri semnificative în luna martie și luna aprilie, 2022, de circa ■%, respectiv ■% față de luna ianuarie, 2022. Indicele de creștere a prețului semințelor oleaginoase (FAO Oilseeds Price Index) a înregistrat în martie 2022 o majorare cu circa ■% față de luna ianuarie a aceluiași an.
- (296) Urmărind dinamica prețurilor la produsele petroliere, indicii prețului de consum a combustibililor și carburanților dat de BNS în perioada ianuarie-aprilie 2022 relevă o creștere constantă a acestui indicator pe toată perioada, în aprilie, 2022 înregistrând o creștere de circa ■% față de luna ianuarie, 2022.
- (297) Un alt factor și componentă importantă de cost în producția uleiului de floarea-soarelui este reprezentată de prețul la energia electrică, evoluția căruia în luna aprilie a înregistrat o creștere de preț de circa ■% față de luna ianuarie, 2022.
- (298) Evoluția prețurilor de import a uleiului de floarea-soarelui destinat consumului final (rafinat) și a semințelor de floarea-soarelui (altele decât pentru însămânțare) relevă aceeași tendință de creștere semnificativă. Astfel, în luna aprilie, 2022 uleiurile rafinate de floarea-soarelui au fost importate la prețuri cu peste ■% mai mari decât în luna ianuarie, 2022. Materia primă – semințele de floarea soarelui, a fost importată în luna martie și luna aprilie, 2022 la prețuri cu peste ■% mai mari față de luna ianuarie, 2022.
- (299) Totodată, evoluția ratei anuale a inflației care a înregistrat o creștere constantă, de la 16% în luna ianuarie, 2022 la peste 27% în luna aprilie, 2022 relevă existența presiunilor inflaționiste asupra prețurilor la produsele alimentare pe piața locală, inclusiv asupra prețurilor la ulei de floarea-soarelui.
- (300) Cu referire la evoluția componentelor de cost, „Floarea Soarelui” SA a comunicat că în perioada septembrie 2021 - aprilie 2022, de la ultima modificare de preț, pe lângă creșterea semnificativă a prețului la materia primă s-a majorat atât costul materialelor utilizate în procesul de dezodorizare, cu circa ■%, cât și costul cu ambalarea, cu circa ■%. De exemplu, prețul la acidul citric a crescut cu ■% față de luna septembrie, 2021, soda caustică – cu circa ■%, cutiile de îmbuteliere cu circa ■%.
- (301) La solicitarea Consiliului Concurenței cu privire la costul suportat la producerea unei sticle de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de circa 950ml-1000ml în anul 2022 s-au expus și întreprinderile ■
■ prin scrisorile din 17.11.2022,

18.11.2022 și 23.11.2022. Informațiile obținute au fost sistematizate și incluse în tabelul de mai jos.

Tabelul 8

Informații privind costurile suportate la producerea uleiului brut și îmbuteliat de către producătorii de ulei din Republica Moldova, în anul 2022

	Cost ulei brut/nerafinat, lei/kg, fără TVA	Cost ulei îmbuteliat, lei/950-1000ml, fără TVA	Preț estimat a asigura o marjă rezonabilă de profit, incl. TVA
████████████████████	████	████	█
████████████████	████	████	████
██████████████	████	████	████
██████████████	████	████	████

Sursă: Scrisorile de la producători din 17.11.2022, 18.11.2022 și 23.11.2022

- (302) Astfel, la producerea unei sticle de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de circa 955 ml – 1000 ml, producătorii de ulei, alții decât „Floarea Soarelui” SA, au suportat în anul 2022 costuri de producere de circa █████ lei²⁰. Menționăm că această valoare poate crește în dependență de valoarea prețului de achiziție a semințelor de floarea-soarelui.
- (303) Totodată, producătorii de ulei au comunicat că valoarea adaosului comercial aplicat la costul de producere al unui litru de ulei ce ar asigura o marjă rezonabilă de profit ar constitui circa █████%, estimând un preț de fabrică la situația trimestrului III, 2022, de circa █████ lei.
- (304) Reiterăm faptul că prețul de fabrică al „Floarea Soarelui” SA începând cu luna octombrie 2021 este de █████ lei per sticlă de ulei █████ la producerea căreia întreprinderea a suportat în perioada ianuarie – mai 2022 costuri cu achiziția materiei prime între █████ lei.
- (305) În concluzie, toate cele precizate indică asupra lipsei unor semne de aplicare a unui preț excesiv din partea „Floarea Soarelui” SA la uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat, chiar și în cazul în care prețul ar fi fost majorat începând cu luna mai, 2022. Totuși, în contextul în care producătorul nu a majorat prețul la ulei în luna mai, 2022, iar această majorare a fost aplicată de către distribuitor, urmează a fi examinate acțiunile „Lux Proba Grup” SRL prin prisma prevederilor art. 11 din Legea concurenței.

²⁰ Valorile respective au fost prezentate de producători cu raportare la un preț de achiziție al semințelor de floarea-soarelui de circa █████ i/kg, conform situației pe piața în trimestrul III, 2022, când s-a înregistrat o scădere a prețurilor la materia primă

5.2.2 Analiza acțiunilor „Lux Proba Grup” SRL prin prisma art. 11 din Legea concurenței cu referire la majorarea prețurilor din luna mai, 2022

- (306) Potrivit dispozițiilor art. 11 alin. (1) din Legea concurenței este interzisă folosirea unei poziții dominante pe piața relevantă în măsura în care aceasta poate afecta concurența sau leza interesele colective ale consumatorilor finali.
- (307) În speță, pentru a intra sub incidența art. 11 alin. (1) din Legea concurenței este necesară îndeplinirea cumulativă a următoarelor condiții: (a) întreprinderea să dețină o poziție dominantă pe o anumită piață relevantă; (b) întreprinderea să abuzeze de poziția sa dominantă; (c) prin acest abuz să fi fost sau să poată fi afectată concurența sau interesele colective ale consumatorilor finali. Art. 11 lit. a) din lege interzice folosirea în mod abuziv a unei poziții dominante deținute de către o întreprindere pe piața relevantă prin săvârșirea de fapte anticoncurențiale constând în *„impunerea, în mod direct sau indirect, a unor prețuri inechitabile de vânzare ori de cumpărare sau a altor condiții inechitabile de tranzacționare”*.
- (308) Pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL a deținut în perioada **în anul 2022 (tr. II) o poziție dominantă, având o cotă de piață, în dependență de volumul de ulei furnizat, de circa ■■%**.
- (309) Presupusa acțiunea de abuz de poziție dominantă investigată se referă la modalitatea de aplicare de către Lux Proba Grup” SRL a prețului la uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat furnizat pe teritoriul Republicii Moldova în luna mai 2022, până la intrarea în vigoare a Dispoziției Comisiei Naționale pentru Situații Excepționale nr. 21 din 18.05.2022.
- (310) Raportat la cazul de față, pentru a avea ca obiect sau a putea avea ca efect afectarea concurenței sau interesele colective ale consumatorilor finali, comportamentul anticoncurențial ar trebui să vizeze impunerea prețurilor sau a altor clauze contractuale inechitabile.
- (311) Din analiza informațiilor acumulate la dosar, a explicațiilor prezentate de fiecare întreprindere cu privire la modalitatea de modificare a prețurilor, precum și a evenimentelor care au avut loc de fapt în aprilie-mai 2022, au rezultat aspectele prezentate în continuare.
- (312) La începutului lunii mai, 2022 în cadrul rețelelor de unități comerciale din Republica Moldova a fost înregistrată o majorare semnificativă a prețului la raft

al uleiului îmbuteliat de marcă „Floarea Soarelui” SA. Majorarea înregistrată a constituit circa ■% față de prețurile afișate anterior la raft.

- (313) La solicitarea Consiliului Concurenței de a comunica dacă majorarea de preț a fost inițiată de producător, prin scrisoarea nr. 326 din 17.05.2022, întreprinderea „Floarea Soarelui” SA a menționat că *„în perioada 15 – 18 aprilie 2022, a informat partenerii de pe piața internă, cu privire la viitoarea creștere de preț la uleiul de floarea-soarelui, nelivrând până la data de 17.05.2022 ulei de floarea-soarelui la preț majorat, pe piața internă.”*
- (314) Ulterior, prin scrisoarea nr. 338 din 20.05.2022 „Floarea Soarelui” SA a prezentat copii de pe notificările remise partenerilor comerciali privind majorarea prețurilor pentru tot asortimentul de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat începând cu data de 03.05.2022. Notificările au fost remise către distribuitor - întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL (la data de 15.04.2022), către ■ (la data de 18.04.2022), pentru producția ■ către ■ (la data de 18.04.2022) pentru producția ■ și către ■ (la data de 18.04.2022) și ■ (la data de 18.04.2022) pentru uleiul de marcă „Floarea Soarelui” SA și livrat direct de către aceasta.
- (315) Registrul facturilor fiscale emise de producător la furnizarea uleiului îmbuteliat în luna mai, 2022, inclusiv facturile fiscale ridicate în cadrul inspecției din data de 10.06.2022 de la „Floarea Soarelui” SA, atestă că majorarea de preț notificată nu a fost pusă în aplicare de către producător.
- (316) În fapt, urmare a notificării recepționate de la „Floarea Soarelui” SA la data de 15.04.2022, la rândul ei, „Lux Proba Grup” SRL a notificat partenerii comerciali despre majorarea prețurilor începând cu data de 01.05.2022 - 02.05.2022. Dovadă a faptului reprezintă notificările „Lux Proba Grup” SRL, specificațiile de preț și facturile fiscale prezentate Consiliului Concurenței de către rețelele de unități comerciale.
- (317) Prin scrisoarea de la ■ SRL înregistrată cu număr de intrare 1807 din 19.05.2022, prin scrisoarea de la ■ nr. 388 din 19.05.2022, prin scrisorile de la ■ SRL înregistrate cu număr de intrare 1811 și 1812 din 19.05.2022, precum și prin scrisorile de la ■ SRL nr. 166 din 20.05.2022 și număr de intrare 1896 din 25.05.2022 au fost prezentate notificările de la „Lux Proba Grup” SRL remise în adresa întreprinderilor în perioada 19.04.2022-20.04.2022, specificațiile de preț înaintate întreprinderilor unde sunt indicate noile prețuri și data intrării în

vigoare a acestora, precum și facturile fiscale emise în perioada 03.05.2022-18.05.2022 de către „Lux Proba Grup” SRL, prin care de altfel se demonstrează că uleiul a fost livrat la preț majorat către rețelele de unități comerciale.

- (318) Astfel, deși „Floarea Soarelui” SA nu a livrat ulei de floarea-soarelui îmbuteliat la preț majorat nici către „Lux Proba Grup” SRL și nici către rețelele de unități comerciale, acest fapt totuși a fost realizat de întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL, care a furnizat rețelilor de unități comerciale uleiul de producție „Floarea Soarelui” SA la prețuri majorate cu circa [REDACTED] %.
- (319) Conform [REDACTED] din Contractul [REDACTED], „Lux Proba Grup” SRL este în drept [REDACTED]. Conform [REDACTED] din contract, întregul asortiment de ulei de floarea-soarelui achiziționat în baza contractului [REDACTED] astfel „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED]. Contractul nu conține [REDACTED]. [REDACTED] prin urmare aceasta este în drept să vândă întreg asortimentul de ulei de floarea-soarelui și să-și stabilească prețurile conform propriei politici comerciale.
- (320) De altfel, în notificările remise clienților în perioada 19.04.2022-20.04.2022, „Lux Proba Grup” SRL justifica majorările de preț care urmau să intre în vigoare în perioada 01.05.2022 - 02.05.2022, doar prin faptul creșterii costului de producție a producătorului ca urmare a majorării prețului la materia primă utilizată în producerea uleiului îmbuteliat, nu și din cauza altor factori ce țin de activitatea „Lux Proba Grup” SRL și care ar justifica majorarea de preț din perspectiva creșterii costurilor distribuitorului.
- (321) Însăși [REDACTED] „Lux Proba Grup” SRL, în cadrul inspecției din 10.06.2022 a confirmat că producătorul nu a livrat marfa la prețuri noi în luna mai, 2022, iar majorările de preț aplicate de distribuitor față de proprii clienți s-a datorat exclusiv scrisorii primite de la producător la data de 15.04.2022, alte modificări ale costurilor (logistică, administrative etc.) nefiind înregistrate de către aceasta, precizare consemnată în Procesul-verbal de efectuare a inspecției din 10.06.2022 (pag. 6 alin. 6-7), precum și în format video pe înregistrarea realizată în cadrul inspecției: fișier video cu numele [REDACTED] în intervalul minuteror [REDACTED].
- (322) Prin urmare, conform celor expuse supra, se determină faptul că majorările de preț la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de producție „Floarea Soarelui” SA în

unele unități comerciale, s-au produs de fapt ca urmare a creșterii prețului de către „Lux Proba Grup” SRL și nu de către „Floarea Soarelui” SA.

- (323) Conform anexei la Contractul [REDACTED] încheiat între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, sunt indicate ultimele modificări de preț operate de „Floarea Soarelui” SA în relația cu distribuitorul la furnizarea producției proprii de ulei îmbuteliat pe piața internă, prețuri în vigoare din data de 25.10.2021 și cel puțin până la data prezentării informației de către „Floarea Soarelui” SA prin scrisoarea nr. 338 din 20.05.2022.
- (324) Prețurile respective au fost sistematizate în tabelul de mai jos, pentru comparație fiind incluse prețurile aplicate de către distribuitor până la data de 01.05.2022 - 02.05.2022, precum și prețurile noi, aplicate de distribuitor începând cu data de 01.05.2022 - 02.05.2022.

Tabel nr. 9

Analiza prețurilor aplicate de producător și distribuitor la începutul lunii mai 2022

Marcă produs (conform contractului [REDACTED])	Preț „Floarea Soarelui” SA din 25.10.2021, lei, incl. TVA,	Preț vechi distribuitor până la 01-02.05.2022, lei, incl. TVA,	Preț nou distribuitor din 01-02.05.2022, lei, incl. TVA,	Majorare de preț aplicată de distribuitor începând cu 01-02.05.2022, %	Adaosul comercial aplicat de distribuitor începând cu 01-02.05.2022, %
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Sursă: Scrisoarea de la „Floarea Soarelui” SA nr. 319 din 16.05.2022, scrisoarea de la [REDACTED] și [REDACTED] din 19.05.2022, scrisoarea de la [REDACTED] nr. 388 din 19.05.2022

- (325) Din tabel se poate observa că creșterea de preț la raft de la începutul lunii mai, 2022 cu circa [REDACTED]% corespunde într-o măsură semnificativă cu majorarea de [REDACTED]% aplicată anume de către întreprinderea „Lux Proba Grup” SRL.
- (326) Totuși, atragem atenția asupra mărimii adaosului comercial aplicat de către distribuitor la prețul de achiziție a uleiului de la „Floarea Soarelui” SA, care a înregistrat valori de peste [REDACTED]% față de prețul de achiziție de la producător, ceea ce reprezintă o valoare semnificativă pentru activitatea de distribuție. Deși,

până la majorarea de preț adaosul comercial aplicat de „Lux Proba Grup” SRL constituia deja circa [REDACTED]%, aceasta fiind de fapt valoarea acceptată de întreprindere ca suficientă pentru asigurarea unei desfășurări normale a activității de distribuție a uleiului, la începutul lunii mai 2022 adaosul comercial a fost majorat cu încă circa [REDACTED]%.

- (327) Menționăm că „Lux Proba Grup” SRL este [REDACTED] furnizor de ulei de mărcile de producție „Floarea Soarelui” SA în majoritatea rețelelor de unități comerciale, iar conform contractului [REDACTED] semnat cu producătorul aceasta își stabilește singură prețul de furnizare a uleiului, fapt ce îi conferă o putere de piață semnificativă pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (328) Pentru a determina dacă majorarea de preț aplicată de către „Lux Proba Grup” SRL la începutul lunii mai, 2022 este una echitabilă și poate fi justificată doar prin faptul recepționării înștiințării de majorare de la producător, nu și însăși a aplicării de fapt a unui preț majorat de către producător, vom expune în continuare atât explicațiile „Floarea Soarelui” SA exprimate în scrisoarea nr. 499 din 20.07.2022, cât și explicațiile „Lux Proba Grup” SRL în scrisoarea din 15.07.2022 către Consiliul Concurenței.
- (329) Astfel, „Floarea Soarelui” SA a comunicat că *„prețul nou intră în vigoare din data stabilită în scrisoarea de notificare adresată partenerilor”*, însă [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Aici precizăm că nu există un acord adițional/listă de prețuri semnat la Contractul [REDACTED]
[REDACTED] în privința noilor prețuri sau facturi fiscale care ar demonstra că „Floarea Soarelui” SA a livrat ulei la preț majorat în luna mai, 2022.
- (330) Mai explică „Floarea Soarelui” SA că prețul nou se aplică „[REDACTED]
[REDACTED] (n. r. data care corespunde semnării acordului adițional la contractul de distribuție sau listei de prețuri). [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]”.
- (331) La rândul ei, „Lux Proba Grup” SRL a venit cu următoarele explicații:

(332) Coroborând cele explicate de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL și informațiile acumulate de la unitățile comerciale (notificări, specificații de preț), se poate concluziona că:

- prețul de la producător către distribuitor intră în vigoare doar [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED];
- prețul distribuitorului către clienții - rețelele de unități comerciale se aplică
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED].

(333) Prin urmare, cu referire la majorarea prețurilor din luna mai 2022, rețelele de unități comerciale – clienți ai „Lux Proba Grup” SRL, odată cu intrarea în vigoare a prețurilor conform specificațiilor de preț, urmau să realizeze ajustarea prețurilor la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat exact din data indicată în specificație, chiar și dacă ar fi deținut marfă în stoc achiziționată la prețuri vechi.

(334) În situația în care nu ar fi fost de acord cu prețurile aplicate de „Lux Proba Grup” SRL, rețelele de unități comerciale nici nu ar fi dispus de alternative viabile în vederea schimbării în termeni restrânși a sursei de aprovizionare pentru a asigura continuitatea prezenței la raft a produsului.

(335) În primul rând, Consiliul Concurenței a determinat că datorită creșterii prețului uleiului achiziționat de la furnizorii străini, a costurilor de logistică și transport ca urmare a creșterii prețurilor la combustibili, precum și datorită războiului din Ucraina și efectelor emergente acestuia, posibilitățile importatorilor de ulei floarea-soarelui îmbuteliat s-au redus semnificativ în anul 2022, cea mai mare parte din ei renunțând în totalitate la importuri. În aceste cazuri unica soluție pentru comercianții din Republica Moldova pentru asigurarea prezenței produsului la raft a fost inițierea relațiilor comerciale cu producătorii și/sau distribuitorii autohtoni de ulei de floarea-soarelui.

(336) În al doilea rând, un alt producător/distribuitor local care să asigure înlocuirea în întregime a producției „Floarea Soarelui” SA furnizată de „Lux Proba Grup” SRL, având în vedere criteriile menționate – aprovizionarea în termeni restrânși și asigurarea continuității produsului la raft, nu există în Republica Moldova (a se vedea tabelul 2 și 3). Plus la toate, inclusiv durata de negociere a unui

contract de furnizare reprezintă un alt factor care limitează posibilitatea rețelelor de unități comerciale de a răspunde prompt schimbărilor pe piață.

- (337) În alt treilea rând, capacitatea „Lux Proba Grup” SRL de furnizare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat pe piața internă, raportat la nivelul cererii care se manifestă pentru acest produs și la posibilitatea redusă a clienților de a reacționa rapid are ca efect însăși scăderea motivației rețelelor de unități comerciale de a schimba furnizorul, fapt ce consolidează și mai mult poziția de piață a distribuitorului.
- (338) De altfel, având în vedere istoricul prezenței pe piață, mărcile de producție „Floarea Soarelui” SA sunt printre cele mai recunoscute la nivel național, iar acest fapt determină într-o măsură semnificativă opțiunea rețelelor de unități comerciale de a avea la raft, în primul rând, anume mărcile respective.
- (339) Cu toate acestea, prețurile majorate cu circa ■% au fost aplicate de „Lux Proba Grup” SRL pe o perioadă scurtă de timp, acțiunea fiind inițiată la începutul lunii mai, 2022 și, ulterior, oprită de intervenția Comisiei pentru Situații Excepționale prin Dispoziția nr. 21 din 18.05.2022, când s-a decis introducerea uleiului dezodorizat în lista produselor social importante, respectiv plafonarea adaosului comercial aplicat la prețul de fabrică.
- (340) Abuzul de poziție dominantă presupune utilizarea puterii de piață cu scopul de a împiedica concurența și a obține beneficii suplimentare. În astfel de cazuri, intervenția autorității de concurență este necesară pentru a proteja concurența și a sancționa astfel de practici. Cu toate acestea, este necesar să existe o dovadă clară a efectului negativ al acțiunii respective asupra concurenței și a pieței. În situația de față, având în vedere perioada scurtă de acțiune, este dificil de determinat ce efecte asupra concurenței ar fi avut majorarea de preț realizată „Lux Proba Grup” SRL și cum ar fi răspuns piața la această acțiune în timp.
- (341) De fapt, acțiunea de majorare a prețului realizată de „Lux Proba Grup” SRL reprezintă rezultatul schimbului de informații realizat în perioada 15.04.2022-18.04.2022 cu „Floarea Soarelui” SA (a se vedea pct. 233-236), în cadrul comportamentului general de coordonare a prețurilor manifestat în perioada 2019-2022 (tr. II), fiind mai probabil admisă prin neglijență de către factorii de decizie a întreprinderii.
- (342) În concluzie:

- deși „Lux Proba Grup” SRL deține poziție dominantă pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, având în vedere cota de circa ■% deținută în primul semestrul al anului 2022;

- iar puterea semnificativă de piață și capacitatea redusă a clienții de a contracara rapid această putere de piață a permis „Lux Proba Grup” SRL să opereze o majorarea de preț în mod discreționar și nejustificat, în condițiile nemodificării costurilor de achiziție sau a costurilor interne ale întreprinderii;

- acțiunea unilaterală a „Lux Proba Grup” SRL de majorare a prețului la ulei a fost comisă pe o perioadă scurtă de timp, de circa 16 zile,

majorarea prețului la ulei în perioada 03.05.2022-18.05.2022 de către „Lux Proba Grup” SRL, în lipsa unor dovezi clare a efectului negativ asupra concurenței nu poate fi determinată ca încălcare a prevederilor art. 11 din Legea concurenței.

6. EVALUAREA LEGALĂ A FAPTEI

6.1. Aplicabilitatea art. 5 alin. (1) din Legea concurenței

(343) Descoperirea și sancționarea practicilor anticoncurențiale manifestate sub forma practicilor concertate dintre întreprinderi concurente ce au ca scop fixarea prețurilor, împărțirea clienților / piețelor sau limitarea producției și a vânzărilor sunt considerate unele dintre cele mai grave restricționări ale concurenței.

(344) În conformitate cu art. 5 din Legea concurenței, sunt interzise orice acorduri între întreprinderi sau asociații de întreprinderi, orice decizii ale asociațiilor de întreprinderi și orice practici concertate care au ca obiect sau efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței pe piața Republicii Moldova sau pe o parte a acesteia.

(345) Pentru a se putea constata incidența art. 5 alin. (1) din Legea concurenței asupra unor acorduri sau practici concertate, este necesară îndeplinirea cumulativă a următoarelor trei condiții:

- existența a cel puțin două întreprinderi independente;
- existența faptei – a unui acord, a unei decizii a unei asociații de întreprinderi sau a unei practici concertate;

- acordul să aibă ca obiect sau efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței pe piața Republicii Moldova sau pe o parte a acesteia.

6.1.1. Conceptul de întreprindere

- (346) Interdicțiile art. 5 din Legea concurenței sunt aplicate și impuse întreprinderilor și asociațiilor de întreprinderi, atunci când acestea produc efecte pe teritoriul Republicii Moldova.
- (347) În sensul definit de art. 4 din Legea concurenței, întreprindere semnifică *orice entitate, inclusiv asociație de întreprinderi, angajată în activitate economică, indiferent de statutul juridic și de modul de finanțare al acesteia*.
- (348) În speța investigată, în scopul aplicării art. 5 din Legea concurenței cu privire la practica concertată privind coordonarea prețurilor de revânzare pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, au fost identificate următoarele întreprinderi: „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.
- (349) Întreprinderile menționate sunt societăți comerciale, organizate conform legislației Republicii Moldova, având forma juridică de societăți cu răspundere limitată sau societăți pe acțiuni. Aceste întreprinderi, în scopul obținerii de profit, desfășoară activitate economică având astfel calitate de întreprindere în sensul legii prenotate.
- (350) În cadrul investigației s-a determinat, conform prevederilor Legii concurenței că, „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA sunt întreprinderi independente. În consecință, prima condiție prevăzută de art. 5 din Legea concurenței este îndeplinită.

6.1.2. Conceptul de acord anticoncurențial / practică concertată

- (351) Art. 5 alin. (1) din Legea concurenței interzice, fără a fi necesară o decizie prealabilă în acest sens, *orice acorduri între întreprinderi sau asociații de întreprinderi, orice decizii ale asociațiilor de întreprinderi și orice practici concertate care au ca obiect sau efect împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței pe piața Republicii Moldova sau pe o parte a acesteia*. Prevederile art. 5 alin. (1) al Legii interzice cooperarea anticoncurențială realizată fie prin acord între întreprinderi, fie prin decizia unei asocieri, fie prin

practică concertată. În conformitate cu art. 4 din Legea concurenței un acord este orice formă (verbală sau scrisă) de manifestare a voinței comune cu privire la comportamentul pe piață, exprimată de două sau mai multe întreprinderi independente, o decizie a asociației de întreprinderi este orice manifestare a voinței exprimată de către asociația de întreprinderi sau de către organele de conducere ale asociației de întreprinderi, indiferent de forma manifestării sau de caracterul obligatoriu ori facultativ, iar o practică concertată este formă de coordonare a acțiunilor între întreprinderi independente și/sau grupuri independente de întreprinderi, prin care cooperarea practică dintre acestea înlocuiește în mod intenționat riscurile concurenței fără ca întreprinderile sau grupurile de întreprinderi să fi încheiat un acord în acest sens.

- (352) Încălcarea descrisă în decizie prezintă toate caracteristicile unei practici concertate în sensul definit de art. 4 din Legea concurenței și pct. 25 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, întrucât rezultă din ansamblul faptelor prezentate că întreprinderile implicate au luat parte la mai multe acțiuni de coordonare a comportamentului pe piață prin schimbul de informație în prealabil despre atitudinea pe care intenționează să o adopte fiecare în ceea ce privește stabilirea prețului, în așa fel încât fiecare să-și regleze conduita comercială știind că concurentul va avea un comportament coordonat. Întreprinderile implicate au evitat să aplice regulile concurenței prin complotarea de o manieră anti-competitivă, nereieșind din acord formal, ci din schimbul de informație în prealabil.
- (353) În acord cu pct. 26 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, schimbul de informații strategice conduce la creșterea artificială a transparenței pe piață, fapt care facilitează coordonarea comportamentului întreprinderilor și generează probleme concurențiale.
- (354) Pe piața investigată, aprovizionarea cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat produs de către „Floarea Soarelui” SA, se realizează direct de către „Floarea Soarelui” SA și indirect de către „Lux Proba Grup” SRL. În sensul prezentei decizii, „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL sunt concurenți pe piața de aprovizionarea cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat produs de către „Floarea Soarelui” SA (în acest sens, a se vedea observațiile și poziția Consiliului Concurenței de la pct. 425-462 din prezenta decizie), întrucât practica concertată a avut ca obiect anticoncurențial schimbul de informație comercială între ei în vederea determinării comportamentului ce viza stabilirea prețului de vânzare pentru consumatorii (clienți) ai „Floarea Soarelui” SA, astfel încât să nu existe riscuri pe care le presupune concurența cu o formă de

cooperare, practic un pact de neagresiune dintre concurenți. Prin punerea în aplicare a practicii concertate, „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL și-au limitat dreptul său de a acționa independent pe piață. Prin urmare, conform dovezilor, „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu mai concureau la nivelul de aprovizionare a pieței, practică nocivă pentru procesul concurențial în general, dar și pentru clienții „Floarea Soarelui” SA care nu au beneficiat de o confruntare reală de oferte și de un potențial rezultat pozitiv care rezultă din exercitarea unei presiuni concurențiale între concurenți și consumatori. Noțiunea de consumator este definită la art. 4 din Legea concurenței, ca fiind un utilizator, direct sau indirect, de produse, inclusiv producător care utilizează produse pentru prelucrare, comerciant cu ridicata, comerciant cu amănuntul sau consumator final. Respectiv, clienții „Floarea Soarelui” SA și clienții „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat sunt consumatori în sensul Legii concurenței care au avut de suferit ca urmare a concurenței mimate de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL. În condițiile exercitării corecte a concurenței, fiecare concurent tinde să genereze cea mai bună ofertă din punct de vedere a prețului.

- (355) Acordurile de cooperare orizontală pot crea probleme de concurență. În mod special, în cazul când întreprinderile ajung la un acord de fixare a prețurilor de vânzare, întrucât în mod normal, întreprinderile trebuie să concureze unele cu celelalte și să nu coopereze pentru a influența condițiile pieței în detrimentul concurenței și, în final, al consumatorilor. Astfel, fiecare întreprindere trebuie să își stabilească în mod independent propria politică comercială pe care intenționează să o adopte pe piață. De asemenea, este stric interzis orice contact direct sau indirect între aceștia ce are ca obiect sau ca efect influențarea comportamentului pe piață al unui concurent existent sau potențial sau să dezvăluie unui concurent comportamentul viitor pe care s-au hotărât să îl adopte sau doresc să îl adopte pe piață. Faptul că o întreprindere este distribuitorul unui producător, nu schimbă natura orizontală a relațiilor acestora în contextul în care, la rândul lui, producătorul este și el distribuitor al propriului produs pe aceeași piață relevantă. În asemenea cazuri, relațiile dintre cele două întreprinderi pot afecta concurența intra-marcă, întrucât cooperarea dintre distribuitori reduce stimulentele pentru competiție în cadrul aceleiași mărci. Aceasta conduce la un control sporit asupra prețurilor și condițiilor comerciale pe piață, ceea ce poate limita opțiunile consumatorilor. Prin urmare, natura orizontală a relației dintre întreprinderi este evidențiată de riscul real de diminuare a concurenței intra-marcă, care are ca efect consolidarea poziției lor colective în detrimentul mecanismelor concurențiale.

- (356) În acest sens, pct. 12 și 13 subpct. 1) și 2) din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale stabilește că tipurile de acorduri calificate drept restrictive prin obiect, conform art. 7 din Lege includ fixarea prețurilor. Fixarea coordonată a prețului de către concurenți este, în special o înțelegere asupra: prețurilor de vânzare, a formulei comune de calculare a prețului.
- (357) Prin urmare, practica concertată care constă în fixarea coordonată a prețului de vânzare cade sub incidența art. 5 alin. (1) din Legea concurenței chiar și în lipsa oricăror efecte reale asupra pieței.
- (358) Astfel, în cazul unei practici concertate, în sensul art. 5 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței și a prevederilor pct. 24 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, nu este neapărat ca participanții să fi ajuns la un acord în mod expres sau implicit cu privire la termenii acțiunilor lor comune sau absența la acțiune. Prin urmare, practica concertată există atunci când părțile, explicit sau implicit, adoptă împreună un comportament coordonat (acțiuni/inacțiuni) pe piață. Nu este necesar ca acordul / practica concertată să fie scrisă, nu sunt necesare formalități, sancțiuni contractuale sau alte măsuri de constrângere. Acordul / practica concertată poate fi formalizată sau tacită (dedus din comportamentul părților).
- (359) Totodată, practica concertată este anticoncurențială chiar și în situația în care aceasta nu e obligatoriu prin natura sa. Absența măsurilor formale de monitorizare a implementării nu afectează în mod necesar gravitatea încălcării.
- (360) În ceea ce privește implementarea practicilor concertate având obiect anticoncurențial, faptul că un acord nu a fost respectat în întregime sau parțial nu echivalează cu situația în care acel acord / practică concertată nu există²² și nu exonerează întreprinderile de la atragerea la răspundere conform prevederilor Legii concurenței. Astfel prin decizia CJUE în cazul *Anic Partecipazione* aceasta a dispus următoarele: *1. O practică concertată cade sub incidența art. 101 TFUE chiar și în lipsa oricăror efecte reale asupra pieței. 2. Există o prezumție relativă că părțile participante în practica concertată utilizează informațiile transmise între ele în vederea determinării propriului comportament.* În cadrul Capitolului V, au fost prezentate actele și faptele care demonstrează că întreprinderile implicate au participat la înțelegerea privind coordonarea condițiilor de stabilire a prețului pentru clienții prezenți pe piața

²² Hotărârea Tribunalului în cauza T-141/94 Thyssen Stahl / Commission, ECR II-347, pct. 233, 255, 256 și 341.

relevantă și că au utilizat informațiile transmise între ele în vederea determinării propriului comportament.

- (361) Respectiv, existența unei practici concertate poate fi dedusă dintr-un număr de coincidențe și indicii care luate împreună, pot, în absența unei explicații plauzibile, să constituie o încălcare a regulilor de concurență. Aceste indicii și coincidențe pot furniza informații nu doar despre simpla existență a unei practici concertate, dar și despre durata acestora în timp sau despre perioada în care au fost aplicate.
- (362) Prin urmare, pentru ca o practică concertată să existe, criteriile cerute de standardul probatoriu, bazându-ne pe jurisprudența CJUE²³ și conform pct. 25 al Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale este suficient schimbul de informație în prealabil despre atitudinea pe care intenționează să o adopte fiecare în așa fel încât fiecare să-și regleze conduita comercială știind că concurenții săi vor avea un comportament similar, respectiv, contactul direct sau indirect între concurenți, prin care întreprinderile să-și fi exprimat intenția lor comună de a se comporta pe piață într-un anumit mod²⁴. Cu luarea în considerație a jurisprudenței naționale, Curtea a relevat că cadrul normativ relevant speței nu reglementează expres forma care ar trebui să îmbrace acordul anticoncurențial. Înțelegerea poate fi scrisă, orală, expresă sau tacită. Prin urmare, pentru constatarea încălcării art. 5 din Legea concurenței, nu este necesar un acord clar, formalizat între concurenți, acesta poate fi dedus din comportamentul părților²⁵. Cu privire la probe, potrivit jurisprudenței naționale²⁶, s-a statuat existența acordului anticoncurențial dintr-un număr de indicii luate împreună. Astfel că, probele obținute de Consiliul Concurenței descrise mai sus reprezintă un tot corp întreg care în ansamblul lor și coroborate prezintă dovezi a încheierii practicii concertate între întreprinderile implicate. La fel, Curtea a menționat că, în condițiile în care interdicția de a participa la acorduri anticoncurențiale sunt notorii, în mod obișnuit activitățile pe care acestea le presupun se desfășoară în mod clandestin, iar documentația aferentă acestora este redusă la minim, astfel încât este necesar ca anumite detalii să fie reconstituite prin deducții logice.

²³ Hotărârea în cauza 41/69 ACF Chemiefarma N.V. / Comisia [1970] ECR 661, pct. 112 și hotărârea CJUE din Cauzele conexate 209-215 și 218/78 Heintz van Landewyck Sări / Comisia [1980] ECR 3125, pct. 86

²⁴ Hotărârea în cauza T-1/89 Rhone Poulenc / Comisia, [1991] ECR II-867, pct. 120; Hotărârea în cauzele conexate T-305/94 etc. Limburgse Vinyl Maatschappij N V și alții / Comisia (PVC II), [1999] ECR 11-931, pct. 715

²⁵ Decizia Curții Supreme de Justiție dosar nr. 3ra-892/21, pag. 16

²⁶ Decizia Curții de Apel Chișinău dosar nr. 3a-168/2019, pag. 6-7. Curtea Supremă de Justiție, prin încheiere din 20.11.2019 a declarat inadmisibil recusul „Litarcom” SRL

- (363) În cazul investigat, în baza ansamblului de probe acumulate care atestă existența unui contact continuu prin intermediul schimbului de informații strategice prin comunicările de tip email între întreprinderile implicate și ansamblului de acte și fapte descrise la Capitolul 5.1 ce a vizat înțelegerea comună asupra condițiilor coordonării care a împiedicat, restrâns sau denaturat concurența, se determină existența faptei anticoncurențiale manifestate sub forma unei practici concertate denumit acord anticoncurențial în sensul art. 5 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței realizată de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL având ca obiect fixarea prețului de vânzare la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe piața aprovizionării pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv a adaosului comercial. În cadrul contactului direct, „Floarea Soarelui” SA a primit date strategice de la „Lux Proba Grup” SRL și în conformitate cu pct. 29 al Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale se prezumă că a acceptat informațiile și în consecință și-a adaptat comportamentul pe piață, întrucât nu a răspuns printr-o declarație clară că nu dorește să primească astfel de date. În conformitate cu pct. 30 al Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, dacă o întreprindere face un anunț unilateral care este public, acest comportament nu reprezintă o practică concertată în sensul art. 5 alin. (1) din Legea concurenței.

6.1.3. Conceptul de împiedicare, restrângere sau denaturare a concurenței

- (364) Prevederile art. 5 din Legea concurenței urmăresc să protejeze nu numai interesele concurenților sau ale consumatorilor, ci și structura pieței, iar prin aceasta concurența ca atare.
- (365) O practică concertată va intra sub incidența prevederilor art. 5 din Legea concurenței, chiar în absența efectelor anticoncurențiale pe piață. Ca și în cazul acordurilor între întreprinderi și deciziilor asociațiilor de întreprinderi, practicile concertate sunt interzise, indiferent de efectele lor, când acestea au obiect anticoncurențial²⁷.
- (366) Termenii „obiect” sau „efect” din prevederile art. 5 alin. (1) din Legea concurenței, trebuie interpretat disjunctiv, în sensul că obiectul, respectiv efectul, reprezintă cerințe alternative și nu cumulative.

²⁷ Hotărârea în cauza C-199/92 P Hiltl/Comisia, [1999] ECR I-4287, pct. 158-166, dar și hotărârea în cauza C-49/92P Comisia/Anic Participazioni SpA, [1999] ECR I-4125, pct. 121

- (367) Acordurile care privesc prețurile, reprezintă unele dintre cele mai grave încălcări ale Legii concurenței, prevăzute expres în textul art. 5 alin. (1) din lege, fiind considerate drept restricții prin obiect. Respectiv, în sensul aplicării art. 5 alin. (5) din Legea concurenței, nu trebuie să se demonstreze efectele reale asupra pieței. Această prezumție are la bază gravitatea restricției și experiența care arată că este foarte probabil ca acordurile care au ca obiect restrângerea concurenței să producă efecte negative asupra pieței și să pericliteze obiectivele urmărite de regulile de concurență. În acest sens, în hotărârea în cauza *Consten and Grundig*, CJUE a statuat: nu este nevoie a se lua în considerare efectele concrete ale unei înțelegeri din moment ce este evident că obiectul său a fost de a preveni, restrânge sau distorsiona concurența²⁸.
- (368) În cazul de față, s-a determinat existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri de vânzare, inclusiv a adaosului comercial.
- (369) Deși relația contractuală între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA este bazată pe Contractul [REDACTED], care reprezintă de fapt un acord pe verticală, acțiunea de coordonare a prețurilor analizată și care stă la baza concluziilor prezentei investigații a avut loc în contextul distribuției duale realizate de „Floarea Soarelui” SA, în sens că producătorul vinde simultan unui distribuitor independent și este prezent și la nivelul de comercializare prin furnizarea directă clienților. Relației verticale care leagă „Floarea Soarelui” SA cu „Lux Proba Grup” SRL, distribuția duală adaugă un strat orizontal, deoarece producătorul concurează cu distribuitorul său independent (concurență intra-brand în aval).
- (370) Întrucât practica concertată a fost realizată între întreprinderile implicate pe piață la același nivel de aprovizionare a uleiului îmbuteliat din Republica Moldova, evaluarea măsurii în care un schimb de informații constituie o restrângere a concurenței prin obiect nu va fi realizată prin prisma prevederilor ce țin de acordurile verticale, respectiv prevederile Regulamentului privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale nu se aplică la caz.
- (371) Chiar dacă conform pct. 50 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale se admite exceptarea prevăzută la pct. 46²⁹ din

²⁸ Hotărârea în cauza 56 și 58/64 *Consten SA & Grundig-Verkaufs-GmbH/Comisia* [1966] ECR 299, pct. 342, reiterat mai recent în cauza T-395/94 *Atlantic Container Line AB/Comisia* [2002] ECR II-875, pct. 76

²⁹ Punctul 46 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale prevede crearea unei prezumții de legalitate pentru acordurile verticale care cad sub incidența art. 5 alin.(1) din Legea concurenței nr. 183/2012, în funcție de cota de piață a furnizorului și a cumpărătorului, cu condiția ca acordul vertical respectiv să nu conțină restricții grave ale concurenței, care sunt restricții de concurență prin obiect

Regulament, în cazul când *„întreprinderile concurente încheie între ele un acord vertical nerez reciproc și dacă: 1) furnizorul este un producător și un distribuitor de bunuri, în timp ce cumpărătorul este un distribuitor și nu o întreprindere concurentă care acționează în calitate de producător”* menționăm că această prevedere nu este relevantă și nu poate fi aplicată în cazul dat, în situația în care, atât conținutul acordului / practicii concertate (coordonarea prețurilor viitoare), obiectul acestuia (fixarea prețurilor în funcție de client, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților), cât și conduita părților în calitate de concurenți relevă existența unui acord orizontal, respectiv atestă incidența Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale.

- (372) Aceeași abordare în cazul acordurilor verticale între întreprinderi concurente însă în cadrul cărora se manifestă un comportament cu substrat orizontal este prevăzută și la nivelul legislației Comisiei Europene.
- (373) Astfel, Comunicarea Comisiei - Orientări privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) prevederile căreia sunt transpuse de Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale, conținea explicații cu referire la „distribuția duală”. Conform pct. 28 din Orientări, Comisia explica că „distribuție duală” se referă la situația în care *„producătorul anumitor produse este și distribuitor al acelor produse, concurând cu distribuitorii independenți ai produselor sale”*, făcând trimitere la reglementarea prevăzută la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.
- (374) La pct. 212 din Orientările Comisiei Europene privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) în care se indica că *„acordurile pe categorii pot să faciliteze coluziunea între furnizori prin creșterea posibilităților de a schimba informații delicate privind piața prin intermediul comercianților cu amănuntul, cum ar fi, de exemplu informațiile privind prețurile viitoare, planurile promoționale sau campaniile de publicitate”*, Comisia venea să explice printr-o notă de referință la subsol că *„schimbul direct de informații între concurenți nu poate fi reglementat de regulamentul de exceptare pe categorii”*, făcându-se trimitere inclusiv la situația de „distribuție duală” prevăzută la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.
- (375) În acest caz, așa cum a prevăzut Comisia la pct. 27 din Orientările privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), în cazul în care nu cad sub reglementarea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, acordurile verticale dintre concurenți trebuie analizate, în ceea ce privește eventualele efecte de coluziune ale acestora, conform Orientările Comisiei privind

aplicabilitatea art. 81 din Tratatul CE (actualul art. 101 din TFUE) acordurilor de cooperare orizontală.

- (376) Astfel, schimburile de informații care au loc în contextul distribuției duale, dar nu beneficiază de exceptare, conform opiniei Comisiei Europene trebuie analizate individual în considerarea art. 101 din TFUE, luând în calcul Orientările privind acordurile de cooperare orizontală ale Comisiei care, în fapt, sunt transpuse de Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale.
- (377) În cel mai cunoscut caz din practica autorităților de concurență europene cu privire la un acord orizontal în cadrul unui sistem de „distribuție duală”, Autoritatea de Concurență a Danemarcei (în continuare - DCC) a adoptat două decizii³⁰ separate referitoare la comportamentul anticoncurențial desfășurat între producătorul de îmbrăcăminte, furnizorul și comerciantul „Hugo Boss” și comercianții „Kaufmann” și „Ginsborg”. DCC a constatat că părțile au schimbat ilegal informații cu privire la prețuri, reduceri și cantități în legătură cu vânzările viitoare cu amănuntul ale „Hugo Boss”, ceea ce a constituit o acord orizontal restrictiv prin obiect și o încălcare a art. 6 alin. (1) din Legea concurenței daneze și a art. 101 alin. (1) din TFUE.
- (378) „Hugo Boss” este un producător, furnizor și comerciant internațional de articole de îmbrăcăminte sub marca „Hugo Boss”. „Kaufmann” și „Ginsborg” sunt comercianți danezi de articole de îmbrăcăminte de diferite mărci, inclusiv marca „Hugo Boss”. „Hugo Boss” are o relație verticală cu „Kaufmann” și „Ginsborg”, în calitate de furnizor, precum și o relație orizontală ca și concurent. Deși DCC a recunoscut că schimbul de informații într-o relație verticală adesea nu ridică îngrijorări privind concurența, totuși schimbul de informații privind prețurile, reducerile și cantitățile poate restricționa concurența la nivelul orizontal. În aceste două cazuri, schimbul de informații privind prețurile, reducerile și cantitățile a oferit „Hugo Boss”, „Kaufmann” și „Ginsborg” capacitatea de a-și coordona vânzările viitoare în conformitate cu informațiile schimbate, ceea ce ar fi putut duce la o gamă mai uniformă și mai redusă de produse în vânzare, precum și la reduceri mai mici, echivalente cu prețuri mai ridicate pentru consumatori.

³⁰ <https://www.kfst.dk/media/gnghdx5f/20200624-informationsudveksling-mellem-hugo-boss-og-kaufmann-final-a.pdf>
<https://www.kfst.dk/media/q4uljxkq/20200624-informationsudveksling-mellem-hugo-boss-og-ginsborg-final-a.pdf>

- (379) DCC a respins argumentul părților potrivit căruia comportamentul ar fi trebuit să beneficieze de exceptarea prevăzută de Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 pe motiv că schimbul trebuia considerat parte a relației verticale dintre părți. Deși acordurile verticale în relațiile de „distribuție dublă” (atunci când un producător este și furnizor pentru un comerciant, dar și comerciant însuși) sunt, în principiu, acoperite de Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, DCC a precizat că schimbul vertical de informații nu a fost pus în discuție în acest caz, iar informațiile care au fost supuse controlului nu priveau relația părților ca furnizor și retailer, comportamentul în acest caz fiind de natură orizontală, în opoziție cu natura verticală a acestuia. Mai mult, DCC a sugerat că, chiar dacă schimbul de informații era considerat a avea loc ca rezultat al relației pe verticală, acesta nu ar fi acoperit de Regulamentul Comisiei Europene nr. 330/2010, deoarece se referea la informații legate de vânzările viitoare ale lui „Hugo Boss” la nivelul de comercializare cu amănuntul.
- (380) Tribunalul de Apel al Danemarcei a menținut³¹ cele două decizii ale DCC. Astfel, Tribunalul a confirmat că într-un sistem de „distribuție duală”, comunicarea de natură strategică poate avea loc între furnizor și un comerciant cu amănuntul, iar acest lucru este atât natural, cât și necesar pentru menținerea cooperării verticale. Cu toate acestea, nu se modifică faptul că schimbul de informații privind prețurile viitoare de vânzare cu amănuntul este unul de natură orizontală. Prin urmare, Tribunalul de Apel a decis că „Hugo Boss” și comercianții „Kaufmann” și „Ginsborg” au încălcat art. 6 din Legea concurenței a Danemarcei și art. 101 alin. (1) din TFUE.
- (381) Deși în cazul prezentei investigații coordonarea comportamentului cu privire la fixarea prețului dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL s-a realizat la un alt nivel al pieței (piața aprovizionării), decât nivelul pieței cu amănuntul, cauza „Hugo Boss” reprezintă un exemplu relevant despre cum schimbul de informație între un producător și distribuitorul acestuia, ce vizează prețurile de pe același nivel al pieței, în legătură cu vânzările viitoare, reprezintă un acord orizontal restrictiv prin obiect.
- (382) La evaluarea măsurii în care un schimb de informații constituie o restrângere a concurenței prin obiect, se ia în considerație contextul în care are loc schimbul de informații³². În prezenta investigație, schimbul de informație între „Lux

³¹ <https://www.kfst.dk/media/s4yoz3wy/20210623-axel-kaufmann-kl-1-2020-og-kl-2-2020-final.pdf>
<https://www.kfst.dk/media/5twokzlp/20210623-hugo-boss-nordic-kl-3-2020-final.pdf>

³² pct. 32 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale

Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA se referă la informații privind prețurile viitoare la care efectiv „Lux Proba Grup” SRL urma să vândă bunurile pe piața din aval, pe care este prezent și Floarea Soarelui” SA.

- (383) Structura/evoluția pieței relevante (în funcție de volumul de ulei furnizat, cotele de piață a întreprinderilor vizate de prezenta investigație nu au variat semnificativ, înregistrând în perioada 2019 – 2021, în comun, o deviere mai mică de ■%), denotă faptul că comportamentul de coordonare a prețurilor a contribuit la menținerea cotele de piață a întreprinderilor investigate controlând astfel piața.
- (384) Totodată, piața investigată prezintă caracteristici cu probabilitate mai mare de coordonare. Posibilitatea de coordonare este mai mare pe piețele care sunt suficient de transparente, concentrate, necomplexe și stabile.
- *Transparență.* Având în vedere că piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat are un grad înalt de transparență (prețurile fiind afișate la raft), întreprinderile pot obține cu ușurință informații despre prețuri și pot monitoriza dacă sunt respectate regulile stabilite. În cadrul prezentei investigații s-a demonstrat că „Lux Proba Grup” SRL a efectuat în perioada 2020-2022 (tr. II) monitorizarea continuă a prețurilor afișate la raft în rețelele de unități comerciale de tip alimentar, ca ulterior să le remită către „Floarea Soarelui” SA spre coordonare.
 - *Concentrarea pieței.* Reieșind din valorile indicatorul IHH situat în intervalul 2800-4200 și CR5 situat în intervalul 80%-95%, se constată că piața vizată de prezenta investigație prezintă caracter de oligopol, în care întreprinderile implicate dețin majoritatea cotei din piață (mai mult de 65%). În acest context, se menționează că este mai ușor pentru un număr restrâns de întreprinderi să ajungă la o înțelegere comună asupra condițiilor de coordonare și să monitorizeze abaterile.
 - *Necomplexă.* Realizarea unei coluziuni cu privire la prețul unui produs omogen este mai ușoară, decât cu privire la prețurile de pe o piață cu multe produse diferențiate. În cazul de față, având în vedere că produsul vizat de acordul / practica concertată are aceeași sursă (producător), întreprinderile sunt motivate să adopte un comportament similar pe piață în scopul de a evita concurența prin preț și scăderea profiturilor.
 - *Stabilă.* Potrivit structurii pieței relevante în cauză, prezentată în tabelul 3 de la Capitolul „Piața relevantă”, întreprinderile vizate în prezenta

investigație, în funcție de volumul de ulei furnizat, dețin în comun cote de piață relativ stabile (devierile înregistrate în perioada 2019-2021 sunt mai mici de ■%). Piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat este o piață matură, ajunsă la deplină dezvoltare, pe care este dificil de intrat din cauza barierelor economice.

- (385) Fiind un acord / practică concertată de fixare a prețurilor, acesta cade automat sub incidența interdicției prevăzute de art. 5 alin. (1) din Legea concurenței și nu este nevoie să se analizeze efectele acesteia pe piața în cauză. Interzicerea unei asemenea practici prin obiect este justificată de faptul că aceasta forma de acord este considerată, ca fiind dăunătoare pentru funcționarea normală a concurenței prin însăși natura ei.
- (386) Fixarea prețurilor reprezintă o restricționare gravă a concurenței pentru faptul că a permis participanților la înțelegere să previzioneze, cu un grad suficient de certitudine, care va fi politica de prețuri adoptată de concurent și, în acest fel, să nu își mai determine independent propria politică de prețuri.
- (387) Comportamentul întreprinderilor investigate demonstrează opțiunea lor clară de a nu concura între ele prin preț, denaturând astfel un parametru esențial al pieței, și anume concurența, procesul concurențial fiind înlocuit cu o formă de cooperare care exclude incertitudinile cu privire la comportamentul viitor pe piață al părților implicate.
- (388) Aptitudinea de a afecta concurența este demonstrată de următoarele aspecte:
- Concurența a fost eliminată între întreprinderile implicate care au decis să nu mai concureze prin preț între ele, înlocuind concurența onestă cu o formă de cooperare. În prezenta investigație parametrul concurențial afectat este prețul, în condițiile în care concurența prin preț este cea mai vizibilă și mai importantă formă de concurență. Efectul unei concurențe efective constă în practicarea prețurilor diferențiate, orientate la costuri, făcând astfel, posibilă alocarea optimă a resurselor întreprinderilor și oferind consumatorilor beneficiul de a alege.
 - Concurența pe piețele investigate a fost denaturată prin vicierea comportamentului întreprinderilor investigate, astfel încât acesta să nu mai fie independent și individual, afectând, în acest mod, procesul concurențial care ar fi trebuit să genereze cel mai bun preț pentru consumatori/clienți.
 - Coordonarea prețurilor și a informațiilor sensibile comercial a influențat nu doar nivelul de preț aplicat pentru producția „Floarea Soarelui” SA, ci și

prețul pentru alte mărci de ulei de floarea-soarelui, astfel fiind restrânsă inclusiv concurența inter-marcă.

- Scopul urmărit prin coordonarea prețurilor viitoare consta inclusiv în manipularea condițiilor de preț pentru clienții acestor două întreprinderi, astfel încât să fie evitată o posibilă migrare a acestora de la o întreprindere la alta.
- (389) Practica concertată în cadrul căruia s-a coordonat nivelurile de preț de vânzare sunt considerate ca fiind de gravitate mare, acestea prezentând un asemenea grad de pericol pentru concurență și consumatori, încât se admite, în practică și jurisprudență, că nu este necesar probarea efectelor lor anticoncurențiale, fiind considerată **încălcare prin obiect**.
- (390) În susținerea afirmației că practica concertată analizată reprezintă o restricționare a concurenței prin obiect au fost luat în considerare: conținutul acordului / practicii concertate, scopurile acesteia, contextul în care s-a aplicat și comportamentul efectiv al părților pe piață, precum și aptitudinea acesteia de a împiedica, restrânge sau denatura concurența.
- (391) În ceea ce privește analiza conținutului practicii concertate s-a luat în considerare comportamentul anticoncurențial al părților implicate în contextul stabilirii prețului de furnizare a uleiului de floarea-soarelui, inclusiv a adaosului comercial.
- (392) Din coroborarea tuturor elementelor probatorii aflate la dosarul cauzei, se menționează că fiecare dintre întreprinderile implicate urmau a stabili în mod individual prețul de furnizare a uleiului de floarea-soarelui.
- (393) Scopul obiectiv al practicii concertate a rezultat din comportamentul adoptat de întreprinderi prin coordonarea informațiilor strategice referitoare la prețurile viitoare de furnizare a uleiului de floarea-soarelui și la modalitatea de formare a acestora. În acest context, acordul / practica concertată a avut ca scop coordonarea prețului de furnizare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, prin distorsionarea concurenței.
- (394) Așa cum s-a determinat, comportamentul coordonat a fost pus în practică prin aplicarea prețurilor în oferte către clienți (a se vedea pct. 269-271), fapt ce a rezultat, inclusiv, într-o împărțire a clienților.
- (395) Efectul imediat și direct al unui acord / practică concertată de stabilire a prețurilor este întotdeauna creșterea prețurilor. Prețurile pieței, într-o situație de

acord / practică concertată, nu se află la intersecția curbelor cererii și ofertei, așa cum e acceptabil într-o situație apropiată concurenței perfecte, ci se află la un nivel favorabil participanților pieței care manipulează principiile unei concurențe oneste. În general, coordonarea și fixarea prețurilor de furnizare duce la practicarea pentru consumatorii finali a unor prețuri mai mari decât cele competitive, întrucât comercianții cu amănuntul sunt împiedicați să transmită consumatorilor rezultatul eficienței lor.

- (396) De menționat că „Lux Proba Grup” SRL, așa cum a comunicat prin scrisoarea nr. de intrare 2365 din 18.07.2022, aplică o listă de preț unică către toți clienții săi. Rezultă că acțiunea de coordonarea prețurilor a afectat toată producția furnizată de către distribuitor.
- (397) Volumul producției de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat afectat de practica concertată interzisă de art. 5 al Legii concurenței, atât uleiul de producție proprie a „Floarea Soarelui” SA și furnizate de către aceasta și de către distribuitor, cât și uleiul de tip „private label” prețul la furnizare a căruia nu a fost supus procesului de concurență în perioada 2019-2022 (tr. II) este reflectat în tabelul de mai jos.

Tabelul 10

**Volumul de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat afectat
de acordul de fixare a prețurilor în perioada 2019-2022 (tr. II), litri**

Tip ulei	2019	2020	2021	2022 (tr. II)
████████████████████	██████	██████	██████	██████
████████████████████				
████████████████████	██████	██████	██████	██████
██████ ██████████				
████████████████████	██████	██████	██████	██████
████████████████████				
Total furnizat	██████	██████	██████	██████

Sursă: Calcul efectuat de Consiliul Concurenței

- (398) Analizând tabelul se poate concluziona că, acordul / practica concertată de fixare a prețurilor a afectat și denaturat nivelul de preț la furnizarea a circa ██████ litri de ulei pe piața internă a Republicii Moldova în perioada 2019-2022 (tr. II).
- (399) În concluzie, atât materialul probator identificat, cât și comportamentul efectiv manifestat de către „Floarea Soarelui” și „Lux Proba Grup” SRL, pentru care nu există nici o explicație în afara concertării, demonstrează faptul că părțile implicate au realizat și pus în aplicare, în perioada octombrie 2019 – iunie 2022,

un acord / practică concertată de stabilire/fixare a prețurilor de furnizare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, fapt interzis expres de prevederile art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) și art. 7 alin. (1) lit. a) din Legea concurenței.

6.2 Aplicabilitatea art. 11 alin. (1) și (2) din Legea concurenței în privința acțiunii de majorarea a prețurilor la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat în perioada 03.05.2022-18.05.2022 de către „Lux Proba Grup” SRL

- (400) Cu referire la presupusul abuz de poziție dominantă a întreprinderii „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării în perioada 03.05.2022-18.05.2022 cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, precizăm că pe parcursul investigației nu au fost stabilite probe suficiente și concludente pentru a demonstra încălcarea prevederilor art. 11 alin. (1) și (2) lit. a) din Legea concurenței.
- (401) Deși „Lux Proba Grup” SRL deține poziție dominantă pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, având în vedere cota de circa ■% deținută în primul semestrul al anului 2022, iar puterea semnificativă de piață și capacitatea redusă a clienților de a contracara rapid această putere de piață a permis „Lux Proba Grup” SRL să opereze o majorarea de preț în mod discreționar și nejustificat, în condițiile nemodificării costurilor de achiziție sau a costurilor interne ale întreprinderii, totuși, acțiunea unilaterală a „Lux Proba Grup” SRL de majorare a prețului la ulei în perioada 03.05.2022-18.05.2022, a fost comisă pe o perioadă scurtă de timp, de circa 16 zile.
- (402) Astfel, în lipsa unor dovezi clare a efectului negativ asupra concurenței, Consiliul Concurenței nu determină un abuz de poziție dominantă comis de „Lux Proba Grup” SRL, pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui, îmbuteliat în perioada 03.05.2022-18.05.2022, prin acțiunea de majorare a prețului la ulei.

7. OBSERVAȚIILE PĂRȚILOR ȘI POZIȚIA CONSILIULUI

7.1 Aplicabilitatea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 la data săvârșirii pretinselor fapte anticoncurențiale și argumentele părților că nu ar fi concurente, iar schimbul de informație nu ar reprezenta o restricție gravă

Observația „Floarea Soarelui” SA

- (403) „Floarea Soarelui” SA susține că în conformitate cu pct. 50 din Hotărârea Consiliului Concurenței nr. 13/2013 cu privire la aprobarea Regulamentului privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale și art. 2 alin (4) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 acordurile de distribuție nereziproce între concurenți intră sub incidența exceptării pe categorii fără nicio limitare, cu condiția ca cumpărătorul bunurilor furnizorului (adică distribuitorul) să nu fie și un producător de bunuri concurente, or „Lux Proba Grup” SRL este tocmai în această situație, de a nu fi producător, ci numai distribuitor, conform analizei prezentate mai jos.
- (404) „Floarea Soarelui” SA susține că în afară de îndrumările de la pct. 28, Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) nu ofereau nicio altă îndrumare părților interesate cu privire la analiza efectivă pe care acestea trebuia să o facă pentru a se asigura că adoptă un comportament conform cu regulile de concurență și că Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 la art. 4 menționează exhaustiv restricțiile grave, *fără a include schimbul de informații*.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (405) Clarificările aduse în prezenta decizie privind distribuția duală în contextul relației dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat se bazează pe Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010 și Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01).
- (406) Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) prevederile căreia sunt transpuse de Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 13/2013 conține explicații cu referire la „distribuția duală”.
- (407) Conform pct. 28 din Orientări, Comisia explică că „distribuția duală” se referă la situația în care *„producătorul anumitor produse este și distribuitor al acelor produse, concurând cu distribuitorii independenți ai produselor sale”*, făcând trimitere la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.
- (408) La pct. 212 din Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) în care se indica că *„acordurile pe categorii pot să faciliteze coluziunea între furnizori prin creșterea posibilităților de a schimba informații delicate*

privind piața prin intermediul comercianților cu amănuntul, cum ar fi, de exemplu informațiile privind prețurile viitoare, planurile promoționale sau campaniile de publicitate”, Comisia venea să explice prin nota de referință la subsol că *„schimbul direct de informații între concurenți nu poate fi reglementat de regulamentul de exceptare pe categorii”*, făcându-se trimitere la situația de „distribuție duală” prevăzută la art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.

- (409) În acest caz, așa cum a prevăzut Comisia la pct. 27 din Orientările privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), în cazul în care nu cad sub reglementarea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, acordurile verticale dintre concurenți trebuie analizate, în ceea ce privește eventualele efecte de coluziune ale acestora, conform Orientările Comisiei privind acordurile de cooperare orizontală.
- (410) Astfel, schimburile de informații, cu precădere a informațiilor ce vizează prețurile viitoare care au loc în contextul distribuției duale, dar nu beneficiază de exceptare, conform opiniei Comisiei trebuie analizate individual în considerarea art. 101 TFUE, luând în calcul Orientările privind acordurile de cooperare orizontală.
- (411) Aceeași abordare a fost menținută și în Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 și Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2022/C 248/01) la pct. 100 lit. a), unde Comisia a venit cu precizări suplimentare asupra faptului că schimbul de informații în cadrul unei relații de distribuție duală poate cauza preocupări orizontale, aducând exemplul concret: *schimbul de „informații privind prețurile viitoare la care furnizorul sau cumpărătorul intenționează să vândă bunurile sau serviciile contractuale în aval”*.
- (412) De asemenea, cu referire la observația precum că chiar dacă în general exceptarea pe categorii se aplică schimbului de informații, Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) nu ofereau nicio altă îndrumare părților interesate cu privire la analiza efectivă pe care acestea trebuia să o facă pentru a se asigura că adoptă un comportament conform cu regulile de concurență, „Floarea Soarelui” SA omite prevederea din Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), unde Comisia venea să explice prin notă de referință la pct. 212 că *„schimbul direct de informații între concurenți nu poate fi reglementat de regulamentul de exceptare pe categorii”*, făcându-se trimitere inclusiv la situația de „distribuție duală” prevăzută la art.

2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010.

- (413) Respectiv, așa cum s-a menționat supra, în cazul în care nu cad sub reglementarea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, acordurile verticale dintre concurenți trebuie analizate, în ceea ce privește eventualele efecte de coluziune ale acestora, conform Orientările Comisiei privind acordurile de cooperare orizontală.

7.2 Aplicabilitatea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 și argumentele părților privind conduita supusă investigației de către Consiliul Concurenței, cauza „Hugo Boss” și testul indispensabilității

Observația Floarea Soarelui SA referitor la exceptarea pretinsului schimb de informații

- (414) „Floarea Soarelui” SA susține că chiar și dacă analiza s-ar face pe regulile Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 și, respectiv, a Orientărilor Comisiei privind restricțiile verticale (2022/C 248/01) emise în baza acestuia, concluzia ar fi similară, anume aceea că pretinsul schimb de informații vertical unilateral dintre „Floarea Soarelui” și „Lux Proba Grup” SRL ar fi exceptat pe categorii.
- (415) Potrivit Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720:
- „Articolul 2 Exceptare*
- (1) În temeiul articolului 101 alineatul (3) din tratat și sub rezerva dispozițiilor prezentului regulament, articolul 101 alineatul (1) din tratat nu se aplică acordurilor verticale. Această exceptare se aplică în măsura în care asemenea acorduri conțin restricții verticale. [...]*
- (4) Exceptarea prevăzută la alineatul (1) nu se aplică acordurilor verticale încheiate între întreprinderi concurente. Cu toate acestea, **exceptarea se aplică atunci când întreprinderile concurente încheie între ele un acord vertical nereciproc și dacă se aplică una din următoarele condiții:***
- (a) furnizorul își desfășoară activitatea la nivelul din amonte în calitate de producător, importator sau comerciant cu ridicata și la nivelul din aval în calitate de importator, comerciant cu ridicata sau comerciant cu amănuntul de bunuri, în timp ce cumpărătorul este un importator, un comerciant cu ridicata sau un comerciant cu amănuntul la nivelul din aval și nu o întreprindere concurentă la nivelul din amonte la care achiziționează bunurile contractuale; sau*

(b) furnizorul este un prestator de servicii la mai multe niveluri comerciale, în timp ce cumpărătorul își furnizează serviciile la nivelul comercializării cu amănuntul și nu este o întreprindere concurentă la nivelul comercial la care își achiziționează serviciile contractuale.

(5) Excepțiile prevăzute la alineatul (4) literele (a) și (b) nu se aplică schimbului de informații dintre furnizor și cumpărător care fie nu este direct legat de punerea în aplicare a acordului vertical, fie nu este necesar pentru a îmbunătăți producția sau distribuția bunurilor sau serviciilor contractuale, fie nu îndeplinește niciuna dintre aceste două condiții.”

(416) Astfel, consideră „Floarea Soarelui” SA, prin raportare la *condițiile cumulative* pentru a verifica aplicabilitatea art. 2 alin. (4) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720, respectiv:

- dacă Contractul [REDACTED] încheiat între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SA era sau nu unul nerez reciproc; și
- dacă „Floarea Soarelui” SA este activă în amonte ca producător și în aval ca distribuitor de bunuri, iar „Lux Proba Grup” SRL este activă în aval ca distribuitor, dar nu este producător pe piața din amonte (pentru verificarea condiției din art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720),

concluzia ar fi fost că exceptarea pe categorii se aplică în cazul de față.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

(417) Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 aduce explicații cu referire la „distribuția duală” la pct. 12 din Regulament: *„distribuția duală se referă la scenariul în care un furnizor vinde bunuri sau servicii nu numai la nivelul din amonte, ci și la nivelul din aval, concurând astfel cu distribuitorii săi independenți.”*

(418) Conform pct. 13 din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 „... în cazul distribuției duale, schimbul de anumite tipuri de informații poate cauza preocupări orizontale. Prin urmare, prezentul regulament ar trebui să excepteze numai schimbul de informații dintre un furnizor și un cumpărător într-un scenariu de distribuție duală în cazul în care schimbul de informații este atât direct legat de punerea în aplicare a acordului

vertical, cât și necesar pentru a îmbunătăți producția sau distribuția bunurilor sau serviciilor contractuale.”

- (419) În Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2022/C 248/01) la pct. 100 sunt date exemple de informații care, în general, este puțin probabil să îndeplinească cele două condiții atunci când sunt schimbate între un furnizor și un cumpărător într-un scenariu de dublă distribuție și nu beneficiază de exceptare conform art. 2 din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720, și anume, lit. a) prevede: *„informații privind prețurile viitoare la care furnizorul sau cumpărătorul intenționează să vândă bunurile sau serviciile contractuale în aval”*.
- (420) Astfel, schimburile de informații care au loc în contextul distribuției duale și, respectiv, nu beneficiază de exceptare, conform Comisiei trebuie analizate individual în considerarea art. 101 TFUE, luând în calcul Orientările Comisiei privind acordurile orizontale.
- (421) Consiliul Concurenței nu a pus la îndoială că relațiile dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, în ceea ce privește segmentul de distribuție a uleiul de marcă proprie a „Floarea Soarelui” SA în cadrul Contractul [REDACTED], nu reprezintă relații pe verticală.
- (422) „Floarea Soarelui” SA omite totuși să facă referință la prevederea de la pct. 100 din Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2022/C 248/01) care precizează că este puțin probabil ca schimbul de *„informații privind prețurile viitoare la care furnizorul sau cumpărătorul intenționează să vândă bunurile sau serviciile contractuale în aval”* să îndeplinească cele două condiții ale art. 2 alin. (4) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 atunci când sunt schimbate între un furnizor și un cumpărător într-un scenariu de dublă distribuție și, respectiv, nu ar beneficia de exceptare conform art. 2 din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720.
- (423) În sensul prevederilor art. 2 alin. (5) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720, „Floarea Soarelui” SA nu a reușit să demonstreze cum coordonarea prețurilor de vânzare a uleiului prin schimbul de informații privind prețurile viitoare, care așa cum admite Comisia în fapt nu poate face obiectul de reglementare al exceptărilor pe categorii având în vedere că atinge preocupări orizontale, totuși, **ar fi direct legat de punerea în aplicare a acordului vertical, fie ar fi necesar pentru a îmbunătăți producția sau distribuția, astfel încât să se aplice exceptările prevăzute la art. 2 alin. (4) lit. (a) și (b) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720.**

- (424) Aceeași abordare a Comisiei se regăsește și în Orientările privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) și Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, unde se precizează că *„schimbul direct de informații între concurenți nu poate fi reglementat de regulamentul de exceptare pe categorii.”* (a se vedea pct. 212, nota de referință la subsol).

Observația „Floarea Soarelui” SA că nu este concurentul „Lux Proba Grup” SRL

- (425) „Floarea Soarelui” SA susține că nu există concurență pe piața relevantă deoarece „Floarea Soarelui” SA este producător, iar „Lux Proba Grup” SRL este exclusiv distribuitor, astfel că ar fi îndeplinită chiar și condiția din art. 2 alin. (4) lit. a) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720, care prevede că pentru a fi aplicabil beneficiul exceptării pe categorii din art. 2 alin. (1) trebuie să se verifice dacă:
„furnizorul își desfășoară activitatea la nivelul din amonte în calitate de producător, importator sau comerciant cu ridicata și la nivelul din aval în calitate de importator, comerciant cu ridicata sau comerciant cu amănuntul de bunuri, în timp ce cumpărătorul este un importator, un comerciant cu ridicata sau un comerciant cu amănuntul la nivelul din aval și nu o întreprindere concurentă la nivelul din amonte la care achiziționează bunurile contractuale.”
- (426) „Floarea Soarelui” SA susține că relațiile sale cu [REDACTED] și [REDACTED] reprezintă de fapt distribuție indirectă, ceea ce ar exclude orice relație de concurență cu „Lux Proba Grup” SRL, iar singurul raport orizontal care ar putea exista în acest caz ar fi la nivelul distribuitorilor, anume numai între „Lux Proba Grup” SRL, [REDACTED] și [REDACTED].
- (427) De asemenea, întreprinderea susține că nu este concurent cu „Lux Proba Grup” SRL în sensul pe care legislația Uniunii Europene îl stabilește, respectiv aceștia nu sunt nici concurenți reali, nici potențiali. Concurentul real este întreprinderea care își desfășoară activitatea pe aceeași piață relevantă, pe când concurentul potențial înseamnă o întreprindere care, în lipsa acordului vertical, în mod realist și nu doar ca o simplă posibilitate teoretică, ar putea să realizeze, într-o perioadă scurtă de timp (de regulă, de 1 an), investițiile suplimentare necesare sau să suporte alte costuri necesare pentru a intra pe piața relevantă.
- (428) „Floarea Soarelui” SA susține că nu există o relație de concurență nici la nivelul lanțului de producție, iar Consiliul Concurenței a omis analiza posibilității „Lux

Proba Grup” SRL de a deveni, la rândul său producător de ulei de floarea soarelui.

Observația „Lux Proba Grup” SRL că nu este concurentul „Floarea Soarelui” SA

- (429) „Lux Proba Grup” SRL susține că afirmația precum că ar fi concurent cu „Floarea Soarelui” SA este fundamental greșită și nu este susținută de realitățile operaționale ale distribuției.
- (430) Clienții [REDACTED] nu ar avea nevoie de serviciile „Lux Proba Grup” SRL întrucât au propriile rețele de distribuție și logistică.
- (431) „Lux Proba Grup” SRL nu ar fi în stare să ofere retro-bonusuri în mărimea solicitată de aceștia, care ar depăși și [REDACTED]% din prețul de listă.
- (432) [REDACTED] preferă în mod tradițional să lucreze direct cu producătorii, mai degrabă, decât prin intermediari. Din portofoliul tuturor produselor „Lux Proba Grup” SRL, [REDACTED] au ales să achiziționeze doar [REDACTED]% din [REDACTED]%, excluzând uleiul de floarea-soarelui și o serie de alte produse, ceea ce subliniază prudența lor strategică și reticenta de a se baza în mare măsură pe „Lux Proba Grup” SRL.
- (433) „Lux Proba Grup” SRL invocă că marjele de profit ale „Lux Proba Grup” SRL sunt scăzute, uneori chiar și sub [REDACTED]%, iar neavând putere de negociere în fața marilor lanțuri de unități comerciale și neavând un profit minim asigurat va trebui să renunțe la linia de afacere neprofitabilă dacă ar deservi clienți ca [REDACTED] [REDACTED] or deservirea acestor clienți, după aplicarea retrobonusurilor și alte reduceri speciale ar presupune marje finale negative de până la [REDACTED]%.
- (434) De asemenea, „Lux Proba Grup” SRL consideră că „Floarea Soarelui” SA este nevoită să mențină un echilibru delicat între vânzarea către [REDACTED] [REDACTED] pe de o parte și către „Lux Proba Grup” SRL pe de altă parte, încât „Lux Proba Grup” SRL să nu piardă micii comercianți în favoarea [REDACTED] [REDACTED] și, astfel, să determine „Lux Proba Grup” SRL să renunțe în consecință la distribuția uleiului „Floarea Soarelui” SA, fapt ce va dăuna profiturilor „Floarea Soarelui” SA și va afecta micii comercianți.

Poziția Consiliului Concurenței față de observația „Floarea Soarelui” SA

(435) Contrar acestor afirmații, analiza pieței relevante indică faptul că „Floarea Soarelui” SA desfășoară activități pe piața dată ce o plasează în relație de concurență cu „Lux Proba Grup” SRL:

- distribuția către [REDACTED] implică furnizarea directă de produs către retaileri, ceea ce aduce „Floarea Soarelui” SA pe aceeași piață relevantă cu „Lux Proba Grup” SRL. Aceasta reprezintă o activitate concurentă cu distribuția realizată de „Lux Proba Grup” SRL, care deservește același segment de piață;

- chiar dacă „Floarea Soarelui” SA nu concurează direct cu „Lux Proba Grup” SRL pentru clienți mai mici, activitatea acesteia pe segmentul retailerilor mari [REDACTED] afectează indirect dinamica pieței generale de distribuție, limitând posibilitatea ambelor întreprinderi de a stabili prețurile către clienții săi în mod independent.

(436) În ce privește faptul că relațiile cu [REDACTED] reprezintă distribuție indirectă, ceea ce ar exclude orice relație de concurență cu „Lux Proba Grup” SRL, Consiliul Concurenței reiterează că aceste activități sunt, de fapt, distribuție directă, având în vedere că:

- produsele sunt livrate direct de „Floarea Soarelui” SA către [REDACTED], fără intermedierea altor distribuitori;
- chiar dacă [REDACTED] implementează modele comerciale proprii, relația contractuală rămâne între „Floarea Soarelui” SA și retaileri, or același tip de relație contractuală există și în cazul „Lux Proba Grup” SRL cu clienții săi – rețelelor de unități comerciale ce practică comerț cu amănuntul/ridicata.

(437) Alegerea „Floarea Soarelui” SA de a nu concura pentru clienți mai mici nu elimină relația de concurență dintre aceasta și „Lux Proba Grup” SRL. Prin activitatea de distribuție directă către [REDACTED] „Floarea Soarelui” SA intră în concurență cu „Lux Proba Grup” SRL prin faptul că aprovizionează același tip de clienți – rețelele de unități comerciale care concurează la nivelul pieței comercializării cu amănuntul și cu ridicata cu alte rețele de unități comerciale, clienți ai „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED] etc.)

- (438) Intersecția la nivelul rețelelor de unități comerciale mari cu „Floarea Soarelui” SA determină o presiune concurențială asupra „Lux Proba Grup” SRL, reducându-i oportunitățile de afaceri și impactând dinamica generală a pieței relevante.
- (439) Așa cum s-a demonstrat, relația dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu este exclusiv verticală, ci prezintă și un strat orizontal, determinat de activitatea de distribuție directă a „Floarea Soarelui” SA.
- (440) În fapt, Consiliul Concurenței a examinat și aspectul privind concurența potențială între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.
- (441) În cadrul investigației, [REDACTED] au comunicat prin scrisorile nr. 93 din 20.07.2022, respectiv nr. 1577 din 20.07.2022 către Consiliul Concurenței că sunt gata să examineze, inclusiv oferta „Lux Proba Grup” SRL, în calitate de potențial furnizor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (442) Tot aici, analiza privind capacitatea logistică a „Lux Proba Grup” SRL de a livra cantități necesare de ulei, atât către [REDACTED], cât și către [REDACTED], a demonstrat că ambii clienți ar reprezenta potențiali clienți inclusiv pentru „Lux Proba Grup” SRL.
- (443) De asemenea, reiterăm faptul că clientul „Lux Proba Grup” SR, [REDACTED] SRL la data de 06.06.2022 a solicitat „Floarea Soarelui” SA printr-un mesaj email *„o soluție pentru colaborarea directă”* pentru produsele de marcă „Floarea Soarelui” SA. În răspuns, la data de 13.06.2022, „Floarea Soarelui” SA informa [REDACTED] SRL cu referire la solicitarea *„colaborării directe”* că acest subiect se află la etapa de discuții, iar despre rezultatul acestora solicitantul urmează a fi informat ulterior.
- (444) Rezultă că, clienții „Lux Proba Grup” SRL au admis colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA, în baza aprecierii că oferta „Floarea Soarelui” SA, reprezenta de fapt o ofertă concurentă ofertei „Lux Proba Grup” SRL.
- (445) Nu este necesar ca „Floarea Soarelui” SA să dețină o rețea de distribuție la nivelul celei dezvoltate de „Lux Proba Grup” SRL pentru a demonstra că aceste două întreprinderi sunt de fapt concurente pentru o anumită porțiune a pieței de aprovizionare cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat a clienților din piața de comerțului cu amănuntul ori, atât clienți ai „Floarea Soarelui” SA, cât și ai „Lux Proba Grup” SRL admit că ar putea încheia relații atât cu o întreprindere, cât și cu alta.

- (446) Cu referire la faptul că pentru a stabili existența concurenței potențiale este suficient să se demonstreze o probabilitate reală și concretă de intrare pe piață, Consiliul Concurenței precizează că „Floarea Soarelui” SA, prin activitatea sa actuală și, anume, aprovizionarea directă a [REDACTED] prin intermediul proprii logistici, la rampa depozitelor clienților, îndeplinește acest criteriu.
- (447) Astfel, „Floarea Soarelui” SA poate fi considerată un concurent real sau potențial al „Lux Proba Grup” SRL pe segmentul de distribuție (pe segmentul concurenței intra-marcă), având în vedere activitățile existente și capacitatea demonstrată de a acționa pe piață.
- (448) Consiliul Concurenței a calificat corect relația dintre cele două entități, iar observațiile „Floarea Soarelui” SA nu sunt suficiente pentru a contrazice concluzia respectivă.
- (449) În ce privește observația precum că nici nu există posibilitatea „Lux Proba Grup” SRL de a deveni concurent al „Floarea Soarelui” SA pe piața de producere, considerăm observația irelevantă, întrucât investigația nu vizează producere de ulei de floarea soarelui.

Poziția Consiliului Concurenței față de observația „Lux Proba Grup” SRL

- (450) Toate alegațiile declarative ale „Lux Proba Grup” SRL precum că de fapt:
- nu este concurent cu „Floarea Soarelui” SA (clienții [REDACTED] nu ar avea nevoie de serviciile „Lux Proba Grup” SRL întrucât au propriile rețele de distribuție și logistică, iar „Lux Proba Grup” SRL nu ar fi în stare să ofere retro-bonusuri în mărimea solicitată de aceștia, care ar depăși și [REDACTED] % din prețul de listă);
 - că marjele de profit ale „Lux Proba Grup” SRL sunt scăzute, uneori chiar [REDACTED] dacă ar deservei clienți ca [REDACTED] marjele de profit ar fi chiar și de [REDACTED] iar neavând putere de negociere în fața marilor rețele și neavând un profit minim asigurat va trebui să renunțe la linia de afacere neprofitabilă;
 - că „Floarea Soarelui” SA trebuie să mențină un echilibru delicat între vânzarea către [REDACTED] și către „Lux Proba Grup” SRL, încât „Lux Proba Grup” SRL să nu piardă micii comercianți în favoarea [REDACTED] astfel să determine „Lux Proba Grup” SRL să renunțe în

consecință la distribuția uleiului „Floarea Soarelui” SA, fapt ce va dăuna profiturilor „Floarea Soarelui” SA și va afecta micii comercianți,

nu argumentează sub nicio formă de ce „Floarea Soarelui” SA ar trebui să asigure un nivel acceptabil al marjei de profit pentru „Lux Proba Grup” SRL, precum și vice-versa.

- (451) Ambele întreprinderi urmau să-și ajusteze prețurile și comportamentul pe piață în funcție de propriile merite și costuri pentru a nu priva piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de beneficiile unei concurențe sănătoase.
- (452) Într-adevăr, relația dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL în contextul contractului de distribuție este una pe verticală, însă anume prezența „Floarea Soarelui” SA pe piața aprovizionării prin furnizarea producției de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat prin canalul direct de distribuție către clienți ca [REDACTED] adaugă acestei relații un strat orizontal (așa numita „distribuție duală”).
- (453) „Lux Proba Grup” SRL încearcă să argumenteze schimbul de informații și coordonarea prețurilor cu „Floarea Soarelui” SA prin necesitatea garantării unei marje acceptabile de profit pentru „Lux Proba Grup” SRL, astfel încât să nu renunțe la distribuția de ulei pe motiv de neprofitabilitate, invocând marjă de profit [REDACTED] uneori de [REDACTED].
- (454) Conform Listei entităților care au prezentat situațiile financiare, elaborată de Biroul Național de Statistică, profitul net declarat de „Lux Proba Grup” SRL în perioada 2019-2022 a fost următorul:
- a. 2019 - [REDACTED] lei;
 - a. 2020 – [REDACTED] lei;
 - a. 2021 – [REDACTED] lei;
 - a. 2022 – [REDACTED] lei.
- (455) Totodată, analizând prețurile de fabrică stabilite de „Floarea Soarelui” SA pentru „Lux Proba Grup” SRL în perioada 2019-2022 (tr. II) și prețul aplicat clienților Key Account de către „Lux Proba Grup” SRL, rezultă că adaosul comercial aplicat de „Lux Proba Grup” SRL a fost de circa [REDACTED] %.
- (456) În Raportul economic elaborat de [REDACTED] la solicitarea „Lux Proba Grup” SRL și prezentat Consiliul Concurenței urmare a transmiterii observațiilor, la pag. 26 din raport, ultimul aliniat indică faptul că costurile logistice ale „Lux Proba Grup” SRL (care includ atât [REDACTED],

- (462) „Lux Proba Grup” SRL este un distribuitor independent și ar trebui să participe la piața aprovizionării prin formarea prețurilor de livrare pe baza propriilor merite și riscuri, astfel încât decizia clienților de la cine să achiziționeze marfă și prin ce modalitate să se bazeze pe rezultatele unui mediu concurențial sănătos.

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la îndeplinirea testului indispensabilității

- (463) „Floarea Soarelui” SA susține că pretinsul schimb de informații dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu numai că nu este ilegal, ci și îndeplinește testul indispensabilității, fiind direct necesar și legat de implementarea optimă a contractului de distribuție.
- (464) „Floarea Soarelui” SA susține că schimbul de informație aferent prețurilor este necesar pentru a monitoriza situația cu scopul de a planifica și organiza eficient procesul de producție, a satisface mai bine interesele consumatorilor și a nu permite majorarea excesivă a prețului de către distribuitor.
- (465) În acest sens, „Floarea Soarelui” SA precizează că Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2010/C 130/01) stabilesc în mod explicit că informațiile referitoare la prețurile la care cumpărătorul („Lux Proba Grup” SRL) revinde bunurile sau serviciile pot fi informații direct legate de punerea în aplicarea a acordului de distribuție, sub condiția să nu aibă un efect anticoncurențial:

„(98) Faptul că schimb de informații în cadrul unui scenariu de distribuție duală este sau nu direct legat de punerea în aplicare a acordului vertical și este sau nu necesar pentru a îmbunătăți producția sau distribuția bunurilor sau serviciilor contractuale în sensul articolului 2 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2022/720 poate depinde de modelul specific de distribuție. De exemplu, în cadrul unui acord de distribuție exclusivă, ar putea fi necesar ca părțile să facă schimb de informații referitoare la activitățile lor de vânzare în anumite teritorii sau în ceea ce privește anumite grupuri de clienți. În temeiul unui contract de franciză, poate fi necesar ca francizorul și francizatul să facă schimb de informații cu privire la aplicarea unui model de afaceri uniform în întreaga rețea de franciză (67). Într-un sistem de distribuție selectivă, poate fi necesar ca distribuitorul să facă schimb de informații cu furnizorul cu privire la respectarea de către acesta a criteriilor de selecție și a oricăror restricții privind vânzările către distribuitori neautorizați.

(99) *În continuare este prezentată o listă neexhaustivă de exemple de informații care, în funcție de circumstanțele specifice, pot fi direct legate de punerea în aplicarea acordului vertical și necesare pentru a îmbunătăți producția sau distribuția bunurilor sau serviciilor contractuale: [...]*

(i) *informații referitoare la prețurile la care bunurile sau serviciile contractuale sunt vândute cumpărătorului de către furnizor;*

(ii) *sub rezerva punctului (100) litera (a), informații referitoare la prețurile de revânzare recomandate de furnizor sau la prețurile de revânzare maxime pentru bunurile sau serviciile contractuale și informații referitoare la prețurile la care cumpărătorul revinde bunurile sau serviciile, cu condiția ca schimbul de informații să nu fie utilizat pentru a restrânge capacitatea cumpărătorului de a-și stabili prețul de vânzare sau de a aplica un preț de vânzare fix sau minim în sensul articolului 4 litera (a) din Regulamentul (UE) 2022/720.”*

(466) „Floarea Soarelui” SA susține că schimbul de informații a fost unilateral (toate mesajele reținute ca probe provin de la „Lux Proba Grup” SRL), fără a afecta posibilitatea distribuitorilor de a-și stabili prețurile.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

(467) „Floarea Soarelui” SA corect apreciază că noile reguli adoptate de Comisia Europeană în anul 2022 introduc un test al indispensabilității schimbului vertical de informații în raporturi de „distribuție duală”, precum și, stabilesc în mod neexhaustiv ce tipuri de informații pot fi schimbate, sub condiția să nu aibă un efect anticoncurențial.

(468) Chiar și în cazul în care prevederile art. 2 alin. (5) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 ar putea să fie aplicate direct fără a fi preluate în legislația națională, „Floarea Soarelui” SA nu a reușit să demonstreze cum coordonarea prețurilor de vânzare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat către piața cu amănuntul, prin schimbul de informații privind prețurile viitoare, care așa cum admite Comisia în fapt nu poate face obiectul de reglementare al exceptărilor pe categorii având în vedere că atinge preocupări orizontale, totuși ar fi direct legat de punerea în aplicare a acordului vertical, fie ar fi necesar pentru a îmbunătăți producția sau distribuția, astfel încât să se aplice exceptările prevăzute la art. 2 alin. (4) lit. (a) și (b) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720.

- (469) Deși, face referire la pct. 98 și 99 din Orientările Comisiei privind restricțiile verticale (2022/C 248/01), „Floarea Soarelui” SA omite premeditat să facă referință la prevederea de la pct. 100 din Orientări care precizează că este puțin probabil ca schimbul de „*informații privind prețurile viitoare la care furnizorul sau cumpărătorul intenționează să vândă bunurile sau serviciile contractuale în aval*” să îndeplinească cele două condiții ale art. 2 alin. (4) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 atunci când sunt schimbate între un furnizor și un cumpărător într-un scenariu de distribuție duală.
- (470) Nicio mențiune în cadrul corespondenței ridicate de Consiliul Concurenței în cadrul inspecțiilor din 10.06.2022 efectuate la sediile întreprinderilor „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, corespondență ce viza schimbul de informație și coordonarea prețurilor viitoare la care se intenționa să se vândă bunurile contractuale în aval, nu indica scopul producătorului de a nu permite majorarea prețului de către distribuitor.
- (471) Dimpotrivă, din corespondența respectivă se atestă că „Floarea Soarelui” SA era interesată doar în a obține prețurile viitoare la care urma să vândă „Lux Proba Grup” SRL bunurile contractuale clienților săi și nivelul adaosului comercial aplicat de către „Lux Proba Grup” SRL, nivel ce servea de facto bază de calcul la stabilirea prețurilor către clienții săi.
- (472) Din cumulumul de informații analizate de Consiliul Concurenței, s-a demonstrat că prin intermediul schimbului de informație „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, de facto, discutau modificarea și stabilirea unui anumit nivel de preț nu doar pentru clienții „Lux Proba Grup” SRL, ci și pentru clienții „Floarea Soarelui” SA, majorarea de preț solicitată condiționând „*automat*” și majorarea prețului către clienții „Floarea Soarelui” SA, și nu doar pentru produsul „Floarea Soarelui” SA, ci și pentru produsul „*private-label*”. Astfel, comportamentul coordonat a urmărit să restrângă concurența prin preț, inclusiv pentru ulei de altă marcă decât cea produsă de „Floarea Soarelui” SA.
- (473) În ce privește afirmația că schimbul de informații a fost unilateral, fără a afecta posibilitatea distribuitorilor de a-și stabili prețurile, în fapt s-a demonstrat că „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au discutat niveluri specifice de prețuri, ceea ce este o formă de coordonare, indiferent de direcția fluxului de informații.
- (474) Schimbul unilateral de informații între întreprinderi concurente, chiar în cadrul unei relații dintre un producător și un distribuitor, nu schimbă calificarea unei

practici concertate drept anticoncurențiale dacă îndeplinește condițiile pentru a fi considerată o încălcare a legislației concurenței.

- (475) Primirea de informații sensibile de natură concurențială poate influența comportamentul destinatarului pe piață, reducând incertitudinea cu privire la strategia concurenților și facilitând astfel coluziunea.
- (476) În cazul de față, coordonarea comportamentului prin intermediul schimbului de informații cu scopul fixării prețului de vânzare între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu este izolat în cadrul unei relații strict verticale, ci este amplificat de natura duală a relației dintre părți. Deși, există o relație contractuală de distribuție, latura orizontală dintre cele două întreprinderi pe piața relevantă creează un context în care schimbul de informații comerciale sensibile devine problematic din punct de vedere concurențial.
- (477) Art. 2 alin. (5) din Regulamentul de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 2022/720 oferă o exceptare pentru schimbul de informații indispensabile în relațiile verticale, dar aceasta nu este aplicabilă în situații în care informațiile sunt utilizate pentru coordonarea politicilor comerciale între concurenți.
- (478) În cazul de față:
- informațiile privind prețurile viitoare și planurile comerciale ale „Lux Proba Grup” SRL puse la dispoziția „Floarea Soarelui” SA, precum și solicitarea „Lux Proba Grup” SRL către „Floarea Soarelui” SA de a se conforma unui nivel de preț considerat acceptabil, depășesc scopul necesar al cooperării verticale;
 - aceste informații au fost utilizate pentru a reduce incertitudinea pe piață și pentru a facilita un comportament coordonat între concurenți.
- (479) Faptul că schimbul de informații a fost realizat preponderent de către „Lux Proba Grup” SRL nu este suficient pentru a exclude caracterul anticoncurențial al acesteia. Acceptarea pasivă a unor informații sensibile din partea unui concurent este suficientă pentru a stabili existența unei practici concertate, deoarece simpla primire a acestor informații poate influența comportamentul destinatarului pe piață.
- (480) Dacă întreprinderea dorește să se ferească de sancțiuni economice, aceasta trebuie să se distanțeze în mod public de inițiativa celorlalte întreprinderi și să anunțe autoritățile competente în domeniul concurenței pentru că, în caz contrar, aceasta încurajează continuarea inițiativei și compromite descoperirea

sa³³. De asemenea, faptul că întreprinderea nu și-a aliniat comportamentul cu respectiva inițiativă nu constituie o cauză de exonerare deoarece simpla participare într-o inițiativă cu un obiect anticoncurențial are, de facto, efectul de a crea sau de a potența un cartel³⁴.

- (481) Schimburile de informații care implică strategii viitoare de prețuri sau planuri comerciale nu pot fi justificate prin testul indispensabilității, chiar dacă acestea sunt unilaterale.
- (482) În acest context, Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale prevede expres că în cazul în care o întreprindere divulgă singură concurenților săi informații strategice privind politica sa comercială viitoare, acest lucru reduce pentru toți concurenții implicați incertitudinea strategică în legătură cu funcționarea viitoare a pieței și sporește riscul de limitare a concurenței³⁵. Totodată, Regulamentul stabilește dacă un concurent primește date strategice de la un alt concurent se va presupune că concurentul ce a primit aceste date a acceptat informațiile și în consecință și-a adaptat comportamentul pe piață, cu excepția cazului în care răspunde printr-o declarație clară că nu dorește să primească astfel de date³⁶.
- (483) Acest comportament nu reprezintă o practică concertată în sensul art. 5 alin.(1) al din Lege, dacă întreprinderea face un anunț unilateral care este public. Respectiv, „Floarea Soarelui” SA nu a prezentat probe care să confirme îndeplinirea pct. 30 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale și, prin urmare, comportamentul său coordonat reprezintă o practică concertată.
- (484) Consiliul Concurenței nu consideră pertinentă observația precum că nu a existat un impact anticoncurențial, fiindcă schimbul de informații nu a restrâns capacitatea distribuitorilor de a stabili prețurile, ori în cadrul unei practici concertate pe orizontală nu se pune în discuție restrângerea capacității distribuitorilor de a-și stabili prețurile, ci coordonarea prețurilor de vânzare către clienții de pe aceeași piață, în cazul de față piața comercializării cu

³³ Hotărâre, Cazurile C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P and C-219/00 P, Curtea de Justiție a Uniunii Europene, Aalborg Portland A/S v. Comisia Europeană, 2004, paragr. 84).

³⁴ Hotărâre, Cazul C-291/98 P, Curtea de Justiție a Uniunii Europene, Sarrió SA v. Comisia Comunităților Europene, 2000, paragraful 50).

³⁵ pct. 28 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 14/2013

³⁶ pct. 29 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, aprobat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr. 14/2013,

amănuntul / ridicata, prin schimbul de informații privind prețurile viitoare ce vor fi aplicate pe piața din aval.

- (485) Prin transmiterea informațiilor către „Floarea Soarelui” SA privind nivelul prețurilor stabilite pentru clienții săi, „Lux Proba Grup” SRL urmărea să se asigure că „Floarea Soarelui” SA nu va concura la preț și, astfel, i se va asigura un nivel acceptabil al marjei de profit.
- (486) Mai mult de atât, „Floarea Soarelui” SA utiliza prețurile „Lux Proba Grup” SRL ca reper la stabilirea prețurilor de fabrică pentru produsele [REDACTED] care în fapt sunt produse concurente la raft cu produsele de marcă proprie a „Floarea Soarelui” SA.
- (487) În fapt, „Floarea Soarelui” SA nici nu a argumentat cum concurența pe merit, în absența schimbului de informații strategice, respectiv, fără încercarea de adaptare la comportamentul viitor referitor la prețuri al „Lux Proba Grup” SRL ar fi afectat eficiența distribuției și activitatea de producere a acesteia.
- (488) Reiterăm că nu este obligația „Floarea Soarelui” SA de a asigura un nivel acceptabil al marjei de profit pentru „Lux Proba Grup” SRL și vice-versa. Ambele întreprinderi urmau să-și ajusteze prețurile și comportamentul pe piață în funcție de propriile merite și costuri pentru a nu priva piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de beneficiile unei concurențe sănătoase.
- (489) Atunci când fiecare participant pe piață ajustează prețurile în funcție de propriile costuri și în funcție de propria eficiență operațională, prețurile reflectă adevărata valoare a produselor. Astfel, se elimină distorsiunile de preț care pot apărea în cazul ajustării prețurilor în funcție de costurile concurenților, iar clienții pot lua decizii informate.

Observația „Floarea Soarelui” SA referitor la raportarea incorectă la cauza Hugo Boss

- (490) „Floarea Soarelui” SA susține că practica decizională a autorității din Danemarca invocată de Consiliul Concurenței în susținerea acuzației împotriva „Floarea Soarelui” SA nu vizează o situație de fapt similară celei din prezenta cauză și, așadar, nu este aplicabilă, concluziile cazului „Hugo Boss” neputându-se extrapola și aplica *mutatis mutandis* situației „Floarea Soarelui” SA. Consiliul Concurenței califică eronat relația contractuală dintre „Floarea Soarelui” SA și distribuitorul „Lux Proba Grup” SRL analogic relațiilor dintre „Hugo Boss” și comercianții „Kaufman” și „Ginsborg”. În

Cazul „Hugo Boss” este vizată *piața comerțului cu amănuntul*, pe când în raport este identificată piața aprovizionării cu ulei de floarea soarelui îmbuteliat pe întreg teritoriul Republicii Moldova.

Observația „Lux Proba Grup” SRL referitor la raportarea incorectă la cauza Hugo Boss

- (491) „Lux Proba Grup” SRL susține că cauza „Hugo Boss” nu este precedent aplicabil, întrucât nu concurează la nivelul pieței cu amănuntul cu „Floarea Soarelui” SA pentru aceeași clienți. „Lux Proba Grup” SRL distribuie exclusiv ulei propria marcă a „Floarea Soarelui” SA, pe când comercianții în cauza „Hugo Boss” au vândut și mărci concurente. Acordul dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL este pur intra-marcă, or în cauza „Hugo Boss” orice împărțire a prețurilor între „Hugo Boss” și comercianții săi poate afecta concurența între mărci, deoarece comercianții cu amănuntul vor vinde apoi mai multe produse „Hugo Boss” și mai puține ale producătorilor de îmbrăcăminte concurenți.
- (492) „Lux Proba Grup” SRL susține că în prezentul caz s-a făcut schimb de informații doar cu privire la lista de prețuri cu „Floarea Soarelui” SA , nu și la retro-bonusurile primite de cei mai mari comercianți de la producător, care variază de la [REDACTED] % sau mai mult din prețul de listă. În cauza „Hugo Boss” dimpotrivă, schimbul de informații despre reduceri a jucat un rol important.

Poziția Consiliului Concurenței la observația părților

- (493) Cazul „Hugo Boss” a fost prezentat ca un exemplu relevant din practica altor state membre UE în care schimbul de informație cu privire la prețurile viitoare între furnizor și revânzător reprezintă un acord orizontal restrictiv prin obiect.
- (494) Consiliul Concurenței nici nu a afirmat că părțile vizate fac vânzări către consumatorii finali. Mai mult, la pct. 377 din decizie este precizat expres că autoritatea de concurență daneză a constatat că părțile au schimbat ilegal informații cu privire la prețuri, reduceri și cantități în legătură cu vânzările viitoare cu amănuntul ale „Hugo Boss”.
- (495) În altă ordine de idei, deși în cazul de față coordonarea comportamentului cu privire la fixarea prețului dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL s-a realizat la un alt nivel al pieței (piața aprovizionării), decât nivelul

pieței cu amănuntul, relevanța faptului că schimbul de informație între producător și distribuitorul acestuia, ce vizează prețurile de pe același nivel al pieței, în legătură cu vânzările viitoare, reprezintă un acord orizontal restrictiv prin obiect, rămâne în vigoare.

- (496) „Lux Proba Grup” SRL susține că acordul dintre aceasta și „Floarea Soarelui” SA este „pur intra-marcă” și că schimbul de informații a vizat doar lista de prețuri, nu și retro-bonusurile.
- (497) În fapt, „Lux Proba Grup” SRL omite faptul că în cadrul coordonării comportamentului cu privire la fixarea prețurilor viitoare, aceasta solicita adaptarea comportamentului „Floarea Soarelui” SA inclusiv în raport cu producția de ulei „private label”, și nu doar cu producția intra-marcă.
- (498) La dosar există probe concludente ce demonstrează că „Floarea Soarelui” SA a determinat prețul la uleiul [REDACTED] pornind de la prețul și adaosul comercial aplicat de „Lux Proba Grup” SRL clienților săi pentru uleiul de producție marcă proprie a „Floarea Soarelui” SA.
- (499) Totodată, absența aplicării aceluiași nivel de preț nu este suficientă pentru a exonera „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA de înfăptuirea / participarea la un acord / practică concertată.
- (500) În ceea ce privește implementarea acordurilor / practicilor concertate având obiect anticoncurențial, faptul că un acord nu a fost respectat în întregime sau parțial nu echivalează cu situația în care acel acord / practică concertată nu există și nu exonerează întreprinderile de la atragerea la răspundere conform prevederilor Legii concurenței.
- (501) Însăși „Floarea Soarelui” SA recunoaște în observațiile prezentate că urmare a intervenției „Lux Proba Grup” SRL prin solicitarea din 21.10.2019, că a majorat prețul către clienții săi, [REDACTED] și [REDACTED] ([REDACTED]).
- (502) În astfel de circumstanțe, se consideră că schimbul de informații a contribuit la o coordonare tacită a prețurilor între concurenți, chiar dacă prețul final stabilit de „Floarea Soarelui” SA poate fi diferit urmare a aplicării unor reduceri / retro-bonusuri.
- (503) Reiterăm că coordonarea comportamentului pe piață prin schimbul de informații individualizate între concurenți referitor la cantități sau prețuri pe care intenționează să le aplice în viitor sunt considerate per se ca fiind o restrângere a concurenței prin obiect.

- (504) Coordonarea prețurilor viitoare către proprii clienți și a strategiilor de preț viitoare dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA, în fapt a eliminat riscurile incertitudinii pe care ar fi trebuit să o genereze concurența, în special prin preț, și le-a substituit cu certitudinea comportamentului „Floarea Soarelui” SA. Chiar dacă prețurile aplicate de „Lux Proba Grup” SRL clienților săi nu ar fi coincis cu cele stabilite de „Floarea Soarelui” SA clienților săi, simpla cunoaștere a informațiilor sensibile comercial furnizate de „Lux Proba Grup” SRL a denaturat procesul decizional al „Floarea Soarelui” SA de stabilire a prețurilor către clienții săi.

Observația „Lux Proba Grup” SRL referitor la natura orizontală a acordului

- (505) „Lux Proba Grup” SRL susține că are o relație de parteneriat cu „Floarea Soarelui” SA, nu de concurență. „Lux Proba Grup” SRL funcționează ca un distribuitor logistic pentru „Floarea Soarelui” SA, beneficiind reciproc prin eficiența distribuției și accesibilitatea sporită a produselor. Colaborarea contribuie la o piață mai echitabilă și favorizează atât comercianții mici, cât și consumatorii finali.
- (506) „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL operează pe modele de afaceri distincte. „Floarea Soarelui” SA se concentrează pe producție și distribuție directă la scară mare către clienți mari, în timp ce „Lux Proba Grup” SRL vizează clienți mai mici, utilizând economii de scop și livrând o gamă diversificată de produse. Această diferențiere confirmă că „Lux Proba Grup” SRL nu este o alternativă reală pentru clienții „Floarea Soarelui” SA, fapt susținut și de incapacitatea „Lux Proba Grup” SRL de a onora livrări mari.
- (507) „Lux Proba Grup” SRL a încercat să explice că capacitatea maximă de ulei de floarea-soarelui pe care o poate stoca în depozitele sale este de maximum [REDACTED] [REDACTED] pentru toți clienții existenți, iar restul spațiului este ocupat de alte produse pe care „Lux Proba Grup” SRL le distribuie. Acceptarea altor clienți pentru ulei de floarea-soarelui, precum [REDACTED] sau [REDACTED], ar forța „Lux Proba Grup” SRL să depoziteze paleții în aer liber, ceea ce ar încălca condițiile de păstrare impuse de producător, iar acest fapt ar afecta calitatea produsului vândut către consumatorul final. Totodată, această situație ar putea duce la încălcarea normelor de sănătate și siguranță.
- (508) Volumele de ulei preluate de la „Floarea Soarelui” SA în luna aprilie 2022, care a însumat circa [REDACTED] a fost una din situațiile excepționale, volumele respective fiind generate de

comenzi speciale plasate de cumpărătorii din Republica Moldova, în contextul începutului războiului din Ucraina, când rafturile magazinelor erau complet goale, iar comercianții solicitau stocuri imediate. Cantitatea de ulei, achiziționată în această perioadă, nu a ajuns să fie stocată în depozitele „Lux Proba Grup” SRL, ci a fost livrată direct către magazine.

- (509) De asemenea, „Lux Proba Grup” SRL susține că în cazul unui scenariu ipotetic, contrafactual, în care întreprinderea ar efectua distribuția exclusivă de ulei ar genera efecte negative pe întreg lanțul de producție. Rețelele de unități comerciale ar suporta costuri mai mari, transferate ulterior către consumatori, iar cererea pentru ulei ar scădea din cauza creșterii prețurilor, afectând vânzările „Floarea Soarelui” SA. Aceasta demonstrează că o astfel de situație nu este viabilă financiar și că nu există o concurență directă între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Lux Proba Grup” SRL

- (510) Referitor la natura relațiilor, Consiliul Concurenței nu a pus la îndoială că relațiile dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, în ceea ce privește segmentul de distribuție a uleiului de marcă proprie a „Floarea Soarelui” SA în cadrul contractului de distribuție, nu reprezintă relații pe verticală.
- (511) Relația contractuală între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA este bazată pe Contractul [REDACTED], care reprezintă de fapt o relație comercială pe verticală, însă anume prezența „Floarea Soarelui” SA pe piața aprovizionării prin furnizarea producției de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat prin canalul direct de distribuție către clienți de pe piața de retail [REDACTED] adaugă acestei relații un strat orizontal (așa numita distribuție duală).
- (512) „Lux Proba Grup” SRL își bazează alegațiile doar pe natura verticală a relațiilor cu „Floarea Soarelui” SA și omite complet partea orizontală a acesteia.
- (513) Faptul că „Lux Proba Grup” SRL a ales să nu concureze cu „Floarea Soarelui” SA pe clienți mari ca [REDACTED], nu înseamnă că „Lux Proba Grup” SRL se află pe un alt nivel al pieței de aprovizionare decât „Floarea Soarelui” SA și că procesul concurențial este anulat și nu ar trebui să existe.
- (514) Cu referire la modelul diferit de afacere și clienți care nu se suprapun, „Lux Proba Grup” SRL argumentează că modele de business aplicate de aceasta și „Floarea Soarelui” SA sunt diferite, și că „Floarea Soarelui” SA nu ar putea

vinde către clienții „Lux Proba Grup” SRL și invers, prezentând exemplul unică oportunitate a unei livrări a „Lux Proba Grup” SRL către clientul „Floarea Soarelui” SA – [REDACTAT], care nu s-a concretizat datorită absenței capacității reale a „Lux Proba Grup” SRL de a livra cantitățile solicitate.

- (515) Consiliul Concurenței nu consideră pertinentă argumentarea „Lux Proba Grup” SRL de mai sus, prin care susține de fapt că nu s-ar afla pe același nivel al pieței de aprovizionare cu „Floarea Soarelui” SA, respectiv, că relația dintre întreprinderi nu ar fi de natura orizontală, doar din simplu fapt că a ales să nu concureze pentru clienți ca [REDACTAT]
- (516) Aceste afirmații, care nu iau în calcul concurența potențială, doar confirmă faptul că „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA tacit au împărțit clienții, precum și omit posibilitatea clienților de a-și schimba furnizorul.
- (517) În răspunsurile transmise prin scrisorile nr. 93 din 20.07.2022, respectiv nr. 1577 din 20.07.2022 către Consiliul Concurenței [REDACTAT] și [REDACTAT] au admis că sunt gata să examineze inclusiv oferta „Lux Proba Grup” SRL, în calitate de potențial furnizor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, ceea ce denotă că ofertele „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pot fi considerate potențial concurente.
- (518) Mai mult, din informațiile ridicate de la inspecția desfășurată la „Lux Proba Grup” SRL privind corespondența dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL referitor la subiectul plasării comenzilor pentru preluarea uleiului și stabilirii numărului de autocamioane care urmau să preia uleiului îmbuteliat de la „Floarea Soarelui” SA în prima jumătate a lunii aprilie 2022 se atestă că „Lux Proba Grup” SRL deține potențial logistic să preia de la „Floarea Soarelui” SA ulei îmbuteliat în cantități semnificative, cu autocamioane care dețin capacitatea de a transporta [REDACTAT] [REDACTAT]). De exemplu, la data de 01.04.2022 „Lux Proba Grup” SRL a plasat comanda de ridicare a uleiului de la „Floarea Soarelui” SA, doar într-o singură zi, pentru data de 08.04.2022, cu [REDACTAT] [REDACTAT].
- (519) Conform informației prezentate de „Floarea Soarelui” SA prin scrisoarea nr. 430 din 28.06.2022 cu referire la comercializarea uleiului pe piața internă, în baza facturilor fiscale:
- în luna martie 2022, [REDACTAT] și „Lux Proba Grup” SRL au achiziționat următoarele cantități de ulei de la „Floarea Soarelui” SA:

[REDACTAT]

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

- în luna aprilie 2022, [REDACTED] și „Lux Proba Grup” SRL au achiziționat următoarele volume de ulei de la „Floarea Soarelui” SA :

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

(520) Cu referire la observația precum că cantitățile semnificative preluate de la „Floarea Soarelui” SA în luna aprilie, 2022 ar reprezenta de fapt o situație excepțională în contextul războiului din Ucraina și că de fapt „Lux Proba Grup” SRL nu are capacitatea logistică de a prelua comenzile [REDACTED] întrucât capacitatea de stocare ar reprezenta [REDACTED], Consiliul Concurenței a analizat cantitățile de ulei preluate în anumite luni din anul 2021, înaintea declanșării războiului din Ucraina în februarie 2022.

(521) Conform informației prezentate de „Floarea Soarelui” SA prin scrisoarea nr. 430 din 28.06.2022 cu referire la comercializarea uleiului pe piața internă, în baza facturilor fiscale:

- în luna martie 2021, [REDACTED] și „Lux Proba Grup” SRL au achiziționat următoarele cantități de ulei de la „Floarea Soarelui” SA:

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

[REDACTED]

- în luna septembrie, 2021, [REDACTED] și „Lux Proba Grup” SRL au achiziționat următoarele volume de ulei de la „Floarea Soarelui” SA :

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

■ [REDACTED]

[REDACTED]

(522) Astfel, în contextul în care „Lux Proba Grup” SRL a preluat de la „Floarea Soarelui” SA cantități de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat mult peste capacitatea de stocare [REDACTED] (cu circa [REDACTED]% mai mult în luna martie 2021 și cu circa [REDACTED]% mai mult în luna septembrie 2021), în perioade pentru care nu pot fi invocate prezența unor situații excepționale, argumentul „Lux Proba Grup” SRL privind lipsa capacității

■

logistice de a deservi clienți precum [REDACTED] nu se susține. Or, în aceleași luni analizate, martie 2021 și septembrie 2021, cantitățile contractate de [REDACTED] de la „Floarea Soarelui” SA a reprezentat circa [REDACTED]% și, respectiv, [REDACTED]% din totalul cantității de ulei contractat de către „Lux Proba Grup” SRL de la producător, iar cele contractate de [REDACTED] au reprezentat circa [REDACTED]%, respectiv, [REDACTED]%.

- (523) De fapt, se atestă capacitatea logistică a „Lux Proba Grup” SRL de a livra cantități necesare de ulei atât către [REDACTED], cât și către [REDACTED], iar în contextul în care „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA nu ar fi ales să coordoneze comportamentul cu scopul de a-și asigura un nivel acceptabil a marjei de profit și să evite o posibilă migrare a clienților de la o întreprindere la alta, ci să concureze pentru fiecare client, [REDACTED] și [REDACTED] ar fi reprezentat clienți potențiali inclusiv pentru „Lux Proba Grup” SRL.
- (524) Suplimentar, la observația că clienții „Lux Proba Grup” SRL nu ar putea fi deserviți de „Floarea Soarelui” SA întrucât modelul acesteia de business este diferit, nu înseamnă că acești clienți nu vor lua niciodată în calcul colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA, având următorul exemplu.
- (525) Întreprinderea [REDACTED] la data de 06.06.2022 solicita „Floarea Soarelui” SA într-un mesaj email „*o soluție pentru colaborarea directă*” pentru produsele de marcă „Floarea Soarelui” SA. În răspunsul din data de 13.06.2022 „Floarea Soarelui” SA informează [REDACTED] cu referire la solicitarea „*colaborării directe*” că acest subiect se află la etapa de discuții, iar despre rezultatul discuțiilor solicitantul urmează a fi informat ulterior.
- (526) Respectiv, inclusiv clienții „Lux Proba Grup” SRL admit colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA, în baza aprecierii că oferta „Floarea Soarelui” SA reprezenta de fapt o ofertă concurentă ofertei „Lux Proba Grup” SRL.
- (527) Referitor la scenariul ipotetic / contrafactual, care ia în calcul distribuția exclusivă de ulei pentru toți clienții „Lux Proba Grup” SRL, nu este clar din ce motive ar trebui „Lux Proba Grup” SRL să renunțe la distribuția mixtă și să opteze doar pentru distribuția exclusivă în contextul renunțării la schimbul de informații cu privire la prețuri și la coordonarea comportamentului său în contextul unei potențiale colaborări cu clienții „Floarea Soarelui” SA – [REDACTED].
- (528) Nici din cele acumulate la dosarul investigației, nici din cele prezentate în observații, nu se atestă incapacitatea logistică a „Lux Proba Grup” SRL de a deservi potențiali clienți precum [REDACTED].

- (529) „Lux Proba Grup” SRL nu a demonstrat cu probe concludente că aceasta nu ar putea prelua pe lângă clienții actuali cărora le livrează marfa prin distribuție mixtă (uleiul împreună cu alte produse alimentare și nealimentare) și clienții din retail ai „Floarea Soarelui” SA, ori s-a demonstrat că aceasta poate prelua de la „Floarea Soarelui” SA cel puțin [REDACTED] lunar de ulei, pe când, de exemplu, cererea lunară a [REDACTED] ar fi de doar [REDACTED] lunar.
- (530) Astfel, nu este clar în ce context ar avea relevanță acest scenariu contrafactual, care în orice caz, în raport cu distribuția mixtă va da rezultate cu efecte negative asupra tot lanțului de distribuție.

7.3 Argumentele părților cu privire la fixarea prețurilor

Observația „Floarea Soarelui” SA

- (531) „Floarea Soarelui” SA susține că nu stabilea / fixa prețurile în dependență de indicațiile unor terți și că de fapt prețurile de livrare ale „Lux Proba Grup” SRL diferă de prețurile oferite de „Floarea Soarelui” SA întreprinderilor [REDACTED].
- (532) Concluzia cu privire la împărțirea clienților este eronată, întrucât din răspunsurile prezentate de rețelele de unități comerciale se observă că acestea au optat pentru „Lux Proba Grup” SRL datorită faptului că este furnizor nu doar pentru uleiul de floarea-soarelui, dar și pentru alte poziții și categorii de mărfuri, un factor important în alegerea furnizorului fiind deținerea logisticii proprii dezvoltată, cu posibilitatea livrării produselor la fiecare punct de comerț în parte. Astfel, clienții au decis cu cine să colaboreze, aducând argumente care sunt în afara controlului „Floarea Soarelui” SA.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (533) În fapt, nu reprezintă o condiție obligatorie ca în urma schimbului de informație, prețurile să fie stabilite exact la același nivel.
- (534) Faptul că un acord nu a fost respectat în întregime sau parțial nu echivalează cu situația în care acel acord / practică concertată nu există și nu exonerează întreprinderile de la atragerea la răspundere conform prevederilor Legii concurenței.

- (535) Coordonarea comportamentului pe piață prin schimbul de informații individualizate între concurenți referitor la cantități sau prețuri pe care intenționează să le aplice în viitor sunt considerate per se ca fiind o restrângere a concurenței prin obiect.
- (536) În plus, așa cum susține Comisia la pct. 74 din Orientările privind acordurile de cooperare orizontală, schimburile private de informații dintre concurenți cu privire la intențiile lor individualizate în legătură cu prețurile viitoare ar fi considerate în mod normal ca fiind înțelegeri de tip cartel și ar fi amendate, întrucât au ca obiect, în general, fixarea prețurilor sau a cantităților.
- (537) Din cumulul de informații deținute la dosarul investigației, Consiliul Concurenței nu a determinat un alt scop al schimbului de informații, decât coordonarea prețurilor viitoare și înlocuirea concurenței oneste cu o formă de cooperare.
- (538) În ce privește concluzia cu privire la împărțirea clienților, Consiliul Concurenței susține, reieșind din examinarea cumulului de probe, că urmare a schimbului de informații și a coordonării comportamentului cu privire la stabilirea prețurilor a avut loc fixarea prețurilor de vânzare, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.
- (539) Concluzia privind existența / inexistența acțiunii de împărțire a clienților nu trebuie să se bazeze doar pe alegerea unor clienți ai „Lux Proba Grup” SRL de a colabora doar cu aceasta, alegere, care după cum susține „Floarea Soarelui” SA este în afara controlului producătorului, ci și pe faptul că inclusiv clienții „Floarea Soarelui” SA: [REDACTED] reprezintă de fapt potențial clienți ai „Lux Proba Grup” SRL.
- (540) La formularea concluziilor realizate în baza răspunsurilor de la clienții „Lux Proba Grup” SRL [REDACTED] [REDACTED]) „Floarea Soarelui” SA omite și răspunsurile de la clienții [REDACTED] care au comunicat prin scrisorile nr. 93 din 20.07.2022, respectiv nr. 1577 din 20.07.2022 către Consiliul Concurenței că sunt gata să examineze inclusiv oferta „Lux Proba Grup” SRL, în calitate de potențial furnizor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat.
- (541) Suplimentar, observația „Floarea Soarelui” SA precum că clienții „Lux Proba Grup” SRL nu sunt dispuși să colaboreze cu „Floarea Soarelui” SA pe motiv că alegerea acestora este în afara controlului „Floarea Soarelui” SA nu se susține.

- (542) Întreprinderea [REDACTED] SRL la data de 06.06.2022 solicita „Floarea Soarelui” SA „o soluție pentru colaborarea directă” pentru produsele de marcă „Floarea Soarelui” SA. În răspuns din 13.06.2022, dl „Floarea Soarelui” SA informa [REDACTED] SRL cu referire la solicitarea „colaborării directe” că acest subiect se află la etapa de discuții, iar despre rezultatul acestora solicitantul urmează a fi informat ulterior.
- (543) Respectiv, rezultă că, inclusiv clienții „Lux Proba Grup” SRL au admis colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA în baza aprecierii că oferta „Floarea Soarelui” SA reprezenta de fapt o ofertă concurentă ofertei „Lux Proba Grup” SRL.

7.4. Argumentele părților privind lipsa încălcării prin obiect, necesitatea analizei efectelor pe piață și a corespunderii acordului de distribuție prevederilor art. 6 alin. (1) din Legea concurenței

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la necesitatea analizei efectelor

- (544) „Floarea Soarelui” SA susține că practicile de schimb de informații sunt, *a priori*, condamnabile numai în ceea ce privește efectele lor. Relațiile contractuale dintre „Floarea Soarelui” SA și distribuitorul independent „Lux Proba Grup” SRL sunt acorduri pe verticală. Schimbul de informații în cazul acordurilor verticale poate contribui la creșterea eficienței și bunăstării consumatorilor.
- (545) „Floarea Soarelui” SA adus ca argument hotărârea Curții de Justiție a Uniunii Europene în cauza C-32/11 Allianz Hungaria, care la pct. 65-66 menționează: *„Astfel cum arată Comisia în Orientările privind aplicarea articolului [101] alineatul (3) [TFUE], „este vorba de restricții care, având în vedere obiectivele urmărite de regulile comunitare de concurență, au un potențial ridicat de efecte negative asupra concurenței, astfel încât este inutil, în sensul aplicării articolului [101] alineatul (1), să se demonstreze efectele reale asupra pieței. Această prezumție are la bază gravitatea restricției și experiența care arată că este foarte probabil ca acordurile care au ca obiect restrângerea concurenței să producă efecte negative asupra pieței și să periclitizeze obiectivele urmărite de regulile comunitare de concurență”. În opinia noastră, din cele de mai sus se deduce că această categorie trebuie interpretată în mod restrictiv și că*

trebuie să se limiteze la situațiile în care se poate aprecia un risc intrinsec de producere a unor efecte negative deosebit de grave.”³⁷

- (546) Astfel, „Floarea Soarelui” SA susține că investigația nu conține aprecierea riscului intrinsec de producere a unor efecte negative deosebit de grave. Mai mult ca atât, sistemul de distribuție este unul eficient, iar informația privind prețul de comercializare a producției sale este utilizată de „Floarea Soarelui” SA pentru a-și planifica și organiza procesul de producție, și a satisface mai bine interesele consumatorilor.
- (547) „Floarea Soarelui” SA consideră că în lipsa unor riscuri intrinseci de producere a unor efecte negative deosebit de grave, era necesară analiza efectelor pe piață a acordului de distribuție dintre „Floarea Soarelui” SA și distribuitorul independent „Lux Proba Grup” SRL.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (548) Cu referire la observația „Floarea Soarelui” SA precum că analiza efectuată de Consiliul Concurenței nu conține aprecierea riscului intrinsec de producere a unor efecte negative deosebit de grave, precizăm că la pct. 388 din decizie Consiliul Concurenței dă apreciere aptitudinii acordului / practicii concertate de a afecta concurența prin următoarele aspecte:
- *Concurența a fost eliminată între întreprinderile implicate care au decis să nu mai concureze prin preț între ele, înlocuind concurența onestă cu o formă de cooperare. Parametrul concurențial afectat în cazul de față este prețul, în condițiile în care concurența prin preț este cea mai vizibilă și mai importantă formă de concurență. Efectul unei concurențe efective constă în practicarea prețurilor diferențiate, orientate la costuri, făcând astfel, posibilă alocarea optimă a resurselor întreprinderilor și oferind consumatorilor beneficiul de a alege.*
 - *Concurența pe piețele investigate a fost denaturată prin vicierea comportamentului întreprinderilor investigate, astfel încât acesta să nu mai fie independent și individual, afectând, în acest mod, procesul concurențial care ar fi trebuit să genereze cel mai bun preț pentru consumatori/clienți.*
 - *Coordonarea prețurilor și a informațiilor sensibile comercial a influențat nu doar nivelul de preț aplicat pentru producția „Floarea Soarelui” SA, ci*

³⁷ CJEU, 14 March 2013, *Allianz Hungaria*, Case C-32/11, pt 65-66.

și prețul pentru alte mărci de ulei de floarea-soarelui, astfel fiind restrânsă inclusiv concurența inter-marcă.

- *Scopul urmărit prin coordonarea prețurilor viitoare consta inclusiv în manipularea condițiilor de preț pentru clienții acestor două întreprinderi, astfel încât să fie evitată o posibilă migrare a acestora de la o întreprindere la alta.*

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la necesitatea analizei efectelor pozitive pe piață

- (549) „Floarea Soarelui” SA susține că în cazul în care Consiliul Concurenței consideră că a demonstrat că acordul de distribuție împiedică, restrânge sau denaturează concurența în conformitate cu prevederile pct. 18 din Regulamentul privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale, Consiliul Concurenței urmează să evalueze efectele economice pozitive ale restricțiilor verticale.
- (550) Pentru a evalua efectele economice pozitive ale restricțiilor verticale este necesară comparația impactului asupra bunăstării consumatorului a rezilierii acordului de distribuție cu „Lux Proba Grup” SRL și crearea unei rețele proprii de distribuție cu ridicata care ar acoperi întreg teritoriu al Republicii Moldova.

Observația „Lux Proba Grup” SRL cu privire la efectele pozitive rezultate din coordonarea comportamentului

- (551) „Lux Proba Grup” SRL consideră că practicile de comunicare și schimbul de informații au prevenit prejudiciile pentru consumatori. În absența acestor practici, piața ar fi expusă dezechilibrelor din cauza marjelor scăzute ale „Lux Proba Grup” SRL, ceea ce ar putea forța întreprinderea să renunțe la afacerea cu ulei de floarea-soarelui în contextul volatilității pieței.
- (552) Dacă „Lux Proba Grup” SRL ar ieși din piață, întreprinderile mici ar fi obligate să achiziționeze ulei la prețuri mai mari de la [REDACTED] și să suporte costuri logistice suplimentare. Acest scenariu ar dezavantaja micii comercianți în competiția cu marii retaileri.
- (553) O altă alternativă ar fi ca „Floarea Soarelui” SA să vândă exclusiv prin „Lux Proba Grup” SRL, ceea ce ar perturba actualele achiziții directe ale [REDACTED]. Aceste întreprinderi ar putea pierde retro-bonusurile oferite de

„Floarea Soarelui” SA și ar putea contesta obligația acesteia de a le vinde direct dacă este dominantă.

- (554) Schimbul de informații are numeroase efecte pro-competitive, permițând „Lux Proba Grup” SRL să continue activitatea în distribuția uleiului de floarea soarelui, ceea ce sprijină menținerea concurenței pe piață.
- (555) Prezența „Lux Proba Grup” SRL pe piață asigură micilor comercianți aceleași avantaje de cost ca și marii retaileri, precum [REDACTED], menținând concurența pe piața finală și sprijinind micii comercianți în competiția cu marile conglomerate.
- (556) Micii comercianți beneficiază de ulei la prețuri reduse datorită modelului de afaceri al „Lux Proba Grup” SRL, care operează aproape de pragul de rentabilitate. Aceste costuri reduse permit micilor comercianți să ofere prețuri competitive consumatorilor finali, transferând economiile realizate.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (557) Consiliul Concurenței a determinat în cazul de față existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri, inclusiv a adaosului comercial și nu un acord vertical așa cum susține „Floarea Soarelui” SA în observație.
- (558) Nefiind un acord vertical, evaluarea acțiunii nu a fost realizată prin prisma prevederilor ce țin de acordurile verticale, respectiv prevederile Regulamentului privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale.
- (559) Fiind un acord / practică concertată de fixare a prețurilor, acesta cade automat sub incidența interdicției prevăzute de art. 5 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței și nu este nevoie să se analizeze efectele acesteia pe piața în cauză. Interzicerea unei asemenea practici prin obiect este justificată de faptul că aceasta forma de acord este considerată, ca fiind dăunătoare pentru funcționarea normală a concurenței prin însăși natura ei.
- (560) Totuși, Consiliul Concurenței a dat apreciere inclusiv efectului acordului / practicii concertate întrucât, așa cum s-a determinat, comportamentul coordonat a fost pus în practică prin aplicarea prețurilor în oferte către clienți, fapt ce rezultă, inclusiv, într-o împărțire a clienților (coordonarea unui nivel acceptabil al marjei de profit pentru ambele întreprinderi, inclusiv cu scopul de a evita migrarea clienților).

- (561) Acordul / practica concertată de fixare a prețurilor a afectat și denaturat nivelul de preț la furnizarea a circa [REDACTED] litri de ulei pe piața internă a Republicii Moldova în perioada 2019-2022 (tr. II), aici fiind inclus volumul uleiului de producție proprie a „Floarea Soarelui” SA furnizat de către aceasta și de către distribuitor și uleiul de tip [REDACTED] prețul cărora nu a fost supus procesului de concurență în perioada 2019-2022 (tr. II).

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Lux Proba Grup” SRL

- (562) „Lux Proba Grup” SRL nu a demonstrat că ar suporta marje scăzute în urma activității de aprovizionare a pieței de retail / HoReCa / industrie alimentară.
- (563) Așa cum s-a menționat mai sus, cu un profit net declarat de „Lux Proba Grup” SRL în perioada 2019-2022 între [REDACTED] lei, cu costuri de logistică sub [REDACTED]% din prețul de vânzare al uleiului în contextul actual al distribuției mixte, cu un adaos comercial de circa [REDACTED]% aplicat la prețul de vânzare către clienții Key Account, chiar și în contextul retro-bonusurilor [REDACTED] solicitate de unii clienți Key Account, marja de profit a „Lux Proba Grup” SRL ar fi de peste [REDACTED]% și nu de [REDACTED]%. Astfel, invocarea marjelor mici, uneori [REDACTED]%, ca argument al coordonării prețurilor viitoare cu „Floarea Soarelui” SA cu scopul de a asigura un nivel acceptabil al profitului, nu se susține.
- (564) Piața distribuției de produse alimentare și nealimentare s-a dezvoltat semnificativ față de perioada de până la anul 2011, de când „Lux Proba Grup” SRL colaborează cu „Floarea Soarelui” SA. Pe piața activează un șir de companii ce au dezvoltat noi rețele de distribuție și logistică, care ar putea face concurență „Lux Proba Grup” SRL.
- (565) Nici „Lux Proba Grup” SRL și nici „Floarea Soarelui” SA nu au luat în calcul preluarea distribuției de o nouă companie specializată în domeniu, și nici nu au demonstrat că nu ar exista distribuitori alternativi care ar putea prelua eficient activitatea de distribuție a uleiului a „Lux Proba Grup” SRL în cazul în care aceasta ar decide să renunțe, unicul scenariu prezentat fiind ieșirea „Lux Proba Grup” SRL de pe piața aprovizionării cu ulei și revenirea la distribuția prin intermediul [REDACTED].
- (566) „Lux Proba Grup” SRL argumentează schimbul de informație și coordonarea comportamentului cu „Floarea Soarelui” SA prin necesitatea protejării propriei afaceri și garantării unui nivel de profit agreeat, precizând că doar așa vor avea de câștigat inclusiv micii comercianți, care astfel primesc aceleași costuri ca și

_____ și, astfel, fiind transmisă o parte din economii consumatorilor individuali finali.

- (567) Consiliul Concurenței precizează cu privire la acest aspect că prin intervenția sa nu protejează concurenții, ci concurența în sine. Este important în primul rând ca anume interesele consumatorilor să nu aibă de suferit.
- (568) Atât timp cât coordonarea prețurilor în vederea garantării unui nivel de profit agreeat de „Lux Proba Grup” SRL a înlocuit concurența în sine (proces în urma căruia „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA urma să își ajusteze prețurile și comportamentul pe piață în funcție de propriile merite și costuri pentru a nu priva piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de beneficiile unei concurențe sănătoase), prețurile la ulei per se, nu au reflectat adevărata valoare a produselor. Astfel, clienții au fost privați de posibilitatea de a putea lua decizii informate, într-un mediu lipsit de distorsiuni de preț apărute urmare ajustării prețurilor în funcție de costurile concurenților.

Observația „Lux Proba Grup” SRL cu privire la conduita părților (lipsă restrângerii prin obiect, a cartelului dur, a scopului de maximizare a profitului, a formei de secretizare deliberată)

- (569) „Lux Proba Grup” SRL susține că nu există o încălcare după obiect conform legislației Republicii Moldova, întrucât, cartelurile implică coordonare orizontală, restrâng concurența, urmăresc maximizarea profitului și sunt caracterizate de secretizare și/sau înșelăciune, iar calificarea dată de Consiliul Concurenței comportamentului „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL drept cartel dur, nu îndeplinește condițiile de mai sus.
- (570) Scopul schimbului de informații a fost contracararea unei posibile comprimări a marjei de profit, fără intenția de a restrânge concurența.
- (571) Acțiunile privind schimbul de informație au fost transparente, desfășurate prin e-mailuri oficiale, accesibile angajaților relevanți, fără intenția de ascundere.
- (572) „Lux Proba Grup” SRL susține că nu există o încălcare după obiect nici conform legislației UE, întrucât ca comportamentul în cauză să se încadreze în interdicția unui cartel conform legislației UE în materie de concurență, adică să fie sub incidența art. 101 alin. (1) TFUE, comportamentul în cauză trebuie să aibă drept „obiect sau efect” împiedicarea, restrângerea sau denaturarea concurenței în cadrul pieței interne.

- (573) Conceptul de „restrângere a concurenței prin obiect” trebuie interpretat restrictiv.³⁸ În cauza Super Bock, CJUE a subliniat că o restrângere prin obiect poate fi stabilită numai după luarea în considerare a diferitelor criterii, în special conținutul acordului, contextul economic și juridic al cauzei, precum și natura bunurilor și serviciilor afectate.
- (574) Spre deosebire de „Lux Proba Grup” SRL, „Floarea Soarelui” SA nu aprovizionează alți comercianți cu amănuntul din Republica Moldova, adesea la scară mică (inclusiv HoReCa), care sunt o verigă importantă pentru aprovizionarea consumatorilor finali. Pentru a asigura paritatea și aprovizionarea tuturor acestor tipuri diferite de comercianți cu amănuntul, este necesar schimbul de informații între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.
- (575) Sub rezerva circumstanțelor speciale, acest schimb de informații a inclus și schimbul de prețuri de listă de vânzare cu amănuntul, astfel încât „Lux Proba Grup” SRL să poată rămâne pe piață prin asigurarea unui mediu concurențial similar față de și cu privire la comercianții săi, așa cum este prevăzut de „Floarea Soarelui” SA pentru [REDACTED].
- (576) Schimbul de informații între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL este direct legat de implementarea acordului vertical și este necesar pentru îmbunătățirea distribuției bunurilor contractuale.
- (577) Întrucât comportamentul vertical în cauză nu este o restrângere „prin obiect”, pentru ca comportamentul în cauză să intre sub incidența interdicției privind cartelurile din legislația UE în materie de concurență, este necesar să se examineze dacă practica concertată a avut ca rezultat orice efecte anticoncurențiale. În acest caz, astfel de efecte anticoncurențiale nu există.
- (578) Comportamentul în cauză nu dăunează consumatorului. Dimpotrivă, acest lucru permite aprovizionarea la nivel național în Republica Moldova și, deoarece „Lux Proba Grup” SRL percepe un preț care reflectă doar costul, chiar și micii comercianți cu amănuntul care acoperă zone și segmente de aprovizionare semnificative în Republica Moldova, vor rămâne pe piață și vor transmite cel puțin o parte din aceste economii către consumatorii individuali finali.

³⁸ C-211/22, Super Bock Bebidas, nr. 34.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Lux Proba Grup” SRL

- (579) **Referitor la concluzia „Lux Proba Grup” SRL precum că comportamentul calificat de Consiliul Concurenței în calitate de cartel dur de fapt nu întrunește condițiile pentru a fi calificat astfel**, Consiliul Concurenței a stabilit că acordul / practica concertată de stabilire / fixare a prețurilor de furnizare a uleiului de floarea soarelui îmbuteliat, reprezintă un fapt interzis expres de prevederile art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) și art. 7 alin. (1) lit. a) din Legea concurenței (în redacția la data săvârșirii încălcării).
- (580) Consiliul Concurenței a determinat în cazul de față existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri, inclusiv a adaosului comercial.
- (581) Conform art. 7 alin. (2) din Legea concurenței în coroborare cu alin. (1) al aceluiași articol, acordurile anticoncurențiale orizontale ce privesc fixarea prețurilor de vânzare, reprezintă unele dintre cele mai grave acorduri anticoncurențiale și se prezumă că, prin obiectul lor, au capacitatea de a împiedica, restrânge sau denatura concurența.
- (582) În susținerea afirmației că acordul anticoncurențial / practica concertată analizată reprezintă o restricționare a concurenței prin obiect au fost luat în considerare: conținutul acordului / practicii concertate, scopurile acesteia, contextul în care s-a aplicat și comportamentul efectiv al părților pe piață, precum și aptitudinea acesteia de a împiedica, restrânge sau denatura concurența.
- (583) **Referitor la observația că acțiunile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu implică o coordonare orizontală între concurenți**, „Lux Proba Grup” SRL își bazează alegațiile doar pe natura verticală a relațiilor cu „Floarea Soarelui” SA și omite complet partea orizontală a acesteia.
- (584) Faptul că „Lux Proba Grup” SRL a ales să nu concureze cu „Floarea Soarelui” SA pe clienți mari ca [REDACTED], nu înseamnă că „Lux Proba Grup” SRL se află pe un alt nivel al pieței de aprovizionare al pieței de retail decât „Floarea Soarelui” SA și că procesul concurențial este anulat și nu ar trebui să existe.
- (585) „Lux Proba Grup” SRL argumentează că „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu se adresează aceluiași segment de clienți, și că „Floarea Soarelui” SA nu ar putea vinde către clienții „Lux Proba Grup” SRL și invers.

- (586) Consiliul Concurenței nu consideră pertinentă argumentarea „Lux Proba Grup” SRL de mai sus, prin care susține de fapt că relația dintre întreprinderi nu ar fi de natura orizontală, doar din simplu fapt ca a ales să nu concureze pentru clienți ca [REDACTED].
- (587) Aceste afirmații, care nu iau în calcul concurența potențială, doar confirmă faptul că „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA tacit au împărțit clienții, însă omit posibilitatea clienților de a-și schimba furnizorul.
- (588) Consiliul Concurenței a determinat că „Lux Proba Grup” SRL ar deține de fapt capacitatea logistică de a livra cantități necesare de ulei atât către [REDACTED], iar în contextul în care „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA nu ar fi ales să coordoneze comportamentul cu scopul de a-și asigura un nivel acceptabil a marjei de profit și să evite o posibilă migrare a clienților de la o întreprindere la alta, ci să concureze pentru fiecare client, [REDACTED] ar fi reprezentat clienți potențiali inclusiv pentru „Lux Proba Grup” SRL.
- (589) La observația că clienții „Lux Proba Grup” SRL nu ar putea fi deserviți de „Floarea Soarelui” SA întrucât modelul acesteia de business este diferit, nu înseamnă că acești clienți nu vor lua niciodată în calcul colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA, or Consiliul Concurenței a demonstrat că inclusiv clienții „Lux Proba Grup” SRL admit colaborarea directă cu „Floarea Soarelui” SA, în baza aprecierii că oferta „Floarea Soarelui” SA ar reprezenta de fapt o ofertă concurentă ofertei „Lux Proba Grup” SRL.
- (590) **Referitor la observația că acțiunile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu implică un comportament exclusiv orientat spre maximizarea profitului în interes personal, ci viceversa**, de fapt, concurentul „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării este „Floarea Soarelui” SA și nu clienții „Floarea Soarelui” SA. Respectiv, ca să nu aplice acțiuni de „*margin squeeze*”, „Floarea Soarelui” SA urma să pornească la stabilirea prețurilor către clienții săi de la prețul de fabrică la care să adauge costul de distribuție și marja de profit, și nu de la prețul de fabrică+adaosul comercial al „Lux Proba Grup” SRL, respectiv care conține și marja de profit a „Lux Proba Grup” SRL.
- (591) Așa cum a fost expus la pct. 253-254 din decizie, „Lux Proba Grup” SRL solicita „Floarea Soarelui” SA să aplice către [REDACTED] un preț nu mai mic decât ar aplica „Lux Proba Grup” SRL propriilor clienți: [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] În ipoteza în care „Lux Proba

Grup” SRL ar fi considerat că se află în concurență cu [REDACTED] la furnizarea uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat, „Lux Proba Grup” SRL urma să se asigure că aceste două întreprinderi nu vor obține un preț mai mic decât cel pe care l-a obținut ea însăși de la „Floarea Soarelui” SA, adică [REDACTED].

- (592) Respectiv, cele determinate de Consiliul Concurenței în cadrul investigației denotă că „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL au realizat schimbul de informație referitor la prețurile viitoare în vederea alinierii politicii de preț pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, în sensul menținerii unui anumit nivel de preț pentru asigurarea unui nivel mai mare de profit cu eforturi minime.
- (593) **Referitor la observația că acțiunile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu include o formă de secretizare deliberată și/sau de înșelăciune din partea participanților**, în cazul în care atât „Lux Proba Grup” SRL, cât și „Floarea Soarelui” SA nici nu au admis că natura relațiilor lor comerciale au și un substrat orizontal, este puțin probabil ca acestea să fi conștientizat că coordonarea comportamentului pe piață prin schimbul de informații cu referire la prețurile viitoare poate reprezenta un acord anticoncurențiale orizontal prin obiect. Respectiv, secretizarea deliberată cu scopul ascunderii concertării atât față de mediul de afaceri, cât și față de autorități nici nu avea cum să fie urmărită de întreprinderi.
- (594) În contextul celor expuse supra, nu este relevantă nici afirmația precum că colaborarea deschisă și furnizarea completă a informațiilor către Consiliul Concurenței de către „Lux Proba Grup” SRL demonstrează un comportament transparent și respect față de reglementările concurențiale, deci, acest comportament ar indica faptul că compania nu a avut intenția de a ascunde înțelegerile sau practicile sale comerciale.
- (595) Adăugător, menționăm că caracteristica privind secretizarea deliberată a unui „cartel dur”, așa cum este invocată de „Lux Proba Grup” SRL în observații, reprezintă de fapt o sugestie suplimentară propusă de autorul articolului „Characterizing Hard Core Cartels Under Article 101 TFEU”, Niamh Dunne, Department of Law, London School of Economics³⁹ cu scopul de îngustare a parametrilor conceptului, caracteristică care, în opinia autorului, marchează aproape întotdeauna comportamentul tratat ca fiind de tip cartel și nu o condiție

³⁹ <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0003603X20929121>

indispensabilă prevăzută de o decizie a CJUE sau de un act de reglementare al Comisiei.

- (596) În concluzie, „Lux Proba Grup” SRL nu a adus probe relevante în susținerea faptului că comportamentul în speță nu ar reprezenta un acord anticoncurențial grav ce are ca obiect capacitatea de a împiedica, restrânge sau denatura concurența.
- (597) Cu toate acestea, s-a demonstrat inclusiv că acordul / practica concertată a avut și un efect restrictiv asupra pieței de aprovizionare. La pct. 394-398 din decizie este descris cum comportamentul coordonat a fost pus în practică prin aplicarea prețurilor în oferte către clienți (a se vedea pct. 269-271), fapt ce a afectat și denaturat nivelul de preț la furnizarea a circa ■■■ litri de ulei pe piața internă a Republicii Moldova în perioada 2019-2022 (tr. II).
- (598) **Referitor la calificarea acțiunii conform legislației UE**, la pct. 365 din decizie Consiliul Concurenței precizează că o practică concertată va intra sub incidența prevederilor art. 5 din Legea concurenței, chiar în absența efectelor anticoncurențiale pe piață. Ca și în cazul acordurilor între întreprinderi și deciziilor asociațiilor de întreprinderi, practicile concertate sunt interzise, indiferent de efectele lor, când acestea au obiect anticoncurențial⁴⁰.
- (599) Consecutiv, la pct. 366 din decizie este indicat că termenii „obiect” sau „efect” din prevederile art. 5 alin. (1) din Legea concurenței, trebuie interpretat disjunctiv, în sensul că obiectul, respectiv efectul, reprezintă cerințe alternative și nu cumulative.
- (600) În cazul de față, s-a determinat existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri, inclusiv a adaosului comercial.
- (601) În susținerea afirmației că acordul anticoncurențial / practica concertată analizată reprezintă o restricționare a concurenței prin obiect a fost luat în considerare atât conținutul acordului / practicii concertate (schimbul de informații referitoare la prețurile viitoare), obiectul acestuia (fixarea prețurilor în funcție de client, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților), contextul în care s-a aplicat și comportamentul efectiv al părților pe piață în calitate de concurenți, precum și aptitudinea acesteia de a împiedica, restrânge sau denatura concurența (a se vedea pct. 388 din decizie).

⁴⁰ Hotărârea în cauza C-199/92 P Htils/Comisia, [1999] ECR I-4287, pct. 158-166, dar și hotărârea în cauza C-49/92P Comisia/Anic Participazioni SpA, [1999] ECR I-4125, pct. 121

- (602) **Referitor la inexistența restrângerii prin obiect conform legislației UE**, în cadrul investigației s-a determinat existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea de prețuri.
- (603) Schimbul de informație între „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA se referă la informații privind prețurile viitoare la care efectiv „Lux Proba Grup” SRL urma să vândă bunurile pe piața din aval – piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, pe care este prezentă și „Floarea Soarelui” SA.
- (604) Fiind un acord / practică concertată de fixare a prețurilor, acesta cade automat sub incidența interdicției prevăzute de art. 5 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței și nu este nevoie să se analizeze efectele acesteia pe piața în cauză. Interzicerea unei asemenea practici prin obiect este justificată de faptul că aceasta forma de acord este considerată, ca fiind dăunătoare pentru funcționarea normală a concurenței prin însăși natura ei.
- (605) Fixarea prețurilor reprezintă o restricționare gravă a concurenței pentru faptul că permite participanților la înțelegere să previzioneze, cu un grad suficient de certitudine, care va fi politica de prețuri adoptată de concurent și, în acest fel, să nu își mai determine independent propria politică de prețuri.
- (606) Comportamentul întreprinderilor investigate a demonstrat opțiunea lor clară de a nu concura între ele prin preț, denaturând astfel un parametru esențial al pieței, și anume concurența, procesul concurențial fiind înlocuit cu o formă de cooperare care exclude incertitudinile cu privire la comportamentul viitor pe piață al părților implicate.
- (607) Citând jurisprudența CJUE în cauza C-211/22 - Super Bock Bebidas, SA, pct. 34-36, „Lux Proba Grup” SRL susține că comportamentul acesteia în speță trebuie plasat, în fond, în raport cu contextul specific al caracteristicilor aprovizionărilor cu ulei îmbuteliat și, în general, aprovizionărilor cu amănuntul din Republica Moldova, în care „Floarea Soarelui” și „Lux Proba” activează la diferite niveluri.
- (608) În context, Consiliul Concurenței reiterează faptul că acțiunea calificată ca acord / practică concertată nu vizează latura verticală a relației dintre „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA, ci latura orizontală, în care aceste două întreprinderi se plasează ca fiind concurente pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat, fapt ce atestă necesitatea evaluării acordului / practicii concertate prin prisma Regulamentului privind evaluarea acordurilor

orizontale anticoncurențiale și nu a Regulamentului privind evaluarea acordurilor verticale.

- (609) Așa cum a explicat Consiliul Concurenței la pct. 154-157 din decizie, aceeași abordare în cazul acordurilor verticale între întreprinderi concurente însă în cadrul cărora se manifestă un comportament cu substrat orizontal este prevăzută și la nivelul legislației Comisiei Europene.
- (610) Așa cum a prevăzut Comisia la pct. 27 din Orientările privind restricțiile verticale (2010/C 130/01), în cazul în care nu cad sub reglementarea Regulamentului de exceptare pe categorii al Comisiei nr. 330/2010, acordurile verticale dintre concurenți trebuie analizate, în ceea ce privește eventualele efecte de coluziune ale acestora, conform Orientările Comisiei privind acordurilor de cooperare orizontală .
- (611) Astfel, schimburile de informații care au loc în contextul distribuției duale, dar nu beneficiază de exceptare, conform opiniei Comisiei Europene trebuie analizate individual în considerarea art. 101 TFUE, luând în calcul Orientările privind acordurile de cooperare orizontală ale Comisiei.
- (612) De asemenea, „Lux Proba Grup” SRL susține că „Floarea Soarelui” SA aprovizionează piața cu amănuntul doar în cazuri excepționale și nu aprovizionează domeniul HoReCa, așa cum face „Lux Proba Grup” SRL, insistând astfel că întreprinderile activează la niveluri diferite.
- (613) Consiliul Concurenței a demonstrat că principalul obiectiv al schimbului de informații a fost coordonarea / adaptarea comportamentului propriu în raport cu comportamentul concurentului pentru a adopta o strategie de preț care ar permite ambelor întreprinderi asigurarea unui nivel acceptabil de profit.
- (614) Nu este necesar ca întreprinderile să fi livrat către clienți similari pentru a admite că a avut loc o prejudiciere a concurenței. Chiar și în contextul în care „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA și-au segmentat activitatea de distribuție, servind anumite categorii de clienți, coordonarea comportamentului a afectat prețurile atât către comercianții din retail de diferite dimensiuni și concepte de comercializare, cât și HORECA, ori așa cum a admis „Lux Proba Grup” SRL, aplică [REDACTED]. Rezultă că acțiunea de coordonare a prețurilor viitoare a afectat toată producția furnizată de către distribuitor.
- (615) „Lux Proba Grup” SRL susține că schimbul de informații între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL este direct legat de implementarea

acordului vertical și este necesar pentru îmbunătățirea distribuției bunurilor contractuale.

- (616) Totuși „Lux Proba Grup” SRL nu a demonstrat cum schimbul de informații anume privind prețurile viitoare și adaosul comercial aplicat de aceasta a contribuit la îmbunătățirea distribuției bunurilor contractuale și la efectele pro-concurențiale ale acordului vertical, în sensul în care unicul scenariu plauzibil pentru „Lux Proba Grup” SRL în cazul în care nu ar exista o astfel de coordonare a prețurilor ar fi cel contrafactual, în care „Lux Proba Grup” SRL ar realiza doar distribuția exclusivă de ulei, fapt ce per se, presupune majorare semnificativă de costuri.
- (617) **Referitor la faptul că nu există efecte anticoncurențiale conform legislației UE**, Consiliul Concurenței a determinat în cazul de față existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri, inclusiv a adaosului comercial, și nu un acord vertical așa cum susține „Floarea Soarelui” SA în observație.
- (618) Nefiind un acord vertical, evaluarea acțiunii nu a fost realizată prin prisma prevederilor ce țin de acordurile verticale, respectiv prevederile Regulamentului privind evaluarea acordurilor verticale anticoncurențiale.
- (619) Fiind un acord / practică concertată de fixare a prețurilor, acesta cade automat sub incidența interdicției prevăzute de art. 5 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței și nu este nevoie să se analizeze efectele acesteia pe piața în cauză. Interzicerea unei asemenea practici prin obiect este justificată de faptul că aceasta forma de acord este considerată, ca fiind dăunătoare pentru funcționarea normală a concurenței prin însăși natura ei.
- (620) Totuși, Consiliul Concurenței a dat apreciere, inclusiv efectului acordului / practicii concertate, întrucât, așa cum s-a determinat, comportamentul coordonat a fost pus în practică prin aplicarea prețurilor în oferte către clienți, fapt ce asigurat și o împărțire a clienților (coordonarea unui nivel acceptabil al marjei de profit pentru ambele întreprinderi, inclusiv cu scopul de a evita migrarea clienților).
- (621) Așa cum se menționează la pct. 397-398 din decizie, acordul / practica concertată de fixare a prețurilor a afectat și denaturat nivelul de preț la furnizarea a circa ■■■ litri de ulei pe piața internă a Republicii Moldova în perioada 2019-2022 (tr. II), aici fiind inclus volumul uleiului de producție proprie a „Floarea Soarelui” SA și furnizat de către aceasta și de către distribuitor, cât

și uleiul de tip [REDACTED] produs de „Floarea Soarelui” SA, în perioada 2019-2022 (tr. II).

Observația „Floarea Soarelui” SA cu privire la necesitatea analizei corespunderii acordului de distribuție prevederilor art. 6 alin. (1) din Legea concurenței

- (622) „Floarea Soarelui” SA susține că Consiliul Concurenței urma să realizeze analiza corespunderii acordului de distribuție dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL prevederilor art. 6 alin. (1) din Legea concurenței.
- (623) „Floarea Soarelui” SA susține că acordul de distribuție aduce creșteri în eficiență realizate din costuri prin economii de scară și gamă precum și creșteri în eficiență calitative.
- (624) De asemenea, informația privind prețul de comercializare a producției sale la nivelul comerțului cu ridicata și comerțului cu amănuntul, poartă un caracter vital pentru planificarea activității de producere a întreprinderii „Floarea Soarelui” SA. În lipsa acordului de distribuție cu „Lux Proba Grup” SRL, și creării rețelei proprii de distribuție „Floarea Soarelui” SA ar obține informațiile privind prețul de vânzare cu amănuntul (în condițiile adaosului comercial limitat) fără eforturi considerabile, dar în acest caz cheltuielile suportate de „Floarea Soarelui” SA pentru crearea rețelei proprii de distribuție vor fi puse pe seama consumatorilor finali.
- (625) Conform propriului studiu de fezabilitate, „Floarea Soarelui” SA consideră că urmare a introducerii rețelei proprii de distribuție, prețul cu amănuntul la o sticlă de ulei de floarea soarelui va crește cu aproximativ [REDACTED] lei. Pe durata amortizării investițiilor în rețea de circa [REDACTED] ani, consumatorii vor achita suplimentar circa [REDACTED] lei
- (626) Dacă relația dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL va fi considerată acord anticoncurențial, pentru a evita pe viitor riscul sancționării de către Consiliul Concurenței, „Floarea Soarelui” SA va analiza oportunitatea de a renunța la distribuția „Lux Proba Grup” SRL și de a crea o rețea proprie de distribuție, dar aceasta conform calculelor prezentate va avea impact negativ asupra bunăstării consumatorilor.
- (627) Existența acordului de distribuție cu „Lux Proba Grup” SRL în condițiile reglementării adaosului comercial asigură consumatorilor finali un preț mai mic decât dacă nu ar fi un astfel de acord. Astfel, consumatorii finali a producției „Floarea Soarelui” SA beneficiază de o parte echitabilă din

beneficiul obținut ca urmare a creșterii de eficiență de pe urma acordului de distribuție.

- (628) De asemenea, „Floarea Soarelui” SA susține în observații că acordul de distribuție *nu elimina concurența* în ceea ce privește o parte semnificativă a produselor în cauză, întrucât „Floarea Soarelui” SA fiind activă pe piața producerii și plasării pe piața Republicii Moldova a uleiului de floarea soarelui îmbuteliat intră în concurență cu alte întreprinderi de producere și import în Republica Moldova a uleiului de floarea soarelui îmbuteliat, iar „Lux Proba Grup” SRL comercializând cu ridicata ulei de floarea soarelui îmbuteliat intră în concurență cu alte întreprinderi care vând cu ridicata ulei de floarea soarelui îmbuteliat, inclusiv cu [REDACTED].

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (629) Consiliul Concurenței a determinat în cazul de față existența unui acord / practici concertate pe orizontală între două întreprinderi concurente care a avut ca obiect fixarea unor prețuri, inclusiv a adaosului comercial, și nu un acord vertical așa cum susține „Floarea Soarelui” SA în observație.
- (630) În susținerea afirmației că acordul / practica concertată analizată reprezintă o restricționare a concurenței prin obiect au fost luat în considerare: conținutul acordului / practicii concertate, scopurile acesteia, contextul în care s-a aplicat și comportamentul efectiv al părților pe piață, precum și aptitudinea acesteia de a împiedica, restrânge sau denatura concurența.
- (631) Acordurile care privesc prețurile, reprezintă unele dintre cele mai grave încălcări ale Legii concurenței, prevăzute expres în textul art. 5 alin. (1) din lege, fiind considerate drept restricții prin obiect. Respectiv, în sensul aplicării art. 5 alin. (5) din Legea concurenței, nu trebuie să se demonstreze efectele reale asupra pieței. Această prezumție are la bază gravitatea restricției și experiența care arată că este foarte probabil ca acordurile care au ca obiect restrângerea concurenței să producă efecte negative asupra pieței și să pericliteze obiectivele urmărite de regulile de concurență. În acest sens, în hotărârea în cauza Consten and Grundig, CJUE a statuat: nu este nevoie a se lua în considerare efectele concrete ale unei înțelegeri din moment ce este evident că obiectul său a fost de a preveni, restrânge sau distorsiona concurența.
- (632) Conform art. 7 alin. (2) din Legea concurenței în coroborare cu alin. (1), acordurile anticoncurențiale orizontale ce privesc fixarea prețurilor de vânzare, reprezintă unele dintre cele mai grave acorduri anticoncurențiale și se prezumă

că, prin obiectul lor, au capacitatea de a împiedica, restrânge sau denatura concurența, **iar conform art. 7 alin. (3), acestea nu beneficiază de exceptările prevăzute la art. 6 din Legea concurenței.**

- (633) „Floarea Soarelui” SA a încercat în observații să argumenteze schimbul de informații cu „Lux Proba Grup” SRL referitor la prețurile viitoare prin creșterea eficienței, prin necesitatea vitală în planificarea activității de producere a întreprinderii, precum și prin asigurarea consumatorilor cu o parte echitabilă din beneficiul obținut.
- (634) Consiliul Concurenței nu pune la îndoială utilizarea și eficiența unui sistem de distribuție terț, ce include beneficiile unei economii de scară și de gamă, precum nu condamnă nici necesitatea de monitorizare a pieței în scopul planificării activității de producere (de ex. monitorizarea prețurilor la raft a concurenților, inclusiv prin intermediul distribuitorului).
- (635) Consiliul Concurenței condamnă evitarea întreprinderilor de a aplica regulile concurenței prin complotarea de o manieră anti-competitivă, reieșind din schimbul de informație în prealabil despre atitudinea pe care intenționează să o adopte fiecare în așa fel încât fiecare să-și regleze conduita comercială știind că concurenții săi vor avea un comportament similar.
- (636) Consiliul Concurenței condamnă divulgarea de către întreprinderi a informațiilor strategice privind politica sa comercială viitoare, cu scopul de a reduce pentru concurenții implicați incertitudinea strategică în legătură cu funcționarea viitoare a pieței și a spori riscul de limitare a concurenței.
- (637) În fapt, „Floarea Soarelui” SA nu a argumentat cum concurența pe merit, în absența schimbului de informații strategice, respectiv, fără încercarea de adaptare la comportamentul viitor referitor la prețuri al „Lux Proba Grup” SRL ar fi afectat eficiența distribuției și activitatea de producere a acesteia.
- (638) Nu este obligația „Floarea Soarelui” SA de a asigura un nivel acceptabil al marjei de profit pentru „Lux Proba Grup” SRL și vice-versa. Ambele întreprinderi urmau să-și ajusteze prețurile și comportamentul pe piață în funcție de propriile merite și costuri pentru a nu priva piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de beneficiile unei concurențe sănătoase.
- (639) Atunci când fiecare participant pe piață ajustează prețurile în funcție de propriile costuri și în funcție de propria eficiență operațională, prețurile reflectă adevărata valoare a produselor. Astfel, clienții pot lua decizii informate și se

elimină distorsiunile de preț care pot apărea în cazul ajustării prețurilor în funcție de costurile concurenților.

- (640) Astfel, soluția „Floarea Soarelui” SA de a renunța la distribuția prin intermediul „Lux Proba Grup” SRL și de a crea un sistem de distribuție propriu, ca urmare a unei posibile amenzi aplicate de Consiliul Concurenței este una nefondată, atâta timp cât „Floarea Soarelui” SA nu poate aprecia care ar fi efectul negativ asupra propriei activități în absența acordului / practicii anticoncurențiale.
- (641) Atragem atenție și asupra faptului că piața distribuției de produse alimentare și nealimentare s-a dezvoltat semnificativ față de perioada de până la anul 2011, când „Lux Proba Grup” SRL a început colaborarea cu „Floarea Soarelui” SA. Pe piața activează un șir de companii ce au dezvoltat noi rețele de distribuție și logistică, care ar putea face concurență „Lux Proba Grup” SRL. Nici „Floarea Soarelui” SA și nici „Lux Proba Grup” SRL nu au luat în calcul și nici nu au demonstrat că nu ar exista distribuitori alternativi care ar putea prelua eficient activitatea de distribuție a uleiului a „Lux Proba Grup” SRL, în cazul în care aceasta ar decide să renunțe, unicul scenariu prezentat fiind ieșirea „Lux Proba Grup” SRL de pe piața aprovizionării cu ulei, revenirea la distribuția prin intermediul [REDACTED] sau dezvoltarea propriei rețele de distribuție de către „Floarea Soarelui” SA .
- (642) Referitor la observația „Floarea Soarelui” SA precum că acordul de distribuție dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL nu elimină concurența în ceea ce privește o parte semnificativă a produselor în cauză precizăm că în decizie s-a demonstrat că prin schimbul de informații strategice sensibile comercial și prin adaptarea comportamentului întreprinderilor investigate în dependență de aceste informații a fost eliminată concurența prin preț dintre „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, fiind afectată comercializarea a circa [REDACTED] de litri de ulei în perioada 2019-2022 (tr. II).
- (643) Coordonarea prețurilor și a informațiilor sensibile comercial a influențat nu doar nivelul de preț aplicat pentru producția „Floarea Soarelui” SA, ci și prețul pentru alte mărci de ulei de floarea-soarelui, astfel fiind restrânsă inclusiv concurența inter-marcă.
- (644) Comportamentul întreprinderilor investigate a demonstrat opțiunea lor clară de a nu concura între ele prin preț, denaturând astfel un parametru esențial al pieței, și anume concurența, procesul concurențial fiind înlocuit cu o formă de

cooperare care exclude incertitudinile cu privire la comportamentul viitor pe piață al părților implicate.

7.5. Referitor la încălcarea dreptului la apărare

Observațiile părților

- (645) Părțile au invocat faptul că nu au recepționat toate documentele confidențiale din materialele dosarului, iar ulterior accesului la dosar din data de 22.11.2024, că nu li s-a acordat timp suficient pentru a formula observații. Prin urmare, susțin că nu au putut realiza într-o măsură deplină drepturile la apărare garantate de lege.

Poziția Consiliului Concurenței

- (646) În acord cu prevederile art. 58 din Legea concurenței, întreprinderilor investigate le-a fost asigurată posibilitatea de a formula observații asupra raportului de investigație, accesul la dosar și dreptul la audieri. Astfel, „Floarea Soarelui” SA:
- A avut acces la dosar la data de 23.01.2024, 26.03.2024 și la data de 22.11.2024.
 - A prezentat observații asupra raportului de investigație la data de 27.03.2024 și la 15.11.2024.
 - A fost audiată în cadrul ședinței de audieri din data de 28.10.2024 și data de 18.12.2024.
- (647) Deși în apărarea sa, „Floarea Soarelui” SA susține că nu a recepționat toate documentele confidențiale din materialele dosarului, ceea ce ar fi împiedicat realizarea deplină a drepturilor sale la apărare, analiza argumentelor aduse în observațiile prezentate la data de 15.11.2024, precum și în cadrul audierilor din 28.10.2024 și 18.12.2024 demonstrează că acestea conțin o repetare a argumentelor formulate în observațiile din 27.03.2024 și au fost întemeiate pe informațiile la care părțile au primit acces după transmiterea raportului de investigație din 29.12.2023 și care au stat la baza propunerilor raportorului, de constatare a încălcării art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței. Respectiv, „Floarea Soarelui” SA a prezentat punctul de vedere asupra propunerilor raportorului în contextul informațiilor suplimentare din dosar, însă nu a prezentat nici un argument în legătură cu acestea. Astfel, părțile implicate

au avut posibilitatea reală și efectivă de a formula în apărarea lor observații și, prin urmare, drepturile la apărare a acestora prevăzute de art. 58 din Legea concurenței au fost respectate întocmai de către Consiliul Concurenței.

- (648) Prezenta Decizie se bazează exclusiv pe informațiile, constatările și probele la care părțile în cauză au avut acces și asupra cărora au avut posibilitate de a prezenta observații, în acord art. 65 alin. (3) din Legea concurenței.

7.6. Referitor la cererea de investigare suplimentară a cazului în conformitate cu art. 65 alin. (1) lit. c) din Legea concurenței

Observația „Floarea Soarelui” SA

- (649) „Floarea Soarelui” SA a solicitat dispunerea unei investigări suplimentare a cazului în conformitate cu art. 65 alin. (1) lit. c) din Legea concurenței, întrucât consideră că raportul de investigație nu conține clarificări concludente pe unele aspecte importante ce țin de:

- *Modalitatea de interpretare a probelor existente care dovedesc faptul că sugestiile primite din partea „Lux Proba Grup” SRL nu au fost implementate de „Floarea Soarelui” SA, acesta având numai rol consultativ pentru analizele și calculele interne ale „Floarea Soarelui” SA.*
- *Cadrul de reglementare aplicabil unui acord nerez reciproc de distribuție astfel cum este contractual de distribuție încheiat între „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.*
- *Identificarea corectă a pieței relevante pentru a putea calcula cotele de piață ale întreprinderilor investigate*
- *Stabilirea în concret și nu în abstract a caracterului de concurenți sau nu al întreprinderilor investigate la diferite nivele ale piețelor relevante identificate*
- *Identificarea schimburilor de informații vizate de investigație și clarificarea dacă reprezintă încălcări prin obiect sau efect.*

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (650) La data de 27.12.2024, Plenul Consiliului Concurenței a analizat cererea „Floarea Soarelui” SA și s-a expus cu privire la posibilitatea investigării suplimentare a cazului.
- (651) Astfel, Plenul a considerat că aspectele invocate ca temei pentru investigarea suplimentară au fost abordate într-un mod concludent în raportul de

investigație, nefiind determinate elemente noi în cererea „Floarea Soarelui” SA care să justifice o astfel de măsură.

- (652) În concluzie, Plenul Consiliului Concurenței a considerat ca neîntemeiată solicitarea de investigare suplimentară, fapt despre care „Floarea Soarelui” SA a fost informată.

8. INDIVIDUALIZAREA SANCTIUNII

- (653) În conformitate cu art. 71 din Legea concurenței, Plenul Consiliului Concurenței are dreptul să aplice, prin decizie, întreprinderilor amenzi în cazul în care, în mod intenționat sau din neglijență, aceste întreprinderi încalcă prevederile art. 5 din Legea concurenței.
- (654) Pentru determinarea nivelului de bază al amenzii, în conformitate cu art. 67 alin. (3) din Legea concurenței, ca bază de calcul se ia în considerare cifra de afaceri totală realizată de întreprindere sau asocierea de întreprinderi în anul anterior sancționării.
- (655) În acord cu prevederile art. 72 al Legii concurenței, nivelul de bază al amenzii pentru încălcarea normelor materiale ale legislației concurențiale se determină în funcție de gravitatea și durata faptei. Nivelul de bază se obține prin înmulțirea procentului determinat în funcție de gradul de gravitate cu factorul aferent duratei încălcării.
- (656) Individualizarea sancțiunilor prevăzute la art. 72 din Legea concurenței, se face ținând cont de gravitatea și durata faptei, luând în considerare criteriile prevăzute de art. 72 alin. (2), alin. (3) și alin. (5) din Legea concurenței. Totodată, cuantumul amenzii se bazează pe determinarea unui nivel de bază care se poate majora în cazul existenței circumstanțelor agravante sau se poate reduce în cazul existenței circumstanțelor atenuante.
- (657) Cifrele de afaceri realizate de întreprinderi în anul 2023:

Denumire întreprindere	Cifra de afaceri (lei)
„Floarea Soarelui” SA	
„Lux Proba Grup” SRL	

Sursa: Informații extrase din baza de date a Biroului Național de Statistică (www.statistica.gov.md)

8.1. Gravitatea

- (658) Conform art. 72 alin. (3) lit. c) din Legea concurenței, nivelul de bază calculat pentru gravitatea faptei constituie **de la 2% până la 4%** din cifra totală de afaceri realizată de către întreprinderile implicate în anul financiar anterior sancționării pentru **faptele de gravitate mare**, precum sunt **acordurile orizontale care implică fixarea prețurilor de vânzare a produselor către terți**, definite de art. 7 alin. (1) lit. a) din Legea concurenței și calificate ca încălcare a art. 5 din Legea concurenței.
- (659) Din cuprinsul pct. 12 și 13 subpct. 1) și 2) al Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale, tipurile de acorduri calificate drept restrictive prin obiect, conform art. 7 din Lege includ fixarea prețurilor, împărțirea pieții sau clienților, limitarea producției sau a vânzărilor, participarea cu oferte truate la licitații sau alte forme de concurs de oferte. Fixarea coordonată a prețului de către concurenți este, în special o înțelegere asupra prețurilor de vânzare și/sau formulei comune de calculare a prețului
- (660) În sensul prezentei investigații, practica concertată de fixarea/stabilire a prețului de vânzare este o încălcare prin obiect anticoncurențial în conformitate cu art. 72 alin. (3) lit. c) din Legea concurenței. Astfel, nivelul de bază calculat pentru gravitatea faptei poate constitui de la 2% la 4% din cifra totală de afaceri realizată de către întreprinderile implicate („Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL), în anul financiar anterior sancționării pentru încălcarea art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței.
- (661) Nu există temei pentru încadrarea faptei de gravitate mică sau medie, în conformitate cu art. 72 alin. (3) lit. a)-b) din Legea concurenței.
- (662) Evaluarea gravității unei încălcări se face de la caz la caz, pentru fiecare tip de încălcare, luându-se în considerare împrejurările relevante ale cazului. Astfel, se vor avea în vedere, natura faptei săvârșite, dimensiunea și importanța pieței relevante, precum și dimensiunea geografică a pieței relevante.
- (663) Conform art. 72 alin. (2) din Legea concurenței, la evaluarea gravității încălcării normelor materiale ale legislației concurențiale se iau în considerare, în special, natura faptei săvârșite, ponderea în cifra totală de afaceri a vânzărilor de produse realizate de întreprindere pe piața geografică relevantă de pe teritoriul Republicii Moldova care au legătură directă sau indirectă cu încălcarea (atunci când este posibilă o astfel de estimare), cotele de piață

cumulate ale tuturor întreprinderilor participante, impactul încălcării pe piață (atunci când acesta poate fi măsurat).

(664) Astfel, la evaluarea gravității faptelor anticoncurențiale realizate de „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, Consiliul Concurenței a luat în considerare următoarele împrejurări relevante ale cazului care ar putea conduce la aprecierea factorului de gravitate la limita maximă prevăzută de art. 72 alin. (3) lit. c) din Legea concurenței, și anume:

- natura faptelor comise – încălcarea art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL a vizat înțelegerea comună asupra condițiilor coordonării care a împiedicat, restrâns sau denaturat concurența, ceea ce determină existența unei practici concertate denumită acord anticoncurențial de natură orizontală în sensul art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței realizată de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL având ca obiect fixarea prețului de vânzare la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe piața aprovizionării pe teritoriul Republicii Moldova, inclusiv a adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților. În cadrul contactului direct, întreprinderile implicate au primit date strategice de fixare a prețului viitor de vânzare a uleiului de floarea-soarelui îmbuteliat. Respectiv, prin participarea la practica concertată ce a avut ca obiect fixarea prețurilor de vânzare la uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat către unii clienți ai „Floarea Soarelui” SA, a fost restrânsă concurența, în special, prin: limitarea posibilității părților de a concura una cu cealaltă în calitate de întreprinderi independente și prin limitarea marjei de negociere a clienților, comportament, care prin natura sa, constituie un acord orizontal, fiind o încălcare gravă a Legii concurenței;
- extinderea încălcării la nivel național – această faptă a acoperit întreg teritoriul Republicii Moldova, întrucât prețul pentru produs de care beneficia consumatorul (un parametru esențial al concurenței) a fost afectat semnificativ și concurența fiind eliminată pe o întreaga piață relevantă a produsului;

(665) Totodată, Consiliul Concurenței reține la aprecierea finală a factorului de gravitate, datele privind ponderea în cifra totală de afaceri a vânzărilor de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat realizate de întreprinderi pe piața geografică relevantă care au constituit în perioada analizată o pondere mică în cifra totală de afaceri a întreprinderilor.

- (666) În cazul de față, întru asigurarea respectării principiului proporționalității Consiliul Concurenței va lua în considerare ponderea în cifra totală de afaceri a vânzărilor de produse realizate de întreprinderi pe piața geografică relevantă și va reține, ca nivel de bază aferent gravității, procentul ■■■■ prevăzut de normele de individualizare pentru fapta de această natură în proporție de ■% din cifra de afaceri.
- (667) Prin urmare, cuantumul stabilit pentru gravitatea faptei constatate pentru fiecare întreprindere va constitui ■%.

8.2. Durata

- (668) Conform prevederilor art. 72 alin. (5) din Legea concurenței, în funcție de durată, faptele se împart în 3 categorii: fapte de scurtă durată (mai puțin de un an) sau cu consumare instantanee: factor 1; fapte de durată medie (de la un an la cinci ani): factor 1,2; și fapte de lungă durată (peste cinci ani): factor 1,4. Respectiv, nivelul de bază al amenzii se obține prin înmulțirea procentului determinat în funcție de gradul de gravitate cu factorul aferent duratei încălcării.
- (669) În cazul încălcării art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței de către „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, durata faptei este de 2 ani și 9 luni. Fapta se înscrie în categoria faptelor de durată medie, factor 1,2.

8.3. Nivelul de bază

- (670) În urma evaluării în funcție de gravitatea și durata faptei, nivelul de bază al amenzii pentru fiecare întreprindere a fost stabilit astfel:
- „Floarea Soarelui” SA: ■■■■ lei (factor de durată 1,2)
 - „Lux Proba Grup” SRL: ■■■■ lei (factor de durată 1,2)

Observația „Floarea Soarelui” SA referitor la principiul proporționalității amenzii

- (671) „Floarea Soarelui” SA consideră că Consiliul Concurenței nu este în drept să aplice amenda din cifra totală de afaceri, deoarece nu au fost aduse probe care

ar confirma încălcarea prevederilor art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței.

- (672) De asemenea, ținând cont de prevederile art. 3 alin. (7) din Legea concurenței care prevede că *„Legea concurenței se aplică cu luarea în considerare a jurisprudenței aplicabile a Curții de Justiție a Uniunii Europene și a altor instrumente de interpretare ale instituțiilor Uniunii Europene”* și pct. 13 din Orientările privind calcularea amenzilor aplicate în temeiul art. 23 alin. (2) lit. (a) din Regulamentul Comisiei nr. 1/2003 care prevede că pentru a determina cuantumul de bază al amenzii care urmează să fie aplicată, Comisia utilizează valoarea vânzărilor de bunuri sau servicii, realizate de întreprindere, care au legătură directă sau indirectă (1) cu încălcarea, în sectorul geografic relevant din teritoriul SEE, Consiliul Concurenței nu este în drept să aplice amenda din cifra totală de afaceri (comerțul intern și export), din cauza că investigația Consiliului Concurenței nu are legătură cu exportul producției „Floarea Soarelui” SA.
- (673) Suplimentar, în audieri „Floarea Soarelui” SA a invocat hotărârea CJUE în cauza C-385/21 Zenith Media Communications SRL împotriva Consiliului Concurenței din România⁴¹, în care instanța a susținut că în lumina principiului proporționalității *„Articolul 4 alineatul (3) TUE și articolul 101 TFUE trebuie interpretate în sensul că se opun unei reglementări sau unei practici naționale potrivit căreia, în vederea calculării amenzii aplicate unei întreprinderi pentru încălcarea articolului 101 TFUE, autoritatea națională de concurență este obligată, în orice împrejurări, să ia în considerare cifra de afaceri a întreprinderii respective, astfel cum este evidențiată în contul său de profit și pierderi, fără a dispune de posibilitatea de a examina elemente invocate de aceasta care urmăresc să demonstreze că cifra de afaceri menționată nu reflectă situația economică reală a întreprinderii respective și că, în consecință, trebuie să se ia în considerare, cu titlu de cifră de afaceri, un alt cuantum ce reflectă această situație, în măsura în care aceste elemente sunt precise și documentate.”*

Observația „Lux Proba Grup” SRL referitor la principiul proporționalității amenzii

- (674) „Lux Proba Grup” SRL consideră că amenda propusă de Consiliul Concurenței nu este rezonabilă, deoarece impactul acestei măsuri asupra „Lux Proba Grup”

⁴¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:62021CJ0385>

SRL este mai mare decât obiectivul public al prevenirii generale și speciale a faptelor anticoncurențiale.

- (675) Întreprinderea invocă dinamica negativă a profitului, prezentând următoarele date:

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

- (676) Aplicarea amenzii propuse de Consiliul Concurenței ar avea un impact major asupra activității „Lux Proba Grup” SRL, provocând încetarea activității „Lux Proba Grup” SRL inclusiv în distribuția altor produse de importanță pentru consumatori.
- (677) Conform Regulamentului Comisiei nr. 1/2003, amenda pentru încălcarea art. 101 TFUE constituie un procent din vânzările anuale ale societății corespunzătoare produsului vizat de încălcare. Ponderea veniturilor din distribuția de ulei de floarea-soarelui îmbuteliat în cifra totală de afaceri a Lux Proba Grup” SRL în perioada 2019-2022 a constituit între [REDACTED] % conform observațiilor prezentate la data de 27.03.2024 și între [REDACTED] % conform observațiilor din data de 06.12.2024. În conformitate cu prevederile legislației Republicii Moldova, în cazul, în care prevederile legii naționale intră în contradicție cu prevederile legii europene, prevalează legea internațională.
- (678) Totodată, „Lux Proba Grup” SRL a invocat faptul că amenda nu este proporțională nici legislației României și nici legislației UE, or conform practicii României aceasta ar beneficia de o reducere suplimentară de 45% din amendă, după aplicarea circumstanțelor atenuante, iar conform legislației UE, ar fi scutită de amendă întrucât în cazurile verticale doar producătorul este amendat de obicei, nu și comerciantul/distribuitorul care are acțiunea în cele mai multe cazuri sub constrângere, și contrar intereselor lor economice.

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Floarea Soarelui” SA

- (679) În decizie sunt aduse probe care confirmă încălcarea art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței care se sancționează potrivit art. 67 alin. (3), art. 71 lit. a), art. 72 alin. (3) din Legea concurenței.
- (680) În acord cu prevederile legale supra, stabilirea cuantumului amenzii se face prin determinarea nivelului de bază al acesteia, iar pentru determinarea nivelului de bază al amenzii, ca bază de calcul se **ia în considerare cifra de afaceri totală**

realizată de întreprindere în anul anterior sancționării. Deci, legiuitorul a avut în vedere o bază de calcul care să reflecte puterea economică a întreprinderii, deoarece în cazul unor întreprinderi care sunt active pe mai multe piețe și au o capacitate economică mai mare, raportarea la cifra de afaceri realizată pe piața relevantă nu este suficientă pentru a aprecia influența pe care acestea o puteau exercita în mod real pe piață, respectiv potențialele consecințe negative ale încălcării săvârșite.

- (681) Respectiv, Legea concurenței nu prevede altă bază de calcul a unei amenzi aplicate pentru încălcarea art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței, decât cifra de afaceri totală realizată de întreprindere în anul anterior sancționării. Iar la art. 4 din Legea concurenței se prevede expres că, ”cifra totală de afaceri” este valoare totală a vânzărilor de produse realizată de o întreprindere în cursul perioadei de gestiune. Respectiv, pentru valorificarea jurisprudenței UE⁴², se va reține constatarea că mărimea pieței relevante poate constitui un element care trebuie luat în considerare pentru stabilirea gravității încălcării, importanța acestuia variază în funcție de tipul de încălcare și de împrejurările particulare ale încălcării vizate.
- (682) În ce privește cauza C-385/21 Zenith Media Communications SRL împotriva Consiliului Concurenței din România, cauza respectivă face referire la obiecțiile unei agenții de publicitate în calitate de intermediar între clienții de publicitate și prestatorii de servicii de publicitate, care invocă faptul că cifra sa de afaceri includea sumele colectate în numele unor terți, și de fapt comisionul reținut din aceste sume reprezenta veniturile din activitatea curentă, iar CJUE în lumina acestei situații a venit să explice că autoritățile de concurență din statele membre în vederea calculării amenzii aplicate unei întreprinderi pentru încălcarea articolului 101 TFUE trebuie să ia în considerare elemente invocate de întreprinderi care urmăresc să demonstreze că cifra de afaceri menționată nu reflectă situația economică reală a întreprinderii respective și că, în consecință, trebuie să se ia în considerare, cu titlu de cifră de afaceri, un alt quantum ce reflectă această situație.
- (683) Consiliul Concurenței nu consideră relevant cazului de față acest exemplu adus în observații, or „Floarea Soarelui” SA nu se află în situația Zenith Media Communications, respectiv nu este un intermediar de servicii a cărei venituri din vânzări nu ar reprezenta situația economică reală a întreprinderii.

⁴² Hotărârea din 28.04.2010 Gutermann AG și alții/Comisia, pct. 268

Poziția Consiliului Concurenței la observația „Lux Proba Grup” SRL

(684) Profitul net, după impozitare, declarat de „Lux Proba Grup” SRL în perioada 2019-2023⁴³ a fost următorul:



(685) Reieșind din informațiile disponibile privind profitul net al întreprinderii, reducerea amenzii din motive de incapacitate de plată nu a fost argumentată și nici probată în regim suficient de obiectiv și convingător.

(686) Plenul Consiliului Concurenței nu acordă o reducere a amenzii doar pe baza simplei constatări a unei situații financiare nefavorabile sau precare. Astfel, nu au fost prezentate probe obiective care ar demonstra că amenda ar pune iremediabil în pericol viabilitatea economică a întreprinderii implicate și ar conduce la devalorizarea completă a activelor acesteia, într-un anumit context social și economic. În ceea ce privește ansamblul de condiții pentru acordarea reducerii, Curtea a statuat că Comisia nu este obligată ca la determinarea cuantumului amenzii care va fi aplicată pentru o încălcare a normelor de concurență, să țină seama de situația financiară precară a unei întreprinderi, întrucât recunoașterea unei asemenea obligații ar echivala cu conferirea unui avantaj concurențial nejustificat întreprinderilor care sunt mai puțin adaptate condițiilor pieței⁴⁴. Pentru acest motiv, simpla constatare a unei situații financiare nefavorabile nu poate fi suficientă pentru a fi reținută la acordarea unei reduceri.

(687) Având în vedere impactul încălcării art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței care prin natura sa (obiect) produce consecințe grave, atât economiei în ansamblu, cât și implicit consumatorului, pentru a fi eficiente sancțiunile trebuie să transmită un mesaj puternic de descurajare întreprinderilor implicate în încălcare și să fie într-un cuantum necesar realizării efectului disuasiv. Amenda aplicată a fost individualizată în limita prevederilor instituite la Capitolul VIII, Secțiunea I din Legea concurenței și raportată la

⁴³ potrivit informațiilor din Lista entităților care au prezentat situațiile financiare, elaborată de Biroul Național de Statistică

⁴⁴ Hotărârea din 28.06.2005, Dansk Rorindustri și alții/Comisia, C-189/02, pct. 327.

capacitatea financiară, respectând principiile proporționalității și individualizării sancțiunilor.

- (688) Referitor la faptul precum că Regulamentul Comisiei nr. 1/2003 UE prevede că amenda pentru încălcarea art. 101 TFUE constituie un procent din vânzările anuale ale societății corespunzătoare produsului vizat de încălcare și, astfel, Consiliul Concurenței ar trebui să aplice legea internațională, se precizează că Legea concurenței nu prevede altă bază de calcul a unei amenzi aplicate pentru încălcarea art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței, decât cifra de afaceri totală realizată de întreprindere în anul anterior sancționării.
- (689) Referitor la practica României și a Uniunii Europene, se menționează că Legea concurenței nu prevede alte condiții de calculare a amenzilor în cazul încălcărilor art. 5 alin. (1), decât cele prevăzute în capitolul VIII, Secțiunea I din Legea concurenței. Totodată, forma de încălcare în cazul de față reprezintă un acord / practică concertată de fixare a prețurilor pe orizontală și nu pe verticală, respectiv exemplele invocate precum că de obicei un distribuitor/comerciant nu este amendat în cazul constatării unui acord anticoncurențial vertical nu se aplică cazului de față.
- (690) Totodată, la stabilirea nivelului de bază a amenzii, în conformitate cu art. 72 alin. (3) lit. c) din Legea concurenței Consiliul Concurenței a ținut cont de ponderea în cifra totală de afaceri a vânzărilor de produse realizate de întreprinderi pe piața geografică relevantă, acesta fiind considerat factor determinant la stabilirea cuantumului pentru gravitatea faptei anticoncurențiale.

8.4. Ajustarea nivelului de bază

- (691) La individualizarea sancțiunilor Consiliul Concurenței ia în considerare toate circumstanțele cazului, care pot conduce la o diminuare sau la o majorare a nivelului de bază al amenzii.
- (692) În conformitate cu art. 73 alin. (1) din Legea concurenței, nivelul de bază al amenzii pentru încălcarea normelor materiale ale legislației concurențiale poate fi majorat sau redus cu un procent cuprins între 5% și 10% din cuantumul nivelului de bază stabilit în conformitate cu art. 72 pentru fiecare circumstanță agravantă ori atenuantă constatată.
- (693) În cazul investigat nu au fost identificate circumstanțe agravante sau atenuante.

Observația „Lux Proba Grup” SRL referitor la ajustarea nivelului de bază

- (694) „Lux Proba Grup” SRL consideră că Consiliul Concurenței nu a făcut o analiză a situației „Lux Proba Grup” SRL, stabilind doar că circumstanțele atenuante nu există. „Lux Proba Grup” SRL consideră circumstanță atenuantă lipsa unui prejudiciu adus consumatorilor ca rezultat al comportamentului investigat.
- (695) Având în vedere că Republica Moldova se confruntă cu provocări specifice în ceea ce privește nivelul de cunoaștere și aplicare a dreptului concurenței de către companii, interpretarea și aplicarea corectă a acestor reguli sunt dificile, mai ales în cazul unor concepte noi și complexe precum distribuția duală. În aceste condiții, în eventualitatea în care Consiliul Concurenței califică conduita investigată în calitate de distribuție duală, este rezonabil să se considere noutatea încălcării drept o circumstanță atenuantă în procesul de individualizare a sancțiunii.
- (696) „Lux Proba Grup” SRL susține că a cooperat voluntar, a furnizat toate documentele disponibile și orice alte informații suplimentare la fiecare solicitare și a abordat această problemă într-un mod deschis și transparent.
- (697) De asemenea, „Lux Proba Grup” SRL susține că a stabilit voluntar o politică internă de conformitate în domeniul concurenței și a legislației antitrust, precum și a depus eforturi pentru organizarea de sesiuni de instruire pentru angajați, atât intern, cât și prin parteneriate externe.

Poziția Consiliului Concurenței la observațiile „Lux Proba Grup” SRL

- (698) La individualizarea sancțiunilor Consiliul Concurenței ia în considerare toate circumstanțele cazului, care pot conduce la o diminuare sau la o majorare a nivelului de bază al amenzii
- (699) **Cu privire la lipsa efectelor asupra consumatorilor**, reiterăm că practica concertată de fixare a prețurilor constituie încălcare prin obiect anticoncurențial, fapt care exclude, în mod rezonabil, o astfel de apărare. Consiliul Concurenței a verificat mai întâi dacă practica concertată restrânge concurența prin obiect și doar în cazul în care rezultatul este negativ, va efectua o analiză prin prisma potențialelor efecte anticoncurențiale. Comportamentul întreprinderilor implicate a avut deci aptitudinea de a afecta structura pieței prin fixarea coordonată a prețului de vânzare la uleiul îmbuteliat către clienții „Floarea Soarelui” SA, pe care au influențat-o concret. La pct. 10 din

Regulamentului privind evaluarea acordurilor orizontale anticoncurențiale se instituie o veritabilă prezumție că restricțiile prin obiect au capacitatea de a restrânge concurența în sensul art. 5 alin. (1) din Lege. Stabilirea obiectului anticoncurențial al acordului este suficientă pentru constatarea existenței acordului anticoncurențial, nefiind necesară examinarea efectelor reale sau potențiale ale acordului respectiv asupra concurenței. În acord cu art. 4 al Legii concurenței, restrângerea semnificativă a concurenței are impact negativ asupra a cel puțin unuia din parametrii concurenței pe piață, cum ar fi: **prețul**, producția, calitatea produsului, varietatea produsului sau inovarea. Totodată, conform jurisprudenței constante a CJUE, efectul unei practici anticoncurențiale nu este un criteriu hotărâtor în aprecierea cuantumului adecvat al amenzi⁴⁵. În plus, acordurile orizontale în materia de prețuri au fost considerate ca fiind parte din încălcările cele mai grave ale dreptului concurenței și, prin urmare pot fi calificate, în sine, drept foarte grave⁴⁶.

- (700) Respectiv, Consiliul Concurenței prin intervenția sa nu protejează concurenții, ci concurența în sine, astfel încât parametrii pieței relevante să nu aibă de suferit.
- (701) Atâta timp cât coordonarea comportamentului asupra condițiilor de stabilire a prețurilor în vederea garantării unui nivel de profit agreeat de „Lux Proba Grup” SRL a înlocuit concurența în sine (proces în urma căruia „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA urma să își ajusteze prețurile și comportamentul pe piață în baza propriilor merite și costuri pentru a nu priva piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat de beneficiile unei concurențe sănătoase), prețurile la ulei de floarea-soarelui îmbuteliat per se, nu au reflectat prețul ofertei format într-un mediu concurențial loial. Astfel, clienții au fost privați de posibilitatea de a putea lua decizii informate, într-un mediu lipsit de distorsiuni de preț apărute urmare ajustării prețurilor în funcție de costurile concurenților.
- (702) **Cu referire la elementul de noutate a încălcării pentru piața Republicii Moldova**, în privința coordonării politicii comerciale în cadrul „distribuției duale” cu scopul fixării prețurilor de vânzare, Consiliul Concurenței precizează că nu reprezintă o nouă formă de încălcare. Aceasta implica deja practici tradiționale de coordonare între întreprinderi, în special în ceea ce privește stabilirea prețurilor, inclusiv și până la clarificările aduse de Comisie în Orientările privind restricțiile verticale (2022/C 248/01). Legislația concurențială a interzis orice acord/practică concertată care are ca scop

⁴⁵Hotărârea din 2.10.2003, Thyssen Stahl/Comisia, pct. 118

⁴⁶Hotărârea din 13.07.2011, Polimeri Europa/Comisia, pct. 225.

limitarea concurenței, iar clarificările aduse acestui concept de Comisie în 2022 reprezintă de fapt o extindere a unor principii deja existente. În plus, întreprinderile de mari dimensiuni cum sunt „Lux Proba Grup” SRL și „Floarea Soarelui” SA dispun de cunoștințe juridice și economice și de o infrastructură corespunzătoare, care exclude în mod rezonabil, o astfel de apărare, în vederea reducerii amenzii ca circumstanță atenuantă în legătură cu lipsa conștientizării caracterului anticoncurențial al practicii concertate stabilite în cadrul investigației, iar încurajarea comportamentului anticoncurențial prin legislație nu poate fi reținută.

- (703) Cât privește stabilirea voluntară a politicii de conformitate în domeniul concurenței și a legislației antitrust, trebuie de menționat că fiecare întreprindere are responsabilitatea de a se conforma legislației și de a se informa despre reglementările în vigoare. Totodată, sunt lipsite de consistență argumentele întreprinderii implicate că a depus eforturi pentru organizarea de sesiuni de instruire pentru angajați, atât intern, cât și prin parteneriate externe, întrucât nu semnifică un program cu obiective clare și cu impact real asupra activității „Lux Proba Grup” SRL în ceea ce privește conformitatea conduitei sale cu regulile de concurență.
- (704) Cu referire la cooperarea voluntară la prezentarea documentelor la solicitările Consiliului Concurenței, precum și stabilirea voluntară a unei politici interne de conformitate cu legislația concurențială, Consiliul Concurenței precizează că prezentarea informațiilor de către întreprinderi la solicitarea autorității de concurență reprezintă o obligație în conformitate cu art. 54 din Legea concurenței, iar participarea la practici concertate reprezintă acțiune interzisă în conformitate cu art. 5 alin. (1) din Lege. Respectiv, cele invocate, fiind în fapt obligații ce urmau a fi respectate de întreprindere, nu pot fi considerate circumstanțe atenuante la stabilirea amenzii.

8.5. Valoarea finală a amenzilor aplicate

- (705) În contextul celor expuse supra, cuantumul amenzilor din cifra totală de afaceri aplicate întreprinderilor în conformitate cu Legea concurenței nu sunt de natură să deterioreze semnificativ situația financiară a întreprinderilor, nivelul de bază aferent gravității practicii concertate a fost cel minim, respectiv ■% (dintr-un interval de 2%-4%) din cifra de afaceri prevăzut de art. 72 alin. (3) lit. c) din Legea concurenței, iar factorul de durată 1,2 (durata faptei este de 2 ani și 9 luni, octombrie 2019 - iunie 2022), fără reținerea cărorva circumstanțe agravante sau

atenuante. Respectiv, valoarea finală a amenzilor aplicate constituie ■■■% din cifra totală de afaceri a întreprinderii în anul 2023:⁴⁷

- „Floarea Soarelui” SA: 123 125 686 lei
- „Lux Proba Grup” SRL: 69 539 595 lei

9. CONCLUZII

- (706) Din analiza coroborată a probelor existente în dosarul de investigație a rezultat că comportamentul efectiv manifestat de întreprinderile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, cel puțin în perioada octombrie 2019 – iunie 2022, este specific unui acord orizontal / practică concertată constând în coordonarea politicilor comerciale cu scopul fixării unui anumit nivel al prețului de vânzare, inclusiv al adaosului comercial, ce a rezultat într-o împărțire a clienților. Întreprinderile implicate au evitat să aplice regulile concurenței prin complotarea de o manieră anti-competitivă, reieșind din schimbul de informație în prealabil despre atitudinea pe care intenționează să o adopte fiecare în așa fel încât fiecare să-și regleze conduita comercială știind că concurenții săi vor avea un comportament similar. Schimbul de informații strategice a condus la creșterea artificială a transparenței pe piață, fapt care a facilitat coordonarea comportamentului întreprinderilor și a generat probleme concurențiale. În plus, întreprinderile implicate au denaturat comportamentul comercial prin punerea în practică a celor atestate în schimbul de informații, în cadrul aceluiași nivel de aprovizionare a pieței, fapte care constituie încălcare a art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței.
- (707) Potrivit aspectelor constatate în prezenta decizie, durata încălcării săvârșite de întreprinderile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova este perioada octombrie 2019 – iunie 2022 (2 ani și 9 luni). Respectiv, urmează a fi impuse amenzi în conformitate cu art. 68-70 din Legea concurenței.
- (708) În ceea ce privește obiectul investigației cazului inițiat prin Dispoziția nr. 08 din 31.05.2022 referitor la semnele încălcării art. 11 din Legea concurenței privind modalitatea de stabilire a prețului pe piața aprovizionării cu uleiul de

⁴⁷ Quantumul final al amenzii este rotunjit în jos.

floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, nu au fost descoperite probe care să permită probarea existenței unei practici abuzive de poziție dominantă pe piața relevantă de către întreprinderile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL.

Ținând cont de circumstanțele de drept și de fapt constatate, în temeiul art. 41 alin. (1) lit. h) și art. 65 alin. (1) lit. a) și b) din Legea concurenței, Plenul Consiliului Concurenței

DECIDE:

1. A constata încălcarea prevederilor art. 5 alin. (1) și (3) lit. a) din Legea concurenței nr. 183/2012 (în redacția în vigoare la momentul săvârșirii faptei) de către întreprinderile „Floarea Soarelui” SA și „Lux Proba Grup” SRL, prin participarea la un acord orizontal / practică concertată îndreptată spre stabilirea / fixarea prețurilor de vânzare, inclusiv a adaosului comercial pe piața aprovizionării cu ulei de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, în perioada octombrie 2019 – iunie 2022.
2. Pentru încălcarea indicată la pct. 1, a aplica următoarele amenzi:
 - a. „Floarea Soarelui” SA: 123 125 686 lei (o sută douăzeci și trei milioane o sută douăzeci și cinci mii șase sute optzeci și șase lei), ceea ce constituie ■■■% din cifra totală de afaceri a întreprinderii în anul 2023;
 - b. „Lux Proba Grup” SRL: 69 539 595 lei (șaizeci și nouă milioane cinci sute treizeci și nouă mii cinci sute nouăzeci și cinci lei), ceea ce constituie ■■■% din cifra totală de afaceri a întreprinderii în anul 2023.
3. A înceta investigația inițiată prin Dispoziția nr. 08 din 31.05.2022 referitor la semnele încălcării art. 11 din Legea concurenței nr. 183/2012 privind modalitatea de stabilire a prețului pe piața aprovizionării cu uleiul de floarea-soarelui îmbuteliat pe teritoriul Republicii Moldova, în legătură cu faptul că pe parcursul desfășurării investigației nu au fost descoperite probe suficiente care ar justifica aplicarea de măsuri corective sau sancțiuni.
4. Sumele amenzilor urmează a fi achitate la bugetul de stat (cod IBAN MD83TRGAAA14311701000000, prestator beneficiar: Ministerul Finanțelor – Trezoreria de Stat), în termen de 60 de zile lucrătoare de la data comunicării prezentei decizii, cu mențiunea „Amendă aplicate de către Consiliul

Concurenței în conformitate cu prevederile Legii concurenței nr. 183/2012. Decizia nr. APD-08/22-38 din 27.12.2024”. O copie a actului care confirmă plata va fi transmisă către Consiliul Concurenței.

5. Decizia poate fi contestată, în termen de 30 de zile calendaristice de la primirea acesteia, la Judecătoria Chișinău, sediul Rîșcani, specializat în materie de contencios administrativ (mun. Chișinău, str. Kiev, 3).
6. Decizia intră în vigoare la data adoptării și va fi adusă la cunoștința părților.

Alexei GHERȚESCU
Președinte