



CONSILIUL CONCURENȚEI
REGISTRATURA GENERALĂ

RG / 16012 / 07.11.2025

CONSILIUL
CONCURENȚEI
ROMÂNIA



Domnului Secretar General Mario Ovidiu OPREA

SENATUL ROMÂNIEI
PARLAMENTUL ROMÂNIEI

Calea 13 Septembrie 1-3, București, cod poștal 050711

Biroul permanent al Senatului

Bp. 444 / 7.11.2025

Subiect: Adresa dumneavoastră nr. 5528/07.10.2025, înregistrată la Consiliul Concurenței cu nr. RG 16012/14.10.2025 (Cazul nr. 2502503)

Biroul permanent al Senatului

444 / 10.11.2025

Stimate domnule Secretar General,

Ca urmare a adresei dumneavoastră mai sus menționată, prin care solicitați opinia Consiliului Concurenței cu privire la *Propunerea legislativă pentru modificarea și completarea Legii concurenței nr. 21/1996 (b474/03.10.2025)* denumită, în continuare, *Propunerea legislativă*, vă comunicăm următoarele:

Din analiza *Propunerii legislative*, reiese faptul că aceasta are ca obiect modificarea și completarea Legii concurenței nr. 21/1996 în sensul instituirii limitării comercializării de către supermagazine și hipermagazine a mărcii proprii.

Potrivit *Expunerii de motive*, modificările propuse urmăresc instituirea unei măsuri concrete pentru restabilirea echilibrului pe piața de retail, prin:

1. Limitarea cotei de vânzări realizate prin produse sub marcă proprie la maximum 20% din totalul vânzărilor pe fiecare grupă de produse în hipermagazine și supermarketuri;
2. Introducerea obligației comercianților de a raporta anual către Consiliul Concurenței structura vânzărilor pe grupe de produse, în scopul monitorizării respectării limitei prevăzute;
3. Stabilirea de sancțiuni contravenționale proporționale cu cifra de afaceri, pentru nerespectarea dispozițiilor legale și pentru furnizarea de informații false sau incomplete;
4. Precizarea faptului că limitarea cotei de vânzări prin produse sub marcă proprie nu constituie operațiune de concentrare economică, cu excepția cazurilor în care este realizată în cadrul unor alte operațiuni ce se supun legislației specifice.

Consiliul Concurenței, în calitate de autoritate administrativă autonomă în domeniul concurenței, asigură aplicarea prevederilor *Legii nr. 81/2022 privind practicile comerciale neloiale dintre întreprinderi în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentară*^[1], precum și ale *Legii nr. 11/1991 privind combaterea concurenței neloiale, cu modificările și completările ulterioare*^[2], în limita competențelor încredințate prin aceste acte normative.

O eventuală limitare a vânzărilor de produse marcă proprie ar reprezenta o intervenție suplimentară asupra mecanismelor pieței, într-un context deja marcat de efectele unor reglementări recente, precum aplicarea și prelungirea succesivă a OUG nr. 67/2023.

^[1] denumită în continuare *Legea nr. 81/2022*;

^[2] denumită în continuare *Legea nr. 11/1991*;

Intervențiile repetate în sector au generat un grad ridicat de impredictibilitate în relațiile comerciale și în planificarea strategică a operatorilor economici. În același timp, diferențele dintre canalele de comerț, unde ponderea mărcilor proprii variază foarte mult între magazinele de tip hyper/supermarket și discounteri (pentru care modelul de comerț implică o pondere majoritară a mărcii proprii), reflectă modele comerciale distincte, construite pe logici economice diferite.

Produsele marcă proprie au devenit o componentă esențială pentru consumatori, oferind alternative mai accesibile într-un climat inflaționist și contribuind la menținerea echilibrului pieței. O restricție suplimentară aplicată sectorului de comerț riscă să afecteze stabilitatea și capacitatea naturală de adaptare a sectorului, cu efecte negative asupra consumatorului final.

În plus, propunerea de modificare a legii introduce un tratament discriminatoriu în funcție de suprafața magazinelor atât între retaileri (spre exemplu, sunt exceptate magazine precum Mega Image), cât și între magazinele aceluiași lanț, în contrast față de conceptul de concurență.

Menționăm, totodată, că o limitare a acestor produse ar putea avea efecte negative și la nivelul producătorilor, fiind cunoscut faptul că o parte din mărcile aparținând magazinelor sunt fabricate de producători de mici dimensiuni, inclusiv autohtoni. Aceste parteneriate includ adesea training pentru standarde de igienă, ambalare, logistică, dar și susținere pentru obținerea de certificări, ceea ce poate funcționa ca un accelerator pentru activitatea micilor producători.

Pe de altă parte, cadrul legislativ actual include deja instrumente menite să asigure echilibrul relațiilor comerciale și protejarea furnizorilor, precum Legea nr. 81/2022 privind practicile comerciale neloiale (UTP), ceea ce reduce necesitatea unor intervenții suplimentare.

Dispozițiile *Legii nr. 81/2022* reglementează relațiile comerciale dintre furnizori și cumpărători în cadrul lanțului de aprovizionare, cu scopul de a evita apariția unor practici comerciale neloiale în legătură cu vânzarea de produse agricole și/sau alimentare.

Legea nr. 81/2022 interzice^[3] cumpărătorului să aplice condiții comerciale diferite pentru produsele marcă privată ale producătorilor față de produsele marcă proprie ale comerciantului, pentru listarea/afișarea la raft. Astfel, cumpărătorul are obligația ca, pentru listarea/afișarea la raft a unei mărci private de producător/furnizor, să aplice condiții similare cu cele aplicate unei mărci aparținând magazinului, pe o anumită categorie. Condițiile de listare atât pentru marca proprie, cât și pentru marca privată trebuie să fie echitabile.

Asigurându-vă de întreaga noastră colaborare, vă stăm la dispoziție pentru orice alte detalii sau informații suplimentare.

Cu deosebită considerație,

Bogdan M. CHIRIȚOIU
Președinte

Bogdan Marius Chiritoiu
Digitally signed by
Bogdan Marius Chiritoiu
Date: 2025.11.07
11:19:01 +02'00'

^[3] art. 3 pct. 22 din *Legea nr. 81/2022*;