



MONITORUL OFICIAL

AL

ROMÂNIEI

Anul 178 (XXII) — Nr. 553

PARTEA I
LEGI, DECRETE, HOTĂRĂRI ȘI ALTE ACTE

Joi, 5 august 2010

SUMAR

<u>Nr.</u>	<u>Pagina</u>	<u>Nr.</u>	<u>Pagina</u>
DECIZII			
3.	— Decizie privind convocarea Camerei Deputaților în sesiune extraordinară	2	
HOTĂRĂRI ALE GUVERNULUI ROMÂNIEI			
727.	— Hotărâre privind darea în administrarea Ministerului Transporturilor și Infrastructurii a unor terenuri situate în municipiul Calafat, județul Dolj, în vederea realizării de către Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A. a obiectivului de interes național „Construcția infrastructurii de acces rutier și feroviar la cel de-al doilea pod peste Dunăre de la Calafat—Vidin”	2–3	
744.	— Hotărâre pentru modificarea valorilor de inventar ale unor imobile aflate în inventarul bunurilor din domeniul public al statului	3	
ACTE ALE CONSILIULUI CONCURENȚEI			
385.	— Ordin pentru punerea în aplicare a Regulamentului privind concentrările economice	4	
ACTE ALE BĂNCII NAȚIONALE A ROMÂNIEI			
		24.	— Circulară privind punerea în circulație, în scop numismatic, a unei monede dedicate aniversării a 150 de ani de la nașterea sopranei Hariclea Darclée
			★
			Rectificări

386.	— Ordin pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor privind conceptele de concentrare economică, întreprindere implicată, funcționare deplină și cifră de afaceri	4	
387.	— Ordin pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor privind restricționările direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrărilor economice	5–8	
388.	— Ordin pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor privind definirea pieței relevante	8–14	
389.	— Ordin privind abrogarea unor regulamente și ordine ale Consiliului Concurenței	15	
			ACTE ALE BĂNCII NAȚIONALE A ROMÂNIEI
		24.	— Circulară privind punerea în circulație, în scop numismatic, a unei monede dedicate aniversării a 150 de ani de la nașterea sopranei Hariclea Darclée
			★
			Rectificări

DECIZII

PARLAMENTUL ROMÂNIEI
CAMERA DEPUTAȚILOR

DECIZIE
privind convocarea Camerei Deputaților
în sesiune extraordinară

Având în vedere cererea formulată de Președintele României, precum și hotărârea Biroului permanent al Camerei Deputaților,

în temeiul dispozițiilor art. 66 alin. (2) din Constituția României, republicată, precum și ale art. 33 lit. a) și art. 84 alin. (4) din Regulamentul Camerei Deputaților, aprobat prin Hotărârea Camerei Deputaților nr. 8/1994, republicat, cu modificările și completările ulterioare,

Camera Deputaților se convoacă în sesiune extraordinară în data de 16 august 2010, ora 14,00, cu următorul proiect al ordinii de zi:

1. reexaminarea legii privind integritatea în exercitarea funcțiilor și demnităților publice, pentru modificarea și completarea Legii nr. 144/2007 privind înființarea, organizarea și funcționarea Agenției Naționale de Integritate, precum și pentru modificarea și completarea altor acte normative;

2. Propunerea legislativă privind combaterea plăților întârziate de către autoritățile și instituțiile publice (Pl-x nr. 82/2010);

3. Proiectul Legii pentru aprobarea unor măsuri de reducere a taxelor, impozitelor și contribuțiilor sociale în vederea creării de noi locuri de muncă, creșterii economice și a menținerii puterii de cumpărare (PL-x nr. 687/2009).

Proiectul programului de lucru:

- | | | |
|-------------------------|-------------|---|
| — luni, 16 august 2010: | — ora 12,00 | — ședința Biroului permanent al Camerei Deputaților, cu participarea liderilor grupurilor parlamentare; |
| | — ora 13,00 | — ședința grupurilor parlamentare; |
| | — ora 14,00 | — ședința plenului Camerei Deputaților pentru dezbaterile și adoptarea problemelor înscrise în proiectul ordinii de zi. |

PREȘEDINTELE CAMEREI DEPUTAȚILOR
ROBERTA ALMA ANASTASE

București, 4 august 2010.

Nr. 3.

HOTĂRĂRI ALE GUVERNULUI ROMÂNIEI

GUVERNUL ROMÂNIEI

HOTĂRÂRE

privind darea în administrarea Ministerului Transporturilor și Infrastructurii a unor terenuri situate în municipiul Calafat, județul Dolj, în vederea realizării de către Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A. a obiectivului de interes național „Construcția infrastructurii de acces rutier și feroviar la cel de-al doilea pod peste Dunăre de la Calafat—Vidin”

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, și al art. 12 alin. (1) și (2) din Legea nr. 213/1998 privind proprietatea publică și regimul juridic al acesteia, cu modificările și completările ulterioare, și având în vedere prevederile art. 47 alin. (1) lit. a) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 12/1998 privind transportul pe căile ferate române și reorganizarea Societății Naționale a Căilor Ferate Române, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

Art. 1. — (1) Se aprobă darea în administrarea Ministerului Transporturilor și Infrastructurii a terenurilor situate în municipiul Calafat, județul Dolj, având datele de identificare prevăzute în anexa care face parte integrantă din prezenta hotărâre, trecute în domeniul public al statului prin Hotărârea Consiliului Local al Municipiului Calafat nr. 56 din 29 martie 2010, în vederea

realizării de către Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A. a obiectivului de interes național „Construcția infrastructurii de acces rutier și feroviar la cel de-al doilea pod peste Dunăre de la Calafat—Vidin”.

(2) Terenurile date în administrare potrivit alin. (1) nu pot primi altă destinație.

Art. 2. — Predarea-preluarea suprafețelor de teren prevăzute în art. 1 alin. (1) se face pe bază de protocol încheiat între părțile interesate, în termen de 30 de zile de la data intrării în vigoare a prezentei hotărâri.

PRIM-MINISTRU
EMIL BOC

Contrasemnează:
Ministrul transporturilor și infrastructurii,
Radu Mircea Berceanu
Ministrul administrației și internelor,
Vasile Blaga
Ministrul finanțelor publice,
Sebastian Teodor Gheorghe Vlădescu

București, 21 iulie 2010.
Nr. 727.

ANEXĂ

DATELE DE IDENTIFICARE
ale terenurilor care se dau în administrarea Ministerului Transporturilor și Infrastructurii în vederea realizării
de către Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A. a obiectivului de interes național
„Construcția infrastructurii de acces rutier și feroviar la cel de-al doilea pod peste Dunăre de la Calafat—Vidin”

Nr. crt.	Locul unde este situat imobilul	Persoana juridică de la care se transmite imobilul	Datele de identificare Nr. parcelă/tarla/ categorie de folosință	Suprafața terenului — m ² —	Persoana juridică la care se transmite imobilul
0	1	2	3	4	5
1.	Municipiul Calafat — județul Dolj	Consiliul Local al Municipiului Calafat	68/98/A	472,06	Ministerul Transporturilor și Infrastructurii, prin Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A.
2.	Municipiul Calafat — județul Dolj	Consiliul Local al Municipiului Calafat	83/98/A	279,34	Ministerul Transporturilor și Infrastructurii, prin Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A.
3.	Municipiul Calafat — județul Dolj	Consiliul Local al Municipiului Calafat	36/99/A	618,83	Ministerul Transporturilor și Infrastructurii, prin Compania Națională de Căi Ferate „C.F.R.” — S.A.
Suprafața totală a terenului = 1.370,23 m²					

GUVERNUL ROMÂNIEI

HOTĂRÂRE
pentru modificarea valorilor de inventar ale unor imobile
aflate în inventarul bunurilor din domeniul public al statului

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată, și al art. 20 alin. (1) din Legea nr. 213/1998 privind proprietatea publică și regimul juridic al acesteia, cu modificările și completările ulterioare,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

Art. 1. — Valoarea de inventar a imobilului aflat în domeniul public al statului și în administrarea Institutului Național de Statistică — Direcția Județeană de Statistică Bihor, înregistrată la poziția M.F.P. nr. 150065 din anexa nr. 40 la Hotărârea Guvernului nr. 1.705/2006 pentru aprobarea inventarului centralizat al bunurilor din domeniul public al statului, cu modificările și completările ulterioare, se modifică la 1.111.282 lei.

Art. 2. — Valoarea de inventar a imobilului aflat în domeniul public al statului și în administrarea Direcției Regionale de Statistică Neamț, înregistrată la poziția M.F.P. nr. 150134 din anexa nr. 40 la Hotărârea Guvernului nr. 1.705/2006, cu modificările și completările ulterioare, se modifică la 1.874.999 lei.

PRIM-MINISTRU
EMIL BOC

Contrasemnează:
Secretarul general al Guvernului,
Daniela Nicoleta Andreescu
Președintele Institutului Național de Statistică,
Vergil Voineagu
Ministrul finanțelor publice,
Sebastian Teodor Gheorghe Vlădescu

București, 21 iulie 2010.
Nr. 744.

ACTE ALE CONSILIULUI CONCURENȚEI

CONSILIUL CONCURENȚEI

ORDIN

pentru punerea în aplicare a Regulamentului privind concentrările economice

În baza:

— Decretului Președintelui României nr. 700/2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței;
— prevederilor art. 20 alin. (4) lit. d), art. 21 alin. (2), art. 27 alin. (2) și (4), precum și ale art. 28 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare,
având în vedere avizul favorabil al Consiliului Legislativ,

președintele Consiliului Concurenței emite următorul ordin:

Art. 1. — În urma adoptării în plenul Consiliului Concurenței, se pune în aplicare Regulamentul privind concentrările economice, prevăzut în anexa*) care face parte integrantă din prezentul ordin.

Art. 2. — Compartimentele de specialitate din cadrul Consiliului Concurenței vor urmări punerea în aplicare a prevederilor prezentului ordin.

Art. 3. — Regulamentul intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Consiliului Concurenței,
Bogdan Marius Chirițoiu

București, 5 august 2010.
Nr. 385.

*) Anexa se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 553 bis, care se poate achiziționa de la Centrul pentru relații cu publicul al Regiei Autonome „Monitorul Oficial”, București, șos. Panduri nr. 1.

CONSILIUL CONCURENȚEI

ORDIN

pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor privind conceptele de concentrare economică, întreprindere implicată, funcționare deplină și cifră de afaceri

În baza:

— Decretului Președintelui României nr. 700/2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței;
— prevederilor art. 20 alin. (4) lit. d), art. 21 alin. (2), art. 27 alin. (3) și (4), precum și ale art. 28 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare,
având în vedere avizul favorabil al Consiliului Legislativ,

președintele Consiliului Concurenței emite următorul ordin:

Art. 1. — În urma adoptării în plenul Consiliului Concurenței, se pun în aplicare Instrucțiunile privind conceptele de concentrare economică, întreprindere implicată, funcționare deplină și cifră de afaceri, prevăzute în anexa*) care face parte integrantă din prezentul ordin.

Art. 2. — Compartimentele de specialitate din cadrul Consiliului Concurenței vor urmări punerea în aplicare a prevederilor prezentului ordin.

Art. 3. — Instrucțiunile intră în vigoare la data publicării lor în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Consiliului Concurenței,
Bogdan Marius Chirițoiu

București, 5 august 2010.
Nr. 386.

*) Anexa se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 553 bis, care se poate achiziționa de la Centrul pentru relații cu publicul al Regiei Autonome „Monitorul Oficial”, București, șos. Panduri nr. 1.

CONSILIUL CONCURENȚEI

ORDIN
pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor
privind restricționările direct legate și necesare punerii
în aplicare a concentrărilor economice

În baza:

— Decretului Președintelui României nr. 700/2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței;
— prevederilor art. 20 alin. (4) lit. d), art. 21 alin. (2), art. 27 alin. (3) și (4), precum și ale art. 28 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare,
având în vedere avizul favorabil al Consiliului Legislativ,

președintele Consiliului Concurenței emite următorul ordin:

Art. 1. — În urma adoptării în plenul Consiliului Concurenței, se pun în aplicare Instrucțiunile privind restricționările direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrărilor economice, prevăzute în anexa care face parte integrantă din prezentul ordin.

Art. 2. — Compartimentele de specialitate din cadrul Consiliului Concurenței vor urmări punerea în aplicare a prevederilor prezentului ordin.

Art. 3. — Instrucțiunile intră în vigoare la data publicării lor în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Consiliului Concurenței,
Bogdan Marius Chirițoiu

București, 5 august 2010.
Nr. 387.

ANEXĂ

INSTRUCȚIUNI

privind restricționările direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrărilor economice

În temeiul prevederilor art. 27 alin. (1) și alin. (3) lit. a) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

Consiliul Concurenței adoptă prezentele instrucțiuni.

I. Introducere

1. Prezentele instrucțiuni oferă îndrumări privind interpretarea noțiunii de restricționări direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrărilor economice (denumite în continuare *restricționări auxiliare*), cu scopul de a oferi siguranță juridică întreprinderilor implicate într-o concentrare economică. Îndrumările oferite în secțiunile următoare stabilesc principiile de evaluare, pentru a ști dacă și în ce măsură tipurile de acorduri cel mai des întâlnite sunt considerate a fi restricționări auxiliare.

2. Instrucțiunile reglementează evaluarea restricționărilor auxiliare, introducând totodată un principiu de autoevaluare a respectivelor restricționări potrivit căruia autoritatea de concurență nu este obligată să procedeze la analiza individuală a acestora. Întreprinderile implicate trebuie să evalueze dacă și în ce măsură acordurile la care acestea sunt părți pot fi considerate auxiliare unei concentrări economice. Pentru acele cazuri care generează incertitudine și care nu sunt reglementate de prezentele instrucțiuni, întreprinderile pot solicita Consiliului Concurenței să evalueze în mod expres caracterul auxiliar al restricționărilor existente.

3. În măsura în care restricționările sunt direct legate și necesare implementării concentrării economice se aplică exclusiv Regulamentul privind concentrările economice. Pentru restricționările care nu pot fi considerate direct legate și

necesare punerii în aplicare a concentrării economice, art. 5 și 6 din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare *lege*, respectiv art. 101 și 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene rămân în mod potențial aplicabile. Faptul că un acord sau un aranjament nu se consideră a fi auxiliar unei concentrări economice nu prejudiciază statutul juridic al acestuia. Astfel de acorduri sau aranjamente trebuie evaluate potrivit prevederilor art. 5 și 6 din lege, respectiv ale art. 101 și 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene.

II. Principii generale

4. O concentrare economică constă în acorduri și aranjamente contractuale care stabilesc controlul, în sensul prevederilor art. 10 alin. (5) din lege. Toate acordurile care îndeplinesc scopul principal al concentrării economice, cum ar fi cele legate de vânzarea de acțiuni sau de active ale unei întreprinderi, fac parte integrantă din concentrarea economică. Pe lângă aceste acorduri și aranjamente, părțile la concentrare pot încheia și alte acorduri care nu constituie o parte integrantă a concentrării economice, dar care pot restrânge libertatea de acțiune pe piață a părților. În cazul în care aceste acorduri conțin restricționări auxiliare, acestea sunt acoperite de decizia care declară concentrarea economică compatibilă cu un mediu concurențial normal.

5. Criteriile privind legătura directă și necesitatea sunt, prin natura lor, obiective. Restricționările nu sunt direct legate și necesare punerii în aplicare a unei concentrări economice doar pentru că părțile le consideră ca atare.

6. Pentru ca restricționările să fie considerate „direct legate de punerea în aplicare a concentrării economice”, acestea trebuie să fie strâns legate de concentrarea economică însăși. Nu este suficient ca un acord să fie încheiat în același context sau în același timp cu concentrarea economică¹. Restricționările care sunt direct legate de concentrare se raportează, din punct de vedere economic, la tranzacția principală și au scopul de a permite o tranziție fără dificultăți între vechea și noua structură a întreprinderii după realizarea concentrării economice.

7. Acordurile trebuie să fie „necesare punerii în aplicare a concentrării economice”, ceea ce înseamnă că, în absența respectivelor acorduri, concentrarea nu poate fi pusă în aplicare sau poate fi pusă în aplicare doar în condiții considerabil mai nesigure, cu costuri semnificativ mai mari, într-o perioadă de timp apreciabil mai lungă sau cu dificultăți mult sporite. Acordurile necesare punerii în aplicare a concentrării economice au în mod normal scopul de a proteja valoarea transferată, de a menține continuitatea în aprovizionare și după divizarea unei entități economice existente anterior sau de a contribui la înființarea unei noi entități. Pentru a stabili dacă o restricționare este necesară, trebuie nu numai să se ia în considerare natura acesteia, ci să se asigure faptul că durata, obiectul și aria geografică de aplicare ale acesteia nu depășesc ceea ce este necesar în mod rezonabil pentru punerea în aplicare a concentrării economice. În cazul în care sunt disponibile alternative la fel de eficiente pentru atingerea scopului legitim propus, întreprinderile trebuie să o aleagă pe aceea care, în mod obiectiv, restrânge cel mai puțin concurența.

8. În cazul concentrărilor economice care sunt realizate în etape, aranjamentele contractuale legate de etapele anterioare stabilirii controlului în sensul prevederilor art. 10 alin. (1) și (5) din lege nu pot fi, în mod normal, considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice. Cu toate acestea, un acord de abținere de la schimbări semnificative în activitatea vizată până la încheierea operațiunii se consideră direct legată și necesară punerii în aplicare a ofertei comune. Același lucru este valabil și, în contextul unei oferte comune, pentru orice angajament luat de către participanții la achiziția în comun a unei întreprinderi de a nu face oferte concurente separate pentru aceeași întreprindere sau de a achiziționa controlul pe altă cale.

9. Acordurile care au scopul de a facilita dobândirea controlului în comun trebuie considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice. Acest lucru se aplică aranjamentelor dintre părți în ceea ce privește dobândirea controlului în comun ce are ca scop punerea în aplicare a divizării activelor pentru a împărți între ele facilitățile de producție sau rețelele de distribuție, precum și mărcile existente ale întreprinderii achiziționate în comun.

10. În măsura în care o asemenea împărțire implică divizarea unei entități economice preexistente, aranjamentele care fac posibilă divizarea în condiții rezonabile trebuie considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice, în temeiul principiilor stabilite în continuare.

III. Principii aplicabile restricționărilor des întâlnite în cazurile de achiziționare a unei întreprinderi

11. Restricționările convenite între părți, în contextul transferului unei întreprinderi, pot fi în beneficiul cumpărătorului

sau al vânzătorului. În general, nevoia cumpărătorului de a beneficia de o anumită protecție este mai imperioasă decât nevoia corespunzătoare a vânzătorului. Cumpărătorul trebuie să fie asigurat că i se va permite să dobândească întreaga valoare a afacerii achiziționate. Astfel, ca regulă generală, restricționările în favoarea vânzătorului fie nu sunt deloc direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice, fie sfera de aplicare și/sau durata acestora trebuie să fie mai limitate decât cele ale clauzelor în favoarea cumpărătorului.

A. Clauze de nonconconurență

12. Obligațiile de nonconconurență care sunt impuse vânzătorului în contextul transferului unei întreprinderi sau al unei părți a acesteia pot fi direct legate și necesare implementării concentrării economice. Pentru a intra în posesia valorii totale a activelor transferate, cumpărătorul trebuie să poată beneficia de o anumită protecție împotriva concurenței din partea vânzătorului pentru a câștiga fidelitatea clienților și pentru a asimila și exploata know-how-ul². Astfel de clauze de nonconconurență garantează transferul către cumpărător al valorii totale a activelor transferate, care includ, în general, atât active corporale, cât și necorporale, precum fondul de comerț acumulat sau know-how-ul dezvoltat de vânzător. Aceste restricționări nu sunt doar direct legate de concentrarea economică, dar sunt de asemenea necesare punerii sale în aplicare, deoarece, în absența acestora, ar exista motive întemeiate pentru a crede că vânzarea întreprinderii sau a unei părți din aceasta nu ar putea fi realizată.

13. Cu toate acestea, astfel de clauze de nonconconurență sunt justificate doar prin scopul legitim de punere în aplicare a concentrării economice, atunci când durata, aria geografică de aplicare, obiectul și persoanele care intră sub incidența acestora nu depășesc ceea ce este necesar în mod rezonabil pentru atingerea respectivului scop.

14. Clauzele de nonconconurență sunt justificate pentru perioade de până la 3 ani, atunci când transferul întreprinderii cuprinde transferul fidelității clienței, atât sub formă de fond de comerț, cât și de know-how. Atunci când este cuprins doar fondul de comerț, clauzele de nonconconurență se justifică pentru perioade de până la 2 ani.

15. Clauzele de nonconconurență nu pot fi considerate necesare atunci când transferul se limitează de fapt doar la activele corporale (cum ar fi terenul, clădirile sau instalațiile) sau la drepturile exclusive de proprietate industrială și comercială (ai căror titulari pot acționa imediat împotriva încălcărilor comise de cedentul respectivelor drepturi).

16. Aria geografică de aplicare a unei clauze de nonconconurență trebuie să se limiteze la zona în care vânzătorul a oferit produsele sau serviciile relevante înainte de transfer, deoarece cumpărătorul nu are nevoie de protecție împotriva concurenței din partea vânzătorului în teritoriile în care acesta nu a pătruns anterior. Această arie geografică de aplicare poate fi extinsă la teritoriile în care vânzătorul intenționa să pătrundă la momentul tranzacției, cu condiția ca acesta să fi făcut deja investiții în acest sens.

17. În mod similar, clauzele de nonconconurență trebuie să se limiteze la produsele (inclusiv versiuni îmbunătățite sau actualizate ale produselor, precum și modelele care le succed) și la serviciile care fac obiectul activității economice a întreprinderii transferate. Pot fi incluse aici produsele și serviciile aflate într-un stadiu avansat de dezvoltare la momentul tranzacției sau produse complet îmbunătățite, dar care încă nu sunt comercializate. Nu este considerată necesară protecția

¹ În același mod, o restricționare poate fi, în cazul în care toate celelalte cerințe sunt îndeplinite, „direct legată”, chiar dacă nu a fost încheiată în același timp cu acordul care îndeplinește scopul principal al concentrării economice.

² Conform definiției prevăzute la art. 1 alin. (1) lit. i) din Regulamentul (CE) nr. 772/2004 al Comisiei din 7 aprilie 2004 privind aplicarea art. 81 alin. (3) din Tratat anumitor categorii de acorduri de transfer de tehnologie, publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 123 din 27 aprilie 2004.

împotriva concurenței din partea vânzătorului pe piețele produsului sau serviciului în care operatorul economic transferat nu activa anterior transferului.

18. Vânzătorul își poate impune restricționări lui însuși, filialelor sale și agenților săi comerciali. Cu toate acestea, o obligație de a impune restricționări similare terților nu trebuie considerată direct legată și necesară pentru punerea în aplicare a concentrării economice. Acest lucru se aplică, în special, clauzelor care ar restrânge libertatea revânzătorilor sau a utilizatorilor de a importa sau exporta.

19. Clauzele care limitează dreptul vânzătorului de a achiziționa sau de a deține acțiuni la o societate concurentă cu activitatea transferată trebuie considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice în aceleași condiții ca cele descrise anterior pentru clauzele de nonconcurență. Excepție face cazul în care clauzele îl împiedică pe vânzător să achiziționeze sau să dețină acțiuni doar în scopul de a face o investiție financiară, fără a-i garanta, direct sau indirect, funcții de conducere sau vreo influență determinantă în societatea concurentă.

20. Clauzele de nonsolicitare și de confidențialitate au un efect comparabil cu clauzele de nonconcurență și, prin urmare, sunt evaluate într-un mod similar cu acestea³.

B. Acorduri de licență

21. Transferul unei întreprinderi sau al unei părți a acesteia poate include transferul către cumpărător, în scopul exploatării depline a activelor transferate, al drepturilor de proprietate intelectuală și al know-how-ului. Cu toate acestea, vânzătorul poate rămâne proprietarul drepturilor în vederea exploatării lor în cadrul altor activități decât cele transferate. În aceste cazuri, metoda obișnuită de a garanta cumpărătorului deplina utilizare a activelor transferate este de a încheia acorduri de licență în favoarea acestuia. În mod similar, în cazul în care vânzătorul a transferat drepturile de proprietate intelectuală împreună cu activitatea, acesta poate dori să utilizeze în continuare unele sau toate aceste drepturi în cadrul altor activități decât cele transferate; într-un astfel de caz, cumpărătorul va acorda o licență vânzătorului.

22. Licențele de brevete⁴, de drepturi similare sau de know-how pot fi considerate necesare punerii în aplicare a concentrării economice. Acestea pot fi considerate de asemenea parte integrantă din concentrarea economică și, în orice caz, nu trebuie să fie limitate în timp. Respectivul licențe pot fi simple sau exclusive și pot fi limitate la anumite domenii de utilizare, în măsura în care corespund activităților întreprinderii transferate.

23. Cu toate acestea, limitările teritoriale de producție care corespund teritoriului activității transferate nu sunt necesare punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică. În ceea ce privește licențele acordate de vânzătorul activității în favoarea cumpărătorului, vânzătorul poate face obiectul unor restricționări teritoriale în acordul de licență, în aceleași condiții ca cele stabilite pentru clauzele de nonconcurență în contextul vânzării unei activități.

24. Restricționările din acordurile de licență care depășesc sfera dispozițiilor menționate anterior, precum cele care îl protejează pe cel care acordă licența mai degrabă decât pe beneficiarul acesteia, nu sunt necesare punerii în aplicare a concentrării economice⁵.

25. În mod similar, în cazul licențelor de mărci, denumiri comerciale, drepturi de desene și modele industriale, drepturi de autor sau drepturi conexe, pot exista situații în care vânzătorul dorește să rămână proprietarul acestor drepturi, pentru activitățile reținute, dar cumpărătorul are nevoie de aceste drepturi pentru a comercializa bunurile sau serviciile produse de întreprinderea sau partea din întreprindere care i-a fost transferată. În aceste cazuri se aplică aceleași considerații ca cele menționate anterior.

C. Obligații de cumpărare și de furnizare

26. În multe cazuri, transferul unei întreprinderi sau al unei părți a acesteia poate implica întreruperea relațiilor tradiționale de aprovizionare și de furnizare care existau ca rezultat al integrării anterioare a activităților în cadrul unității economice a vânzătorului. Pentru a permite dezmembrarea unității economice a vânzătorului și transferul parțial al activelor către cumpărător în condiții rezonabile, adesea este necesară menținerea, pentru o perioadă de tranziție, a legăturilor existente sau a unor legături similare între vânzător și cumpărător. Acest obiectiv este atins, în mod normal, prin impunerea de obligații de cumpărare și de furnizare vânzătorului și/sau cumpărătorului întreprinderii sau al unei părți a acesteia. Luând în considerare situația specială rezultată din dezmembrarea unității economice a vânzătorului, aceste obligații pot fi considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice. Acestea pot fi în favoarea vânzătorului sau a cumpărătorului, în funcție de circumstanțele specifice fiecărui caz.

27. Scopul acestor obligații poate fi acela de a garanta continuitatea furnizării către oricare dintre părți a produselor necesare pentru continuarea activităților reținute de vânzător sau preluate de către cumpărător. Cu toate acestea, durata obligațiilor de cumpărare sau de furnizare trebuie limitată la o perioadă necesară înlocuirii relației de dependență cu una de autonomie pe piață. Astfel, obligațiile de cumpărare sau de furnizare având drept scop garantarea cantităților furnizate anterior se pot justifica pentru o perioadă de tranziție de până la 5 ani.

28. Atât obligațiile de furnizare, cât și cele de cumpărare, care prevăd cantități fixe, eventual însoțite de o clauză de variație, sunt recunoscute a fi direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice. Cu toate acestea, obligațiile care prevăd cantități nelimitate⁶, exclusivitate sau cele care conferă statut de furnizor privilegiat sau de cumpărător privilegiat nu sunt necesare punerii în aplicare a concentrării economice.

29. Contractele de servicii și de distribuție sunt echivalente prin efect cu acordurile de furnizare; în consecință, se aplică aceleași considerații ca și cele menționate anterior.

IV. Principii aplicabile restricționărilor des întâlnite în cazul societăților în comun în sensul prevederilor art. 10 alin. (2) și (4) din lege

A. Obligații de nonconcurență

30. O obligație de nonconcurență între societățile-mamă și societatea în comun poate fi considerată direct legată și necesară punerii în aplicare a concentrării economice, în cazul în care astfel de obligații corespund produselor, serviciilor și teritoriilor care fac obiectul acordului de înființare a societății în comun sau al statutului acesteia. Astfel de clauze de

³ În consecință, clauzele de confidențialitate referitoare la detalii privind clientela, prețurile și cantitățile nu se pot prelungi. În schimb, clauzele de confidențialitate privind know-how-ul pot fi justificate în mod excepțional pentru perioade mai lungi de timp.

⁴ Inclusiv cererile de brevetare, modelele de utilitate, cererile pentru înregistrarea modelelor de utilități, desene și modele industriale, topografia semiconductorilor, certificatele de protecție suplimentară pentru produse medicale sau alte produse pentru care se pot obține astfel de certificate de protecție suplimentară, precum și certificatele de amelioratori de plante [astfel cum sunt prevăzute la art. 1 alin. (1) lit. h) din Regulamentul (CE) nr. 772/2004].

⁵ În măsura în care se încadrează în dispozițiile art. 5 alin. (1) din lege sau ale art. 101 alin. (1) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, aceste acorduri intră totuși sub incidența Regulamentului (CE) nr. 772/2004 sau a altor reglementări din dreptul comunitar.

⁶ Conform principiului proporționalității, obligațiile ce stabilesc cantități fixe cu o clauză de variație sunt, în aceste cazuri, mai puțin restrictive în ceea ce privește concurența.

nonconcurență reflectă, printre altele, necesitatea de a asigura buna-credință pe parcursul negocierilor; acestea pot reflecta și necesitatea de a folosi în întregime activele societății în comun sau de a permite societății în comun să asimileze know-how-ul și fondul de comerț, oferite de societățile-mamă, ori necesitatea de a proteja interesele societăților-mamă în cadrul societății în comun împotriva actelor de concurență ce pot fi înlesnite, printre altele, de accesul privilegiat al societăților-mamă la know-how și la fondul de comerț transferat sau dezvoltat de societatea în comun. Astfel de obligații de nonconcurență între societățile-mamă și societatea în comun se pot considera direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice pe toată perioada existenței societății în comun.

31. Aria geografică de aplicare a unei clauze de nonconcurență trebuie să fie limitată la zona în care societățile-mamă ofereau produsele sau serviciile relevante anterior creării societății în comun. Respectiva arie geografică de aplicare se poate extinde la teritoriile în care societățile-mamă intenționau să pătrundă la momentul tranzacției, în condițiile în care făcuseră deja investiții în acest scop.

32. Clauzele de nonconcurență trebuie să fie limitate la produsele și serviciile care fac obiectul activității economice a societății în comun. Acesta poate include produsele și serviciile aflate într-un stadiu avansat de dezvoltare la momentul realizării operațiunii, precum și produsele și serviciile complet dezvoltate, dar care nu au fost comercializate încă.

33. În cazul în care societatea în comun a fost creată în scopul intrării pe o nouă piață, se va face referire la produsele, serviciile și teritoriile în care aceasta își va desfășura activitatea, în temeiul acordului sau al statutului societății în comun. Cu toate acestea, se presupune că interesul unei societăți-mamă în cadrul societății în comun nu trebuie să fie protejat împotriva concurenței din partea celeilalte societăți-mamă pe alte piețe

decât pe cele pe care va activa societatea în comun din momentul înființării sale.

34. Obligațiile de nonconcurență între societățile-mamă care nu controlează societatea în comun și aceasta din urmă nu sunt direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice.

35. Aceleași principii ca și cele privind clauzele de nonconcurență se aplică clauzelor de confidențialitate și de nonsolicitare.

B. Acorduri de licență

36. O licență acordată societății în comun de către societățile-mamă poate fi considerată direct legată și necesară punerii în aplicare a concentrării economice. Aceasta se aplică indiferent dacă licența este sau nu exclusivă și dacă este sau nu limitată în timp. Licența poate fi restrânsă la un anumit domeniu de utilizare care corespunde activităților societății în comun.

37. Licențele acordate de societatea în comun uneia dintre societățile-mamă sau acordurile de licență încrucișate pot fi considerate direct legate și necesare punerii în aplicare a concentrării economice, în aceleași condiții ca în cazul achiziției unei întreprinderi. Acordurile de licență între societățile-mamă nu sunt considerate direct legate și necesare realizării unei societăți în comun.

C. Obligații de cumpărare și de furnizare

38. În cazul în care societățile-mamă rămân prezente pe o piață situată în amonte sau în aval față de piața societății în comun, orice acorduri de cumpărare și de furnizare, inclusiv contractele de servicii și de distribuție, fac obiectul principiilor aplicabile în cazul transferului unei întreprinderi.

V. Intrarea în vigoare

39. Prezentele instrucțiuni sunt puse în aplicare, prin ordin al președintelui Consiliului Concurenței, și se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I.

CONSILIUL CONCURENȚEI

ORDIN pentru punerea în aplicare a Instrucțiunilor privind definirea pieței relevante

În baza:

— Decretului Președintelui României nr. 700/2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței;

— prevederilor art. 20 alin. (4) lit. d), art. 21 alin. (2), art. 27 alin. (3) și (4), precum și ale art. 28 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, având în vedere avizul favorabil al Consiliului Legislativ,

președintele Consiliului Concurenței emite următorul ordin:

Art. 1. — În urma adoptării în plenul Consiliului Concurenței, se pun în aplicare Instrucțiunile privind definirea pieței relevante, prevăzute în anexa care face parte integrantă din prezentul ordin.

Art. 2. — Compartimentele de specialitate din cadrul Consiliului Concurenței vor urmări punerea în aplicare a prevederilor prezentului ordin.

Art. 3. — Instrucțiunile intră în vigoare la data publicării lor în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Consiliului Concurenței,
Bogdan Marius Chirițoiu

București, 5 august 2010.
Nr. 388.

INSTRUCȚIUNI privind definirea pieței relevante

În temeiul art. 27 alin. (1) și (3) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, **Consiliul Concurenței** adoptă prezentele instrucțiuni.

I. Introducere

1. Prezentele instrucțiuni urmăresc o abordare similară cu cea din Comunicarea Comisiei privind definirea pieței relevante în sensul dreptului comunitar al concurenței, publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene seria C nr. 372 din 9 decembrie 1997, și oferă un cadru conceptual privind definirea pieței relevante.

2. Prezentele instrucțiuni reprezintă recomandări și au rolul de a oferi instrumente utile în activitatea de aplicare a legislației în domeniul concurenței. Îndrumările menționate în cele ce urmează sunt doar o bază de plecare în identificarea pieței relevante, iar în analizele sale Consiliul Concurenței nu va urma în mod mecanic fiecare etapă descrisă în prezentele instrucțiuni, ci va analiza doar acele elemente care sunt relevante pentru fiecare caz. Analiza poate fi completată cu alte elemente de fapt și va fi întotdeauna circumscrisă fiecărui caz.

3. Scopul prezentelor instrucțiuni este de a explica modul în care Consiliul Concurenței utilizează conceptele de piață relevantă a produsului și piață relevantă geografică în aplicarea legislației în domeniul concurenței.

4. Definirea pieței relevante este un instrument de identificare și de delimitare a cadrului în interiorul căruia se exercită concurența între întreprinderi¹. Scopul principal al definirii pieței relevante este acela de a identifica în mod sistematic constrângerile concurențiale cu care se confruntă întreprinderile în cauză². Definirea pieței relevante, atât la nivelul produsului, cât și la nivel geografic, trebuie să permită identificarea concurenților reali ai întreprinderilor în cauză, care sunt capabili să influențeze comportamentul respectivelor întreprinderi și să le împiedice să acționeze independent de presiunile unei concurențe efective. Definirea pieței relevante permite, printre altele, calcularea cotelor de piață, care pot oferi informații relevante privind puterea de piață, în vederea aplicării art. 5 și 6 din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare *Lege*, respectiv a art. 101 și 102 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (denumit în continuare *TFUE*)³, precum și a art. 15 și a altor dispoziții din *Lege*.

5. Conceptul de piață relevantă este diferit de alte definiții ale pieței utilizate frecvent în alte contexte. De exemplu, întreprinderile utilizează deseori termenul „piață” pentru a desemna zona în care își vând produsele sau pentru a se referi, în sens larg, la sectorul economic în care activează. Este posibil ca termenul de piață utilizat în mod uzual de către o întreprindere și piața relevantă să se suprapună. Cu toate acestea, este necesară întotdeauna efectuarea unei analize a

pieței relevante din punctul de vedere al concurenței, conform indicațiilor furnizate în cele ce urmează.

6. Definirea pieței relevante, atât la nivelul produsului, cât și la nivel geografic, are o influență decisivă asupra evaluării unui caz de concurență. Prin elaborarea prezentelor instrucțiuni, Consiliul Concurenței urmărește să indice elementele pe care se bazează în procesul de definire a pieței relevante, în vederea creșterii calității informațiilor prezentate de către părți și a nivelului de transparență a politicii sale în domeniul concurenței.

7. Totodată, întreprinderile vor putea să anticipeze într-o mai mare măsură posibilitatea stabilirii de către Consiliul Concurenței a faptului că un anumit caz ridică probleme de concurență. În consecință, întreprinderile vor putea să ia în considerare acest aspect în procesul decizional intern, atunci când planifică, de exemplu, o achiziție, înființarea unei societăți în comun sau încheierea anumitor înțelegeri. De asemenea, întreprinderile pot înțelege mai bine ce tip de informații sunt considerate relevante de către Consiliul Concurenței, în vederea definirii pieței relevante.

II. Definirea pieței relevante

Definirea pieței relevante a produsului și a pieței relevante geografice

8. Piața relevantă a produsului cuprinde toate produsele și/sau serviciile pe care consumatorul le consideră interschimbabile sau substituibile, datorită caracteristicilor, prețurilor și utilizării acestora.

9. Piața relevantă geografică cuprinde zona în care întreprinderile în cauză sunt implicate în cererea și oferta de produse sau servicii, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene și care poate fi delimitată de zonele geografice învecinate, deoarece condițiile de concurență diferă în mod apreciabil în respectivele zone.

10. Prin urmare, piața relevantă în cadrul căreia trebuie evaluată o anumită problemă de concurență se determină prin analiza atât a pieței relevante a produsului, cât și a pieței relevante geografice.

Principii fundamentale de definire a pieței relevante

A. Constrângerile concurențiale

11. Întreprinderile se confruntă cu 3 mari surse de constrângeri concurențiale:

- substituibilitatea la nivelul cererii;
- substituibilitatea la nivelul ofertei;
- concurența potențială.

Din punct de vedere economic, pentru definirea pieței relevante, substituibilitatea la nivelul cererii reprezintă cel mai

¹ Prin *întreprindere* se înțelege orice entitate angajată într-o activitate economică, adică o activitate constând în oferirea de bunuri sau de servicii pe o piață dată, independent de statutul său juridic și de modul de finanțare.

² În sensul prezentelor instrucțiuni, întreprinderile în cauză sunt, în cazul unei concentrări, părțile care participă la concentrare; în cadrul investigațiilor realizate în temeiul art. 6 din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare *Lege*, acestea sunt întreprinderile investigate sau reclamantii; în cazul investigațiilor realizate în sensul art. 5 din *Lege*, întreprinderile în cauză sunt părțile la înțelegere.

³ Pe parcursul prezentelor instrucțiuni, referirile la art. 5 și 6 din *Lege* se vor interpreta în mod corespunzător și ca referiri la art. 101 și 102 din *TFUE*.

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 sau o asociație de întreprinderi 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.

12. Constrângerile concurențiale care decurg din substituibilitatea la nivelul ofertei, altele decât cele descrise la pct. 18—21, și din concurența potențială nu sunt, în general, imediate și necesită întotdeauna analizarea unor factori suplimentari. Astfel de constrângeri nu sunt în general luate în considerare în definirea pieței relevante.

B. Substituibilitatea la nivelul cererii

13. Evaluarea substituibilității la nivelul cererii presupune determinarea gamei de produse considerate de către consumator ca fiind substituibile. Pentru a realiza acest lucru, se poate utiliza testul SSNIP⁴. Testul SSNIP încearcă să identifice cea mai restrânsă piață relevantă în care un monopolist ipotetic ar putea practica în mod profitabil o creștere mică, dar semnificativă (de obicei, se ia în considerare o creștere a prețului între 5% și 10%) și de durată a prețului prin evaluarea reacțiilor clienților la această creștere. Acest test poate furniza indicații cu privire la elementele de fapt necesare definirii pieței relevante.

14. Prin urmare, punctul de plecare în definirea pieței relevante constă în identificarea tipului de produse pe care întreprinderile implicate le comercializează, precum și a zonei geografice în cauză. Ulterior, se va testa dacă alte produse și zone geografice au capacitatea de a exercita o presiune concurențială suficientă asupra politicii de preț a întreprinderilor implicate și cu rezultate imediate, pentru a putea fi incluse în piața relevantă.

15. La nivel conceptual, testul monopolistului ipotetic explorează dacă clienții ar fi în măsură să se orienteze spre produse substitute, ușor accesibile sau spre furnizori situați într-o zonă geografică diferită în cazul în care un monopolist ipotetic ar practica, în acea zonă geografică, pentru produsul (produsele) respectiv (respectiv), o creștere a prețului mică, dar semnificativă și de durată. Dacă substituibilitatea la nivelul cererii este suficientă, pentru a face neprofitabilă, din cauza scăderii vânzărilor, creșterea prețului monopolistului ipotetic, se va include cel mai apropiat produs substituit, respectiv o altă zonă geografică în piața relevantă. Procedeu se va repeta până când produsele și zonele geografice în cauză vor fi de așa natură încât o creștere mică, dar semnificativă și de durată a prețului practicată de un monopolist ipotetic ar deveni profitabilă. Setul de produse sau de zone geografice astfel determinate vor constitui piața relevantă. O analiză echivalentă este aplicabilă în cazurile privind concentrarea puterii de cumpărare, unde punctul de plecare al analizei este furnizorul,

iar testul la nivelul prețurilor permite identificarea canalelor alternative de distribuție pentru produsele respectivului furnizor. În aplicarea acestor principii, anumite situații particulare, astfel cum sunt cele descrise la pct. 52 și 54, trebuie să fie examinate cu mai multă atenție.

16. O concentrare economică între îmbuteliatori de băuturi răcoritoare poate fi oferită drept exemplu de analiză a substituibilității la nivelul cererii prin aplicarea testului SSNIP. În acest caz, se pune problema dacă diferitele arome de băuturi răcoritoare aparțin sau nu aceleiași piețe relevante a produsului. În practică, întrebarea care se pune este dacă consumatorii aromei „A” ar alege alte arome, în cazul în care aroma „A” ar suferi o creștere definitivă a prețului, între 5% și 10%. În cazul în care numărul consumatorilor care ar alege aroma „B”, de exemplu, ar fi suficient pentru a face neprofitabilă, din cauza scăderii vânzărilor, creșterea de preț a aromei „A”, atunci piața relevantă a produsului ar cuprinde cel puțin ambele arome „A” și „B”. Testul ar trebui extins în acest caz și pentru celelalte arome disponibile, până când se identifică un ansamblu de produse pentru care o creștere de preț nu ar atrage o substituibilitate suficientă la nivelul cererii, iar creșterea de preț ar deveni profitabilă.

17. În cazul în care piețele implicate în analiză nu prezintă un grad ridicat de concentrare, prețul care va fi luat în considerare, în general, va fi prețul pieței. Situația ar putea fi diferită în cazul în care prețul pieței a fost determinat în absența manifestării unei concurențe suficiente. În special în cazul investigațiilor privind abuzul de poziție dominantă, este posibil ca prețul pieței să fi fost supus deja unei creșteri ca urmare a existenței puterii de piață.

C. Substituibilitatea la nivelul ofertei

18. În definirea pieței relevante s-ar putea, de asemenea, ține seama de substituibilitatea la nivelul ofertei, în cazurile în care aceasta ar avea efecte echivalente celor ale substituibilității la nivelul cererii, în ceea ce privește eficacitatea și obținerea unor rezultate imediate. Aceasta înseamnă că, în cazul în care un monopolist ipotetic ar practica, în acea zonă geografică, pentru produsul respectiv, o creștere a prețului mică, dar semnificativă și de durată, furnizorii care nu produc în mod curent produsul respectiv ar trebui să fie în măsură să își reorienteze producția spre acesta și să îl comercializeze în termen scurt⁵ fără a suporta costuri sau riscuri suplimentare semnificative. Atunci când aceste condiții sunt îndeplinite, producția suplimentară introdusă pe piața relevantă va avea un efect disciplinar asupra comportamentului concurențial al întreprinderilor implicate. Un astfel de efect este echivalent, sub aspectul eficacității și al rezultatelor imediate, cu cel al substituibilității la nivelul cererii.

19. Situațiile menționate anterior apar, de obicei, atunci când întreprinderile comercializează produse de diferite clase de calitate. Chiar dacă în viziunea unui anumit client final sau al unui grup de consumatori diferitele clase de calitate ale unui anumit produs nu sunt substituibile, acestea vor fi grupate într-o singură piață relevantă a produsului, cu condiția ca majoritatea furnizorilor să fie în măsură să ofere aceste produse de calitate diferită imediat și fără să înregistreze costuri suplimentare

⁴ Testul monopolistului ipotetic (testul SSNIP — creșterea mică, dar semnificativă și de durată a prețurilor), utilizat pentru prima dată de Comisia Europeană în cazul Nestle/Perrier din 1992.

⁵ Adică acea perioadă pentru care o ajustare semnificativă a activelor corporale și necorporale nu este necesară.

semnificative. În aceste cazuri, piața relevantă a produsului va cuprinde toate produsele substituibile la nivelul cererii și al ofertei, iar vânzările de astfel de produse vor fi însumate pentru a se calcula valoarea și volumul total al pieței. Același raționament poate conduce la gruparea unor zone geografice diferite.

20. Un exemplu practic de analiză a substituibilității la nivelul ofertei în vederea definirii pieței relevante a produsului poate fi găsit în sectorul hârtiei. În general, există diferite clase de calitate a hârtiei, de la hârtia standard de imprimare la hârtia de calitate superioară utilizată, de exemplu, pentru publicarea cărților de artă. În ceea ce privește cererea, fiecărui nivel de calitate a hârtiei i se asociază o anumită utilizare, de exemplu, o carte de artă sau o publicație de lux nu se va imprima pe hârtie de calitate inferioară. Cu toate acestea, fabricile de hârtie pot fabrica diferite tipuri de hârtie, iar producția poate fi adaptată în termen scurt și cu costuri neglijabile. În consecință, în absența unor dificultăți de distribuție specifice, producătorii de hârtie pot concura pentru comenzi de diferite tipuri de hârtie, în special în cazul în care respectivele comenzi sunt făcute cu suficient timp înainte pentru a permite modificarea planurilor de producție. În aceste condiții, nu se definește o piață relevantă a produsului distinctă pentru fiecare nivel de calitate a hârtiei și fiecare utilizare asociată acestuia. Prin urmare, diversele niveluri de calitate a hârtiei sunt incluse într-o singură piață relevantă a produsului, iar vânzările vor fi însumate pentru a estima valoarea și volumul total ale pieței.

21. Substituibilitatea la nivelul ofertei nu poate fi luată în considerare în etapa de definire a pieței relevante atunci când necesită modificări semnificative ale activelor corporale și necorporale existente, investiții suplimentare, decizii strategice sau întârzieri importante. Exemple în care substituibilitatea la nivelul ofertei nu conduce la lărgirea pieței relevante pot fi întâlnite în sectorul bunurilor de consum, în special în cel al băuturilor care sunt mărci înregistrate. Cu toate că fabricile de îmbuteliere pot, în principiu, să îmbutelieze tipuri diferite de băuturi, în realitate, produsele nu se pot vinde decât cu prețul unor costuri și întârzieri importante (legate de publicitate, de testarea produselor și de distribuție). În aceste condiții, efectele substituibilității la nivelul ofertei și ale altor forme de concurență potențială vor fi examinate într-o etapă ulterioară a analizei.

D. Concurența potențială

22. Concurența potențială, a treia sursă de constrângere concurențială, nu este luată în considerare în definirea pieței relevante, întrucât condițiile în care concurența potențială reprezintă efectiv o constrângere concurențială depind de analiza factorilor și împrejurărilor specifice referitoare la condițiile de intrare pe piață. Dacă este cazul, această analiză va fi realizată doar într-o etapă ulterioară, în general atunci când poziția pe piața relevantă a întreprinderilor implicate a fost deja determinată și când această poziție ridică probleme de concurență.

III. Elementele de fapt care pot fi luate în considerare în definirea piețelor relevante

A. Procesul de definire a pieței relevante

23. Pe baza informațiilor preliminare disponibile sau a informațiilor comunicate de întreprinderile în cauză, Consiliul Concurenței este, în principiu, în măsură să determine, la nivel general, posibilele piețe relevante în cadrul cărora, de exemplu,

o concentrare economică sau o restrângere a concurenței trebuie să fie evaluată. În general și din motive de ordin practic, atunci când analizează cazuri individuale, Consiliul Concurenței trebuie să decidă între câteva posibile alternative de piețe relevante.

B. Piața relevantă a produsului

24. Problema care se pune de obicei în procesul de definire a pieței relevante a produsului este de a stabili, într-o primă etapă, pe baza informațiilor preliminare disponibile sau a informațiilor comunicate de întreprinderile în cauză, dacă produsul A și produsul B aparțin sau nu aceleiași piețe relevante a produsului.

25. Ulterior vor fi luate în considerare o serie de elemente de fapt care permit evaluarea măsurii în care substituția între produse ar putea avea loc. Astfel, în anumite cazuri, în funcție de caracteristicile și de specificitatea sectoarelor din economie și a produselor și serviciilor care sunt analizate, anumite elemente de fapt pot fi decisive, în timp ce, în alte cazuri, aceleași elemente de fapt ar putea fi irelevante. În majoritatea cazurilor, evaluarea trebuie să se bazeze pe examinarea mai multor elemente de fapt. Acesta este un mod de abordare deschis, cu scopul de a exploata în mod eficace toate informațiile disponibile care ar putea fi relevante în evaluarea cazurilor individuale. Din acest motiv, nu se utilizează o ierarhie strictă a diferitelor surse de informații sau a diferitelor tipuri de elemente de fapt pentru stabilirea existenței substituibilității.

26. În numeroase cazuri, includerea celui mai apropiat produs substituit în piața relevantă a produsului ar putea fi suficientă pentru a elimina orice probleme de concurență. În astfel de situații, nu este necesar să se determine dacă piața relevantă a produsului include sau nu produse suplimentare sau să se delimiteze precis piața relevantă a produsului. Atunci când, luând în considerare diferitele piețe relevante posibile, operațiunea în cauză nu ridică probleme de concurență, problema definirii pieței relevante a produsului rămâne deschisă.

C. Piața relevantă geografică

27. Procesul de definire a pieței relevante geografice debutează cu elaborarea unei ipoteze preliminare de lucru cu privire la dimensiunea pieței geografice, pe baza unor indicii generale privind cotele de piață deținute de părți și de concurenții lor, precum și pe baza unei analize preliminare a modului de stabilire a prețurilor și a diferențelor de preț. Această ipoteză inițială de lucru permite Consiliului Concurenței să își concentreze cercetările în scopul determinării exacte a pieței relevante geografice.

28. Este necesar să fie analizate motivele care se află la originea oricărei configurații date a prețurilor și a cotelor de piață. Din acest motiv, ipoteza inițială de lucru se va verifica cu ajutorul unei analize a caracteristicilor cererii (importanța preferințelor naționale sau locale, comportamentul de cumpărare al clienților, diferențierea produselor, mărcile etc.), pentru a stabili dacă întreprinderile situate în alte zone constituie, în mod real, o sursă alternativă de aprovizionare pentru consumatori. În acest caz, experimentul teoretic se bazează, de asemenea, pe substituția care rezultă în urma unor variații ale prețurilor, iar întrebarea care se pune este dacă clienții părților și-ar transfera comenzile altor întreprinderi situate în alte zone, în termen scurt și cu costuri neglijabile.

29. În cazul în care este necesar, factorii care influențează oferta vor fi, de asemenea, analizați, pentru a verifica dacă întreprinderile situate în alte zone geografice nu se confruntă cu obstacole în extinderea vânzărilor în condiții competitive pe întreaga piață geografică. Respectiva analiză include o examinare a condițiilor necesare pentru ca o întreprindere să aibă o prezență locală în vederea desfășurării activității de vânzare în zona respectivă, a condițiilor de acces la canalele de distribuție, a costurilor de dezvoltare a unei rețele de distribuție, precum și a eventualelor bariere de natură legislativă, tehnică sau administrativă. Acestea din urmă pot fi legate de achizițiile publice, de prețuri, de cote și tarife vamale care limitează comerțul sau producția, de standarde tehnice, de existența unor monopoli, de libertatea de stabilire și de condițiile de obținere a autorizațiilor administrative, de reglementările privind ambalajele etc. Consiliul Concurenței identifică eventualele obstacole și bariere care izolează întreprinderile situate într-o anumită zonă geografică de presiunea concurențială a întreprinderilor situate în afara acelei zone geografice, astfel încât să determine cu precizie gradul de întrepătrundere a piețelor la nivel local, național, comunitar european sau global.

30. Structura efectivă și evoluția fluxurilor comerciale oferă indicații suplimentare utile, referitoare atât la importanța economică a fiecărui factor menționat anterior care influențează cererea sau oferta, cât și la măsura în care aceste fluxuri pot constitui sau nu bariere reale care conduc la crearea unor piețe relevante geografice distincte. În general, analiza fluxurilor comerciale abordează problema costurilor de transport și a măsurii în care acestea pot reprezenta un obstacol în calea comerțului între zone geografice diferite, luând în considerare amplasamentul unității de producție, costurile de producție și nivelurile prețurilor. Piața geografică nu se suprapune în mod necesar unităților administrativ-teritoriale — județe, orașe — , o piață locală putând fi mai mică decât o astfel de unitate sau, dimpotrivă, să cuprindă mai multe localități ori județe sau părți din acestea, conform condițiilor concrete.

D. Procesul de culegere a datelor și informațiilor necesare

31. Atunci când consideră necesară definirea precisă a pieței, Consiliul Concurenței poate contacta clienții și întreprinderile importante din sectorul economic respectiv pentru a cunoaște punctul de vedere al acestora asupra limitelor pieței relevante a produsului, respectiv a pieței relevante geografice și pentru a obține elementele de fapt necesare formulării unei concluzii privind piața relevantă. De asemenea, Consiliul Concurenței poate contacta asociațiile profesionale din domeniu și întreprinderile care activează pe piața din amonte, astfel încât să poată defini, în măsura în care acest lucru este necesar, piețe relevante ale produsului și piețe relevante geografice distincte pentru diferite niveluri de producție sau de distribuție a produselor/serviciilor în cauză. Totodată, Consiliul Concurenței poate solicita întreprinderilor în cauză informații suplimentare care pot clarifica anumite elemente necesare definirii pieței relevante.

32. Consiliul Concurenței solicită în scris informații celor prevăzuți la pct. 31 atunci când consideră necesar acest lucru. Solicitățile de informații includ, în mod normal, întrebări referitoare la reacțiile întreprinderilor la o eventuală creștere a

prețurilor și la opiniile acestora în ceea ce privește limitele pieței relevante. De asemenea, Consiliul Concurenței solicită și elementele de fapt considerate necesare pentru a putea ajunge la o concluzie în ceea ce privește definirea pieței relevante. Consiliul Concurenței poate discuta și cu factorii de decizie din cadrul acestor întreprinderi, pentru a înțelege mai bine procesul de negociere între furnizori și clienți, precum și aspectele referitoare la definirea pieței relevante. În cazul în care este necesar, Consiliul Concurenței se poate deplasa la sediile părților, ale clienților și/sau ale concurenților lor, pentru a înțelege mai bine procesul de fabricație și de vânzare a produselor respective.

33. Elementele de fapt care pot fi utilizate pentru definirea pieței relevante pot fi clasificate după cum urmează:

Elemente de fapt care pot fi utilizate pentru definirea pieței relevante a produsului

34. Analiza caracteristicilor produsului și a utilizării acestuia permite Consiliului Concurenței, într-o primă etapă, să limiteze sfera cercetărilor sale privind eventualele produse substituibile. Cu toate acestea, caracteristicile produsului și utilizarea acestuia nu sunt suficiente pentru a demonstra că două produse sunt sau nu substituibile la nivelul cererii. Substituibilitatea funcțională sau similaritatea caracteristicilor nu pot reprezenta, ca atare, elemente de fapt suficiente, întrucât capacitatea de reacție a clienților la variații ale prețurilor poate fi determinată și de alte cauze. De exemplu, pot exista constrângeri concurențiale diferite pe piața echipamentelor originale pentru componente de automobil și pe piața pieselor de schimb, determinând astfel definirea a două piețe relevante ale produsului. Nici existența unor caracteristici diferite ale produselor nu este suficientă, ca atare, pentru a putea exclude substituibilitatea la nivelul cererii, întrucât aceasta din urmă depinde în cea mai mare măsură de importanța pe care clienții o acordă acestor caracteristici diferite.

35. Elementele de fapt pe care Consiliul Concurenței le consideră relevante pentru aprecierea substituibilității între două produse la nivelul cererii pot fi clasificate după cum urmează:

36. *Date și informații privind substituția în trecutul apropiat.* În anumite cazuri, este posibilă analiza datelor și informațiilor legate de evenimente sau dezechilibre bruște produse de curând pe piață, care reprezintă exemple reale de substituție între două produse. Atunci când este disponibilă, această informație este, în principiu, fundamentală pentru definirea pieței relevante a produsului. În cazul în care în trecut au existat modificări ale prețurilor (toate celelalte condiții ale pieței fiind identice), reacțiile la nivelul cantităților cerute vor fi determinante pentru stabilirea existenței substituibilității. De asemenea, lansările anterioare de produse noi pe piață pot oferi informații utile, în cazul în care se pot determina cu precizie produsele pentru care vânzările au scăzut în favoarea noului produs.

37. Există un anumit număr de *teste cantitative* care au fost concepute tocmai pentru delimitarea piețelor. Respectivul teste constau în diferite abordări econometrice și statistice: estimarea elasticităților și a elasticităților încrucișate⁶ ale cererii unui produs, teste bazate pe similaritatea variațiilor prețurilor în timp, analiza legăturilor de cauzalitate între serii de prețuri și similitudinea nivelurilor prețului și/sau convergența lor. Pentru a determina condițiile în care s-a produs substituția în trecut,

⁶ Elasticitatea cererii în funcție de preț pentru produsul X este o măsură a sensibilității cererii pentru produsul X la variațiile propriului său preț. Elasticitatea încrucișată între produsele X și Y este sensibilitatea cererii pentru produsul X la variațiile prețului produsului Y.

Consiliul Concurenței ia în considerare elementele cantitative disponibile, capabile să reziste unei examinări riguroase.

38. *Punctele de vedere ale clienților și ale concurenților.* În cadrul cercetărilor sale, Consiliul Concurenței contactează adeseori principalii clienți și concurenți ai întreprinderilor în cauză, pentru a cunoaște punctele de vedere ale acestora cu privire la granițele pieței relevante a produsului, precum și pentru a obține cea mai mare parte a informațiilor factuale de care are nevoie pentru a ajunge la o concluzie privind definirea pieței relevante a produsului. Consiliul Concurenței ține seama de răspunsurile argumentate ale clienților și ale concurenților în legătură cu reacțiile la creșteri mici ale prețurilor produselor relevante (de exemplu, între 5% și 10%) în zona geografică în cauză, atunci când aceste răspunsuri sunt suficient susținute de elemente de fapt.

39. *Preferințele consumatorilor.* În cazul bunurilor de consum, ar putea fi dificil pentru Consiliul Concurenței să cunoască în mod direct opiniile consumatorilor finali în legătură cu produsele substituibile. Studiile de piață, comandate și utilizate în trecut de întreprinderi în procesul decizional pentru stabilirea prețurilor și/sau pentru planificarea acțiunilor comerciale, pot furniza Consiliului Concurenței informații utile pentru delimitarea pieței relevante, iar furnizarea lor ajută la soluționarea mai rapidă și eficientă a cazului. Prin urmare, sondajele de opinie ce au ca scop obținerea unor informații cu privire la obiceiurile de consum și comportamentul de cumpărare al consumatorilor, opiniile exprimate de comercianții cu amănuntul și, în general, studiile de piață prezentate de părți și de concurenții lor sunt luate în considerare pentru a determina dacă o parte semnificativă din punct de vedere economic a consumatorilor consideră că două produse sunt substituibile, ținându-se seama și de importanța mărcilor pentru produsele relevante. Metodologia urmată în studiile desfășurate *ad hoc* de întreprinderile în cauză sau de către concurenții lor în scopul unei proceduri de concentrare economică sau al altei proceduri în temeiul Legii este, în principiu, examinată cu cea mai mare precauție, spre deosebire de studiile realizate în desfășurarea normală a activităților întreprinderii pentru adoptarea unor decizii de afaceri.

40. *Barierile și costurile asociate unui transfer al cererii către produse potențial substituibile.* Există un număr de bariere și de costuri care ar putea împiedica Consiliul Concurenței să considere că două produse, care la prima vedere par substituibile la nivelul cererii, aparțin aceleiași piețe relevante a produsului. Este imposibilă realizarea unei liste exhaustive a costurilor de transfer sau a barierelor potențiale susceptibile să împiedice substituția. Cu titlu de exemplu, aceste bariere și obstacole ar putea avea origini diverse, de exemplu: bariere de reglementare sau alte forme de intervenții ale statului, constrângeri la nivelul piețelor din aval, necesitatea realizării unor investiții specifice de capital sau a suportării unei micșorări a producției curente pentru a utiliza bunuri intermediare alternative, localizarea clientelei, investiții specifice în procesul de producție, în formare și în capitalul uman, cheltuieli aferente cumpărării de noi utilaje sau alte investiții, incertitudine în legătură cu calitatea și cu reputația furnizorilor necunoscuți etc.

41. *Diferitele categorii de clienți și discriminarea prin preț.* Existența unor grupuri diferite de clienți ar putea restrânge piața relevantă a produsului. Fiecare dintre aceste grupuri distincte de clienți pentru produsul relevant poate constitui o piață

relevantă a produsului distinctă atunci când acestea pot fi supuse unei discriminări prin preț din partea unui monopolist ipotetic. În astfel de situații, piața relevantă a produsului ar putea să fie constituită din vânzările de produse relevante destinate unui anumit grup de clienți în zona relevantă geografică. Acesta va fi, de cele mai multe ori, cazul în care sunt îndeplinite două condiții: a) este posibilă identificarea cu precizie a grupului cărui îi aparține un client la momentul la care îi sunt vândute produsele relevante; și b) comerțul între clienți sau arbitrajul de către terți nu este posibil.

Elementele de fapt care pot fi utilizate pentru definirea pieței relevante geografice

42. Elementele de fapt pe care Consiliul Concurenței le consideră relevante pentru definirea pieței relevante geografice pot fi clasificate după cum urmează:

43. *Date și informații anterioare referitoare la reorientarea comenzilor către alte zone.* În anumite cazuri, ar putea fi disponibile date și informații referitoare la faptul că anumite variații de preț între diferite zone au determinat reacții din partea clienților. În general, testele cantitative utilizate pentru definirea pieței relevante a produsului pot fi utilizate și pentru definirea pieței relevante geografice. Cu toate acestea, trebuie să se țină seama de faptul că anumite comparații ale prețurilor între diferite zone pot fi mai complexe ca urmare a unor factori cum ar fi evoluția cursurilor de schimb, fiscalitatea și diferențierea produselor.

44. *Caracteristicile fundamentale ale cererii.* Natura cererii pentru produsul relevant poate determina dimensiunea pieței relevante geografice. Anumiți factori, cum ar fi loialitatea față de mărcile naționale sau locale, cultura și stilul de viață, precum și necesitatea unei prezențe locale, au un potențial mare de a limita sfera geografică a concurenței.

45. *Punctele de vedere ale clienților și ale concurenților.* Acolo unde este cazul, Consiliul Concurenței va contacta principalii clienți și principalii concurenți ai părților implicate în cercetările sale, pentru a cunoaște opiniile acestora cu privire la granițele pieței relevante geografice, precum și pentru a colecta cea mai mare parte a informațiilor factuale de care are nevoie pentru a ajunge la o concluzie privind definirea pieței relevante geografice, atunci când aceste opinii sunt suficient susținute de elemente de fapt.

46. *Dimensiunea geografică a comportamentului de cumpărare al clienților.* Analiza comportamentului de cumpărare al clienților la momentul desfășurării cercetării permite obținerea unor elemente de fapt utile în legătură cu posibilele dimensiuni ale pieței relevante geografice. Atunci când clienții cumpără, în condiții similare, de la întreprinderi situate oriunde pe teritoriul României sau când se aprovizionează prin licitații la care ofertanții sunt întreprinderi situate oriunde pe teritoriul României, se consideră, în general, că piața geografică relevantă este teritoriul României.

47. *Fluxurile comerciale.* Atunci când numărul clienților este atât de mare încât informațiile furnizate de aceștia nu permit formarea unei imagini clare cu privire la comportamentul de cumpărare al clienților, este posibilă utilizarea ca alternativă a informațiilor despre fluxurile comerciale, cu condiția existenței unor statistici comerciale suficient de detaliate pentru produsele relevante. Analiza fluxurilor comerciale permite obținerea unor informații utile pentru stabilirea dimensiunii pieței relevante

geografice, dar acestea nu sunt suficiente pentru a putea formula concluzii definitive în legătură cu acest aspect.

48. *Barierile și costurile de transfer asociate reorientării comenzilor către întreprinderi situate în alte zone.* Înainte de a concluziona că piața relevantă geografică este locală, trebuie identificate barierele care o izolează de alte zone. Obstacolul cel mai evident care va împiedica un client să își reorienteze comenzile spre alte zone este impactul costurilor de transport și al restricțiilor în materie de transport prevăzute de legislație sau determinate de natura produselor relevante. Impactul costurilor de transport limitează, de obicei, sfera pieței geografice pentru produsele voluminoase de valoare mică, ținându-se cont însă de faptul că anumite inconveniente sub aspectul transportului ar putea fi compensate de costuri comparativ mai avantajoase în alte domenii (costuri salariale sau cu materiile prime). Accesul la rețeaua de distribuție într-o zonă dată, barierele de reglementare care mai există încă în anumite sectoare ar putea, de asemenea, să constituie obstacole care izolează o zonă geografică dată de presiunea concurențială a întreprinderilor situate în afara respectivei zone. Costurile de transfer semnificative, legate de aprovizionarea de la întreprinderi situate în alte zone, reprezintă obstacole suplimentare.

49. Pe baza datelor și informațiilor obținute, Consiliul Concurenței definește piața relevantă geografică, care pentru unele bunuri și servicii poate avea o dimensiune locală, națională (România), iar pentru altele ar putea avea o dimensiune mai largă, care depășește granițele țării (de exemplu, o parte a Comunității Europene incluzând România sau chiar internațională).

50. Pct. 34—49 prezintă diferenții factori care ar putea fi relevanți pentru definirea pieței relevante. Acest fapt nu înseamnă că în fiecare caz individual va fi necesar să se obțină elemente de fapt și să se evalueze fiecare dintre acești factori. În practică, elementele de fapt furnizate numai de un subsansamblu al acestor factori pot fi suficiente pentru a ajunge la o concluzie cu privire la definirea pieței relevante.

IV. Calcularea cotelor de piață

51. Definirea pieței relevante, atât la nivelul produsului, cât și la nivel geografic, permite identificarea furnizorilor și a clienților/consumatorilor care acționează pe respectiva piață. Pe această bază se pot calcula mărimea totală a pieței și cotele de piață ale furnizorilor, în funcție de vânzările de produse relevante realizate de aceștia în zona în cauză. În practică, mărimea totală a pieței și cotele de piață deținute de furnizori pot fi cunoscute consultând surse de informație cum ar fi previziunile întreprinderilor sau studiile comandate societăților de consultanță și/sau asociațiilor profesionale. În absența unor astfel de surse de informație sau atunci când previziunile disponibile nu sunt credibile, Consiliul Concurenței poate solicita fiecărui furnizor de pe piața relevantă să îi comunice propria cifră de afaceri, astfel încât să poată calcula mărimea totală a pieței și cotele de piață.

52. În general, vânzările sunt punctul de referință pentru calculul cotelor de piață, dar există și alte repere care, în funcție de caracteristicile produselor specifice sau de sectorul economic în cauză, pot oferi informații utile, cum ar fi capacitatea, numărul actorilor pe piețele de licitații, unitățile de flote în domeniul

aerospațial sau rezervele deținute în cazul anumitor sectoare, precum cel minier.

53. De regulă, atât volumul, cât și valoarea vânzărilor reprezintă informații utile. În cazul produselor diferențiate, se consideră, în general, că valoarea vânzărilor și cota de piață corespunzătoare lor reflectă mai bine poziția și puterea relativă a fiecărui furnizor.

V. Considerații suplimentare

54. Există anumite domenii în care aplicarea principiilor menționate anterior trebuie realizată cu precauție. Este cazul în care se analizează piețele primare și secundare, în special atunci când comportamentul întreprinderilor la un moment dat trebuie analizat în temeiul art. 6 din Lege. Metoda de definire a piețelor este aceeași, adică este necesară evaluarea reacțiilor clienților, bazate pe deciziile lor de cumpărare, la variațiile prețurilor. În aceste cazuri se va ține seama, în același timp, și de eventualele constrângeri asupra substituibilității impuse de condițiile de pe piețele conexe. O definiție restrânsă a pieței produselor secundare, de exemplu, a pieței pieselor de schimb, ar putea rezulta atunci când compatibilitatea produsului secundar cu produsul primar este importantă. Problemele de identificare a unor produse secundare compatibile, precum și existența prețurilor ridicate și un ciclu de viață lung al produselor primare ar putea face profitabile creșterile prețurilor produselor secundare. O definiție mai largă a pieței produselor secundare ar putea rezulta în cazul în care există o substituibilitate semnificativă între produsele secundare sau în cazul în care caracteristicile produselor primare pot determina reacții rapide și directe ale consumatorilor la creșterile prețurilor produselor secundare.

55. În anumite cazuri, existența unor „lanțuri de substituție” ar putea conduce la definirea unei piețe relevante în care produsele sau zonele situate la limitele pieței nu sunt substituibile în mod direct. Un exemplu îl constituie dimensiunea geografică a unui produs ale cărui costuri de transport sunt semnificative. În astfel de cazuri, livrările efectuate de o anumită întreprindere sunt limitate la un anumit perimetru din jurul acesteia, din cauza impactului costurilor de transport. În principiu, această zonă ar putea reprezenta piața relevantă geografică. Cu toate acestea, în cazul în care repartizarea întreprinderilor în teritoriu este de așa natură încât există suprapuneri ale perimetrelor din jurul acestora, este posibil ca un efect de substituție în lanț să exercite constrângeri asupra prețurilor practicate pentru respectivele produse și astfel să conducă la o definiție mai largă a pieței geografice relevante. Același raționament se aplică în cazul în care produsul B este un produs substituibil la nivelul cererii pentru produsele A și C. Chiar dacă produsele A și C nu sunt substituibile în mod direct unul în raport cu celălalt, ele se pot afla pe aceeași piață relevantă a produsului, întrucât existența produsului substituibil B exercită influențe asupra prețurilor lor.

56. În practică, conceptul „lanț de substituție” trebuie coroborat cu elemente reale, legate, de exemplu, de interdependența la nivelul prețurilor existente la limitele lanțurilor de substituție, pentru a putea defini, în cazuri individuale, o piață relevantă mai largă. De asemenea, nivelurile de preț la limitele lanțurilor de substituție trebuie să fie comparabile din punctul de vedere al caracteristicilor.

CONSILIUL CONCURENȚEI

O R D I N

privind abrogarea unor regulamente și ordine ale Consiliului Concurenței

În baza:

— Decretului Președintelui României nr. 700/2009 pentru numirea președintelui Consiliului Concurenței;
— prevederilor art. 21 alin. (2) și ale art. 27 alin. (1) și (4) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

președintele Consiliului Concurenței emite următorul ordin:

Art. 1. — În urma modificărilor și completărilor aduse Legii concurenței nr. 21/1996, republicată, prin prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 75/2010 privind modificarea și completarea Legii concurenței nr. 21/1996, se abrogă:

1. Regulamentul privind forma, conținutul și alte detalii referitoare la cererile și notificările prevăzute în Regulamentul pentru aplicarea prevederilor art. 5 și 6 din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, privind practicile anticoncurențiale, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 88/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 443 din 18 mai 2004;

2. Regulamentul pentru aplicarea prevederilor art. 5 și 6 din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, privind practicile anticoncurențiale, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 87/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 430 din 13 mai 2004;

3. Regulamentul privind aplicarea art. 5 alin. (2) din Legea concurenței nr. 21/1996 în cazul înțelegerilor verticale, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 68/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 374 din 29 aprilie 2004;

4. Regulamentul privind regimul exceptării, pe categorii de înțelegeri, decizii luate de asociațiile de agenți economici și practici concertate, în domeniul transporturilor maritime, de la interdicția prevăzută la art. 5 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 78/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 437 din 17 mai 2004, cu modificările și completările ulterioare;

5. Regulamentul privind exceptarea acordurilor de transfer de tehnologie de la aplicarea prevederilor art. 5 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 82/2005, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 429 din 20 mai 2005;

6. Regulamentul privind aplicarea art. 5 alin. (2) din Legea concurenței nr. 21/1996 în cazul înțelegerilor verticale din sectorul autovehiculelor, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 63/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 280 din 31 martie 2004, cu modificările ulterioare;

7. Regulamentul privind exceptarea acordurilor de specializare de la interdicția prevăzută la art. 5 alin. (1) din

Legea concurenței nr. 21/1996, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 68/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 374 din 29 aprilie 2004;

8. Regulamentul privind exceptarea acordurilor de cercetare-dezvoltare de la interdicția prevăzută la art. 5 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 82/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 430 din 13 mai 2004;

9. Regulamentul privind regimul exceptării, pe categorii de înțelegeri, decizii luate de asociațiile de agenți economici și practici concertate privind consultările pentru tarifele de transport de pasageri pentru serviciile aeriene regulate și alocarea sloturilor în aeroporturi, de la interdicția prevăzută la art. 5 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 79/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 430 din 13 mai 2004;

10. Regulamentul privind regimul exceptării acordurilor din domeniul asigurărilor de la interdicția prevăzută la art. 5 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, cu modificările și completările ulterioare, pus în aplicare prin Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 89/2004, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 443 din 18 mai 2004;

11. Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 231/2007 privind stabilirea plafonului valoric prevăzut de art. 3 alin. (2) lit. a) și de art. 3 alin. (4) lit. a) din Regulamentul privind aplicarea art. 5 alin. (2) din Legea concurenței nr. 21/1996 în cazul înțelegerilor verticale din sectorul autovehiculelor, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 592 din 28 august 2007;

12. Ordinul președintelui Consiliului Concurenței nr. 326/2005 pentru modificarea plafonului valoric prevăzut de art. 8 alin. (1) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1.172 din 23 decembrie 2005.

Art. 2. — Compartimentele de specialitate din cadrul Consiliului Concurenței vor urmări punerea în aplicare a prevederilor prezentului ordin.

Art. 3. — Prezentul ordin se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I.

Președintele Consiliului Concurenței,
Bogdan Marius Chirițoiu

București, 5 august 2010.
Nr. 389.

ACTE ALE BĂNCII NAȚIONALE A ROMÂNIEI

BANCA NAȚIONALĂ A ROMÂNIEI

CIRCULARĂ

privind punerea în circulație, în scop numismatic, a unei monede dedicate aniversării a 150 de ani de la nașterea sopranei Hariclea Darclée

Art. 1. — În conformitate cu prevederile Legii nr. 312/2004 privind Statutul Băncii Naționale a României, Banca Națională a României va pune în circulație, în scop numismatic, începând cu data de 30 iulie 2010, o monedă din argint, dedicată aniversării a 150 de ani de la nașterea sopranei Hariclea Darclée.

Art. 2. — Caracteristicile monedei din argint sunt următoarele:

Valoare nominală	10 lei
Metal	argint
Titlu	999‰
Formă	rotundă
Diametru	37 mm
Greutate	31,103 g
Calitate	proof
Margine	zimțată

Aversul prezintă, în prim-plan, un grup de 4 spectatori; în plan secund, imaginea parțială a unei săli de teatru de operă; în stânga-sus, stema României și inscripția în arc de cerc „ROMANIA”; în dreapta, valoarea nominală „10 lei”; în partea de jos, anul emisiunii „2010”.

Reversul prezintă, în prim-plan, portretul sopranei Hariclea Darclée; în plan secund, primele 4 măsuri ale ariei *Vissi d'arte* din opera *Tosca* de Giacomo Puccini; sus, inscripția „HARICLEA DARCLÉE”; jos, în stânga, anii „1860” și „1939”, iar în dreapta, semnătura sopranei.

Art. 3. — Monedele din argint, ambalate în capsule de metacrilat transparent, vor fi însoțite de broșuri de prezentare a emisiunii numismatice, redactate în limbile română, engleză și franceză. Broșurile includ și certificatul de autenticitate, pe care se găsesc semnăturile guvernatorului Băncii Naționale a României și casierului central.

Art. 4. — Monedele din argint din emisiunea numismatică „Aniversarea a 150 de ani de la nașterea sopranei Hariclea Darclée” au putere circulatorie pe teritoriul României.

Art. 5. — Punerea în circulație, în scop numismatic, a acestor monede din argint se realizează prin sucursalele București, Cluj, Iași și Timiș ale Băncii Naționale a României.

Președintele Consiliului de administrație al Băncii Naționale a României,
Mugur Constantin Isărescu

București, 27 iulie 2010.
Nr. 24.

★

RECTIFICĂRI

La Hotărârea Guvernului nr. 417/2010 privind finanțarea din bugetele aprobate unor ordonatori principali de credite bugetare pe anul 2010 pentru unități de cult, unități sanitare, unități de învățământ și pentru unele penitenciare, precum și alocarea unor sume din Fondul de rezervă bugetară la dispoziția Guvernului, prevăzut în bugetul de stat pe anul 2010, pentru Secretariatul General al Guvernului — Secretariatul de Stat pentru Culte și pentru unele autorități ale administrației publice locale, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 289 și 289 bis din 3 mai 2010, se face următoarea rectificare (care nu aparține Redacției „Monitorul Oficial, Partea I”):

— în anexa nr. 2, la poziția nr. 150, la coloana a 2-a, în loc de: „*Reabilitarea Școlii generale cu clasele I—IV, sat Tufa, orașul Mihăilești*” se va citi: „*Finalizarea Școlii generale cu clasele I—IV, sat Tufa, orașul Mihăilești*”.

EDITOR: PARLAMENTUL ROMÂNIEI — CAMERA DEPUTAȚILOR



„Monitorul Oficial” R.A., Str. Parcului nr. 65, sectorul 1, București; C.I.F. RO427282,
IBAN: RO55RNCB0082006711100001 Banca Comercială Română — S.A. — Sucursala „Unirea” București
și IBAN: RO12TREZ7005069XXX000531 Direcția de Trezorerie și Contabilitate Publică a Municipiului București
(alocat numai persoanelor juridice bugetare)

Tel. 021.318.51.29/150, fax 021.318.51.15, e-mail: marketing@ramo.ro, internet: www.monitoruloficial.ro

Adresa pentru publicitate: Centrul pentru relații cu publicul, București, șos. Panduri nr. 1,
bloc P33, parter, sectorul 5, tel. 021.401.00.70, fax 021.401.00.71 și 021.401.00.72

Tiparul: „Monitorul Oficial” R.A.



5 948368 445390