

Consiliul Concurenței: Anunțarea unor majorări de prețuri poate încălca Legea Concurenței

Declarațiile prin care reprezentanții unor companii își anunță intențiile de a majora prețurile la produsele pe care le comercializează pot conduce la coordonarea comportamentului concurenților și la o creștere artificială a prețurilor pe piață, atrage atenția președintele Consiliului Concurenței, Bogdan Chiritoiu.

Autoritatea de concurență precizează, într-un comunicat remis vineri, ca fiecare companie trebuie să își stabilească independent politica sa comercială, iar anticiparea unui anumit preț ce ar trebui practicat poate intra sub incidența prevederilor Legii Concurenței.

"Este firesc ca în perioada Sărbătorilor Pascale, cererea pentru anumite produse, cum sunt ouăle, să crească. Declarațiile prin care reprezentanții unor companii își anunță, însă, intențiile de a majora prețurile pentru produsele pe care le comercializează pot conduce la coordonarea comportamentului concurenților și la o creștere artificială a prețurilor pe piață. Aceste tipuri de acțiuni sunt sancționate din perspectiva regulilor de concurență naționale și europene, deoarece denaturează concurența și prejudiciază consumatorii", susține Bogdan Chiritoiu, citat în comunicat.

Autoritatea de concurență atrage atenția și asupra faptului că o asociație poate fi considerată răspunzătoare de încălcarea regulilor de concurență atunci când deciziile, recomandările sau orice altă activitate întreprinsă de aceasta influențează comportamentul companiilor, afectând concurența dintre ele.

Astfel, Consiliul Concurenței recomandă companiilor să evite orice practici care ar putea încălca legislația concurenței și să se adreseze instituției cu privire la compatibilitatea inițiativelor lor cu legislația în domeniu.

"Reamintim că autoritatea de concurență a sancționat cu amenzi în valoare totală de 13.471.039 lei (aproximativ 2,78 milioane euro) cinci companii din domeniul producției și/sau comercializării ouălor de consum din România, precum și asociația administrată de acestea (UCPR) pentru că și-au coordonat politicile comerciale referitoare la livrările de produse pe piață, cu facilitarea acestor acțiuni de către asociație, cu scopul de a crește artificial prețurile produselor sau cel puțin de a stopa scăderea prețurilor", se menționează în comunicat.

Astfel, în cadrul investigației, Consiliul Concurenței a constatat că reprezentanții companiilor Toneli Holding, Avicola Lumina, Avicola București, Albatros Gold, Super Eggs se întâlneau, în mod frecvent, sub umbrela asociației, pentru a discuta problemele sectorului avicol, dar și pentru a planifica acțiuni comune referitoare la activitatea de producție și livrare a acestora, schimbând informații sensibile din punct de vedere concurențial.

În plus, autoritatea de concurență a impus UCPR mai multe măsuri, pe care aceasta este obligată să le pună în aplicare: să nu dezvăluie membrilor săi date individualizate pe societate, ci doar informații agregate la nivel de asociație; să furnizeze accesul complet la aceste informații agregate și companiilor neasociate care solicită accesul pe motivul interesului lor de a-și pregăti intrarea pe piață; să informeze asociații cu privire la modificările aduse sistemului de circulație a informațiilor în cadrul asociației.