

NR.21/24.07.2024

## Informare și Analiză asupra Concentrării Economice pe Piața Comercializării cu Amănuntul

Domnului Sorin LUNGU, Director,  
Doamnei Teodora CARȚIȘ, Inspector de Concurență,  
Direcția Bunuri de Consum

### Consiliul Concurenței

P-ta Presei Libere nr. 1, corp D1, et. 7, 762B-dul Carol I, nr. 2-4, sector 3,  
București, România

**Re: Analiza unei concentrări economice pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, prin magazine nespecializate, respectiv prin Mega Image S.R.L. să se preia Profi Rom Food S.R.L.,**

*Stimate domnule Președinte,*

Suntem onorați să ne adresăm dumneavoastră și salutăm faptul că există acordul dialogului privind contextul problematicilor economice și pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, preponderent alimentare, existente la nivel național și internațional, din Sectorul Agroalimentar din România.

Considerăm că acest dialog este esențial pentru a identifica și implementa soluții viabile care să sprijine producătorii locali și să asigure competitivitatea produselor agroalimentare românești pe piețele interne și externe. Suntem deschiși să colaborăm și să discutăm despre :

1. **Respectarea Legislației:** Asigurarea respectării legislației naționale și europene de către toate părțile implicate în comerțul cu amănuntul, pentru a crea un mediu de afaceri echitabil și transparent.
2. **Suținerea Producătorilor Locali:** Promovarea produselor locale în marile lanțuri de retail și crearea unor condiții favorabile pentru producătorii autohtoni, astfel încât aceștia să poată concura echitabil cu produsele de import.

3. **Condiții Echitabile de Piață:** Eliminarea practicilor comerciale neloiale, cum ar fi termenele lungi de plată și taxele suplimentare impuse producătorilor, pentru a asigura sustenabilitatea financiară a acestora.
4. **Sustenabilitatea și Inovarea:** Sprijinirea adoptării de tehnologii noi și a practicilor sustenabile în agricultură, pentru a crește eficiența și competitivitatea sectorului agroalimentar.
5. **Educație și Formare:** Investiții în educația și formarea fermierilor și producătorilor, pentru a le oferi acestora cunoștințele și competențele necesare pentru a se adapta la cerințele pieței și la schimbările economice globale.

**Organizația Interprofesională Națională „ PRODCOM Legume-Fructe” din România** (OIPA ProdCom Legume Fructe), funcționează în baza O.U.G. nr. 103/2008 privind înființarea organizațiilor interprofesionale pentru produsele agroalimentare, completată cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000, cu privire la asociații și fundații, este persoană juridică română de drept privat, de **interes public, cu caracter profesional** iar prin reprezentanții activităților economice din cadrul filierei pe produs agroalimentar, este garantul asigurării și reglementării unui mediu concurențial normal, asigurându-se transparența și funcționarea adecvată a pieței și este reprezentanta sectorului fructe și legume la nivel național.

**VLAD Gheorghe**, în calitate de președinte al **OIPA ProdCom Legume Fructe**, reprezintă interesele producătorilor individuali, ale structurilor asociative și ale cooperativelor din domeniul legumelor și fructelor din România. În această funcție, el a adus în atenția publicului și autorităților preocupările legate de dificultățile cu care se confruntă sectorul horticol național.

Se pare că o parte din aceste dificultăți sunt cauzate de practicile marilor lanțuri de magazine, care, conform celor menționate de către VLAD Gheorghe, nu respectă în mod adecvat legislația în vigoare.

Aceste abateri includ:

1. **Respectarea Legislației:** VLAD Gheorghe susține că există încălcări ale legislației naționale și europene privind comerțul și concurența, care afectează negativ producătorii locali de legume și fructe.
2. **Condiții de Piață Nefavorabile:** Practicile comerciale ale unor lanțuri de magazine, cum ar fi termenele lungi de plată și impunerea unor taxe sau comisioane suplimentare, pot crea o presiune financiară semnificativă asupra producătorilor. Aceste condiții dificile afectează capacitatea acestora de a concura echitabil pe piață.

3. **Promovarea Produselor Locale:** Există o preocupare că produsele locale nu sunt promovate suficient în marile rețele de retail, care preferă să aducă pe rafturi produse din import, adesea la prețuri mai competitive.
4. **Reciprocitatea în Concurență:** VLAD Gheorghe a făcut apel la o mai bună aplicare a legislației privind concurența, subliniind necesitatea unor măsuri care să asigure condiții egale pentru toți actorii de pe piață, inclusiv pentru producătorii locali.

Prin aceste acțiuni și declarații, Vlad Gheorghe și OIPA ProdCom Legume Fructe își exprimă dorința de a vedea o piață mai echitabilă și transparentă, în care producătorii locali să fie sprijiniți și protejați împotriva practicilor comerciale neloiale.

OIPA ProdCom Legume Fructe are ca scop principal reprezentarea Sectorului Horticultură la nivel național și internațional a intereselor membrilor săi, precum și protejarea acestor interese în condițiile unei economii concurențiale, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare, respectiv art. 135 din Constituție „*economia României este o economie de piață, iar statul trebuie să asigure libertatea comerțului, protecția concurenței loiale...*”, prioritar în strategia de **dezvoltare durabilă a agriculturii României**.

OIPA ProdCom Legume Fructe România joacă un rol esențial în agricultură, cu impact economic, social și de mediu semnificativ la nivel național. Iată cum se manifestă aceste roluri:

#### 1. Rolul Economic:

- **Susținerea Producătorilor:** OIPA ProdCom Legume Fructe sprijină producătorii locali, facilitând accesul lor la piețe și îmbunătățindu-le capacitatea de a concura în mod echitabil, atât pe plan intern, cât și internațional.
- **Promovarea Produselor Locale:** Organizația promovează produsele de legume și fructe din România, contribuind la creșterea vizibilității și valorii acestora pe piață.
- **Dezvoltarea Economiei Locale:** Prin susținerea agriculturii locale, OIPA ProdCom Legume Fructe contribuie la dezvoltarea economică a comunităților rurale, creând locuri de muncă și stimulând economia locală.

#### 2. Rolul Social:

- **Sprijin pentru Comunități Rurale:** Prin promovarea agriculturii, organizația contribuie la îmbunătățirea condițiilor de viață din zonele rurale, oferind oportunități economice și sociale.

- **Educație și Formare:** OIPA ProdCom Legume Fructe facilitează accesul la formare profesională și educație pentru fermieri, ajutându-i să adopte practici moderne și eficiente.
- **Securitatea Alimentară:** Organizația joacă un rol crucial în asigurarea securității alimentare prin promovarea producției locale de alimente sănătoase și de calitate.

### 3. Rolul de Mediu:

- **Promovarea Practicilor Sustenabile:** OIPA ProdCom Legume Fructe încurajează utilizarea practicilor agricole sustenabile, care protejează mediul și resursele naturale.
- **Conservarea Biodiversității:** Prin sprijinirea diversității culturilor și a metodelor de agricultură ecologică, organizația contribuie la conservarea biodiversității în sectorul agricol.
- **Gestionarea Resurselor:** Organizația promovează gestionarea eficientă și responsabilă a resurselor naturale, inclusiv apa și solul, pentru a asigura sustenabilitatea pe termen lung a agriculturii.

În concluzie, OIPA ProdCom Legume Fructe joacă un rol esențial în dezvoltarea sectorului agroalimentar din România, influențând pozitiv economia, societatea și mediul.

OIPA ProdCom Legume-Fructe constituind o implicare de cca.70% printr-un **sistem de gestionare, prevenire și eliminare a riscurilor semnificative a pieței specifice**, în contextul schimbărilor climatice și sărăcia rurală (existând un studiu privitor schimbărilor climatice, transformarea digitală, inegalitățile și societățile în curs de îmbătrânire) pentru schimbarea acestei paradigme în perspectivă ca pachet integrat pentru popor de bunăstare și durabilitate.

OIPA ProdCom Legume-Fructe pledează la nivel european și național cu birouri și organizații partenere pentru sisteme alimentare mai durabile. Dorim să creștem gradul de conștientizare și implicare a factorului politică și publică pentru o schimbare sistemică în sistemele noastre alimentare, de la agricultura și produse durabile corecte sănătoase, la „alimente bune”, gestionarea risipei alimentare.

Având în vedere Analiza operațiunii de concentrare economică pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, **preponderent alimentare**, prin magazine nespecializate, în urma căreia Delhaize „The Lion” Nederland B.V., prezent pe piața românească prin intermediul Mega Image S.R.L., intenționează să preia Profi Rom Food S.R.L. fapt pentru care vă supunem spre informare și analiză următoarele aspecte :

- 1. Impactul acestei concentrări pe piața locală este un real pericol pentru economiile agricole locale** va construi un lider pe piața românească de magazine de proximitate (sunt între 45 și 59 de regiuni posibil afectate).

*Ex.: „ Reprezintă cea mai mare tranzacție pe segmentul de produse alimentare din Europa continentală care implică un fond de private equity. De asemenea, tranzacția era cea mai mare de până la acel moment pe segmentul alimentar din Europa Centrală și de Est “.*

*„Împreună, cele două rețele - Mega Image și Profi - vor avea 2.600 de magazine și o cifră de afaceri de 4 mld. euro, adică 35% din tot segmentul de supermarketuri și 20% din întregul retail modern. Cu o cotă de piață de peste o treime din afacerile supermarketurilor și de peste 60% din numărul total al unităților, se pune întrebarea dacă gigantul care ar lua naștere din Mega Image și Profi ar avea o putere prea mare în negocierea cu furnizorii locali, astfel încât să beneficieze de prețuri mici la aprovizionare și de puterea de a seta prețurile pentru consumatorii care nu au alte variante la îndemână.“*

- 2. Impactul operațiunii asupra consumatorului final și al furnizorilor** pe piața de vânzare cu amănuntul a bunurilor de consum curent va fi dezastruos având în vedere faptul că vor fi amplasate încă 5.000 de containere magazin care nu vor avea și ține cont de poziționarea acestora **mai ales în zona rurală și/sau chiar în gospodăria țărănească** pentru a o transforma în real consumator .

- 3. Preluarea prin intermediul Mega Image S.R.L., intenționează să preia Profi Rom Food S.R.L. este o practică concertată** pentru eliminarea, limitarea și împiedicarea de pe piață a altor concurenți, respectiv libertatea exercitării concurenței de către alți agenți economici.

*Context : Legea Concurenței Nr. 21 din 10 aprilie 1996, republicată prevede: Art. 5, lit. g din: „ Sunt interzise (...) orice practici concertate (...) care au ca efect restrângerea, împiedicarea sau denaturarea concurenței pe piața românească sau pe o parte a acesteia, în special cele care urmăresc: (...) g) eliminarea de pe piață a altor concurenți, limitarea sau împiedicarea accesului pe piață și a libertății exercitării concurenței de către alți agenți economici...”.*

- 4. Refuzul categoric de a discuta cu producătorul prețul de raft** al produselor și aplicarea arbitrară a adaosurilor comerciale (atât de mari uneori, încât fac produsele nevandabile).

*Context: Legea Concurenței Nr. 21 din 10 aprilie 1996, republicată: prevede la Art. 5, lit. d, următoarele: „ Sunt interzise (...) d) aplicarea, în privința partenerilor comerciali, a unor condiții inegale la prestații echivalente, provocând în acest fel, unora dintre ei, un dezavantaj în poziția concurențială;”.*

Dacă ne raportăm la datele financiare aferente lui 2022, ultimele disponibile pentru toți jucătorii din piață, reiese că grupul olandezo-belgian Ahold Delhaize devine **lider de piață în România**, în locul **Lidl**, ajungând la afaceri nete consolidate în valoare de **aproximativ 20,4 miliarde de lei**, față de 18,5 miliarde de lei cât a raportat lanțul de discount al Lidl&Schwarz. Profi opera peste 1.650 de magazine proprii și Partener în peste 800 localități urbane și rurale (piețe), în timp ce Mega Image, brandul Ahold Delhaize, opera 969 de magazine.

Impactul concentrării economice pe piața locală este un aspect critic care poate avea consecințe semnificative asupra economiilor agricole locale. Această concentrare poate duce la formarea unui lider dominant pe piața românească de magazine de proximitate, ceea ce poate afecta între 45 și 59 de regiuni din țară. Iată câteva aspecte ale acestui impact:

#### **1. Reducerea Diversității Comerciale:**

- O concentrare economică semnificativă poate limita diversitatea ofertelor comerciale, reducând opțiunile disponibile pentru consumatori. Acest lucru poate însemna mai puține produse locale și o preferință pentru produsele oferite de marii retaileri, adesea importate.

#### **2. Presiuni asupra Producătorilor Locali:**

- Concentrarea pieței poate duce la o poziție de negociere mai slabă pentru producătorii locali, care se pot confrunta cu cerințe mai stricte și prețuri mai mici impuse de lanțurile de retail dominante. Acest lucru poate afecta profitabilitatea și sustenabilitatea fermelor mici și medii.

#### **3. Creșterea Costurilor pentru Consumatori:**

- Dacă piața devine dominată de câțiva jucători mari, aceasta poate duce la creșterea prețurilor, deoarece concurența redusă limitează opțiunile pentru consumatori și reduce presiunea asupra prețurilor.

#### **4. Impactul asupra Locurilor de Muncă:**

- Concentrările economice pot duce la închiderea magazinelor independente și a altor afaceri mici, reducând astfel locurile de muncă disponibile la nivel local și afectând economia locală.

#### **5. Dificultăți în Accesul la Piață:**

- Fermierii și producătorii locali pot avea dificultăți în accesul la piețele de retail, deoarece marile lanțuri de magazine pot prefera să lucreze cu furnizori mari, care pot oferi volume mari și prețuri mai mici.

Pentru a contracara aceste efecte negative, este importantă promovarea unui cadru legislativ care să susțină concurența echitabilă, protejând în același timp producătorii locali și asigurând accesul acestora pe piață. De asemenea, consumatorii pot juca un rol crucial prin susținerea produselor locale și a micilor afaceri.

Am menționat toate aceste aspecte concrete și expres definite în legislația națională pentru a o respecta și a ne conforma acesteia pentru o mai bună gestionare a posibilelor riscuri, ce **ar putea destabiliza suveranitatea și siguranța alimentară la nivel național**. Reflectând la următoarele aspecte privind **impactul asupra consumatorului, de a nu lăsa concentrare economică** pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, preponderent alimentare, **impactul asupra furnizorilor locali autohtoni**, către **o singură companie** Delhaize "The Lion" Nederland BV este o companie a **grupul olandezo-belgian Ahold Delhaize**, prezent pe piața românească prin intermediul **Mega Image S.R.L.**

**Economia rurală românească**, dominată de agricultură în mare parte, este încă slab integrată în economia de piață. În contextul actual al economiei de piață, de modul înțelegerii și aplicării tehnicilor de marketing depinde bunăstarea cetățenilor din zona rurală și urbană, precum și bunăstarea producătorilor agricoli. Analizând evoluția acestora într-un interval de timp suficient de lung pentru așezarea și consolidarea structuralor agrare ale României, luând act de progresele prea lente, ale ansamblului sistemului agroalimentar național, discrepanțele și non convergențele încă prea mari între agricultura românească și cea din țările UE, de existența una sau extinse zone de sărăcie rurală severă, precum și de precaritatea securității alimentare a populației României. Motiv pentru care propunem să garantarea securității și siguranței alimentare, prin asigurarea integrală a necesarului intern de produse alimentare de calitate îmbunătățită și a unui excedent, față de consumul alimentar intern, disponibil pentru export.

Avem studii elaborate cu sprijinul unor experți din agricultură, cu o dinamică de dezvoltare prin sisteme inteligente/geostrategice cât și la implementarea efectivă a acestora la nivelul național în cadrul instituțional românesc, pentru o mai bună gestionare a posibilelor riscuri, ce ar putea destabiliza suveranitatea și siguranța alimentară la nivel național. În vederea acestui demers s-a recurs la consultarea unei literaturi de specialitate, destul de amplă, pentru a se identifica importanța **asigurării securității și siguranței alimentare** într-un mediu agricol aflat în continuă schimbare la nivel global și care se dorește a fi interconectat la politicile agricole europene.

Prezentul document de politică publică promovează și încurajează o dezvoltare durabilă a sectorului agroalimentar și a zonelor rurale din România prin prisma nevoii de a stabili un echilibru între dezvoltarea economică și impactul agriculturii asupra mediului.

Având în vedere contextul geopolitic și socio-economic actual legumicultura este o supapă de siguranță pentru economia și societatea românească, care prin valorificarea suficientă a resurselor naturale-terenul și a potențialului substanțial

existent-capitalul uman, pentru o dezvoltare mai mare și integrarea acestora în sistemul agroalimentar 2024-2050.

Politica acestui sector trebuie să răspundă exigențelor pieței prin reducerea fluctuațiilor de preț și a dezechilibrului dintre cerere și ofertă și să încurajeze consumul de legume și fructe, asigurând în același timp competitivitatea produselor.

Organizațiile de producători reprezintă principalii actori ai organizării comune a pieței legumelor și fructelor, al căror rol constă în concentrarea ofertei și adaptarea acesteia la cererea pieței, acționând în numele și interesele membrilor. Organizațiile de producători pot, cu sprijin financiar comunitar și în baza unui program operațional aprobat, să desfășoare activități în domeniul calității producției – producție biologică, al protecției mediului, activități de marketing, promovare și inovare a produselor, activități de prevenire și gestionare a crizelor.

Având în vedere starea de fapt și de drept a agriculturii, a sistemului agroalimentar și a spațiului rural românesc după mai bine de trei decenii de la evenimentele din decembrie 1989 și șaptesprezece ani de la aderarea României la UE, analizând evoluția acestora, vă solicităm respectuos să analizați și să dispuneți în consecință .

Închei prin a vă spune ca am aprecia foarte mult oportunitatea de a va putea demonstra funcționarea celor menționate mai sus, respectiv **echilibrarea deficitului Balanței comerciale, asigurarea necesarului de consum al populației cu produse agro-alimentare.**

Stimate Doamnă **CHIRIȚOIU Ct. Bogdan – Marius, în calitate de Președinte al Consiliului Concurenței**, vă adresăm rugămintea de a lua în considerare cele menționate anterior, având în vedere impactul concentrării economice pe piața locală și efectele asupra economiilor agricole locale.

Având în vedere importanța acestui subiect pentru autoritatea condusă de dumneavoastră, vă invităm să stabiliți și să participați la o întâlnire cu echipa managerială a OIPA ProdCom Legume Fructe. Această întâlnire ar avea ca scop prezentarea detaliilor privind suveranitatea și siguranța alimentară la nivel național, precum și discutarea priorităților în cadrul strategiei de dezvoltare durabilă a agriculturii și tranziția către o Românie durabilă în perspectiva 2024-2050.

Prin această întâlnire, ne dorim să:

1. **Detaliem Impactul Concentrației Economice:** Să vă oferim o imagine clară asupra modului în care concentrarea pieței afectează producătorii locali și economia agricolă, precum și măsurile necesare pentru a asigura o concurență echitabilă.

2. **Analizăm Strategiile de Dezvoltare Durabilă:** Să discutăm despre strategii și măsuri care pot fi implementate pentru a susține dezvoltarea durabilă a agriculturii și pentru a promova tranziția către o economie agricolă sustenabilă.
3. **Împărtășim Prioritățile pentru 2024-2050:** Să identificăm prioritățile și obiectivele comune pentru perioada 2024-2050, pentru a asigura o dezvoltare coerentă și integrată a sectorului agroalimentar din România.

Apreciem profund atenția și deschiderea dumneavoastră pentru acest subiect de importanță națională și așteptăm cu interes oportunitatea de a colabora pentru găsirea soluțiilor optime. Considerăm că alăturarea serviciilor noastre, destinate consumatorilor și agricultorilor, onorează ambele părți.

Suntem încrezători că, prin cooperare și dialog, putem găsi soluții eficiente pentru a depăși provocările actuale și pentru a asigura un viitor prosper pentru sectorul agroalimentar din România.

Vă rugăm să ne comunicați disponibilitatea dumneavoastră pentru a stabili o dată convenabilă pentru această întâlnire.

Cu deosebită considerație,

**VLAD GHEORGHE**  
**Președinte OIPA ProdCom Legume Fructe România**