



## Comisia economie, buget și finanțe

### RAPORT

#### privind audierile publice asupra proiectului de lege pentru modificarea și completarea unor acte legislative (nr.18 din 29.01.2021)

Comisia economie, buget și finanțe a desfășurat audieri publice asupra proiectului de lege **pentru modificarea și completarea unor acte legislative**, înaintat cu titlul de inițiativă legislativă de Alexandru Slusari, deputat în Parlamentul Republicii Moldova, la 16 martie 2021, și informează despre următoarele:

La audieri au participat reprezentanții asociațiilor de producere a cărnii, laptelui, de creștere a fructelor și de producere a sucurilor și reprezentanții asociațiilor din domeniul comerțului.

Este de menționat că prevederile proiectului de lege nr. 18 din 29.01.2021 privind plafonarea reducerilor comerciale și limitarea perioade de promoție au constituit subiectul mai multor audieri publice organizate de Comisia economie, buget și finanțe la examinarea proiectului de lege nr. 97/2018.

Necesitatea prezentării proiectului de lege nr.97/2018 a fost impusă de efectele Legii nr.281/2016 pentru modificarea și completarea unor acte legislative (politica bugetar-fiscală 2017) prin care au fost operate amendamente și la Legea nr.231/2010 cu privire la comerțul interior și Codul contravențional. Amendamentele respective au vizat aspectele ce țin de reglementarea relației *furnizor-comerciantul produselor alimentare și s-au referit la:*

Interzicerea returului de produse; obligarea comerciantului **de a achita în termen de maxim 30 de zile** produsele livrate de furnizor; **interzicerea facturării/refacturării serviciilor**, precum și **interzicerea solicitării/încasării de taxe** de la furnizor de către comerciant. De menționat că, până la 01.01.2017 normele vizate se răsfrângeau doar asupra **produselor ușor perisabile**, lista cărora a fost imposibil de elaborat, fapt ce complica aplicarea normelor legale în practică.

Prevederile legislative menționate *supra* au iscat nemulțumirea retail-ului moldovenesc care prin numeroase demersuri adresate instituțiilor de stat, inclusiv Ministerului Economiei, dar și publicații în presă, a invocat dificultatea aplicării acestor norme, precum și despre posibilele efecte negative pe care acestea le vor avea atât asupra rețelelor de comerț și producători, cât și asupra consumatorilor finali.



Pe de altă parte, asociațiile de producători autohtoni (lapte, carne, fructe și conserve) au exprimat susținerea și oportunitatea vis-a-vis de reglementările noi, statuând că acestea vor constitui un impuls pentru dezvoltarea ramurii industriei alimentare autohtone și asigurarea pieței interne de desfacere a produselor locale.

În final, în scopul remedierii situației create la momentul punerii în aplicare a normelor introduse prin modificarea și completarea Legii nr.231/2010 cu privire la comerțul interior și Codului Contravențional, Ministerul Economiei și Infrastructurii a inițiat elaborarea proiectului de lege de lege pentru modificarea și completarea unor acte legislative (Legea nr.231/2010 cu privire la comerțul interior și Codul contravențional, **înregistrat ulterior în Parlament cu nr. 97**).

**Obiectivele urmărite de proiectul de lege** constau în crearea unui mecanism transparent de funcționare a tranzacțiilor comerciale (furnizor - comerciant) orientat spre contracararea practicilor comerciale neloiale în lanțul alimentar și susținerea comercializării produselor autohtone prin promovarea consumului de alimente locale. Proiectul de lege propus Parlamentului includea următoarele prevederi:

1) Completarea Legii nr.231/2010 cu privire la comerțul interior cu noi noțiuni, conforme prevederilor Standardului Național de Contabilitate: "cost de achiziție al produselor"; „furnizor”; „reduceri comerciale”; „dată-limită de consum”; „data durabilității minimale”; „lanț alimentar scurt”; „acțiuni/activități de marketing și publicitate”.

2) Revizuirea **Termenului maxim de achitare a produselor alimentare livrate** prin clasificarea acestuia în 3 categorii în funcție de termenul de valabilitate al produsului alimentar ;

3) **Permiterea returului de produse alimentare conforme** și a căror dată limită de consum/data durabilității minimale depășește 180 de zile inclusiv, cu condiția că pînă la data respectivă a rămas nu mai puțin de 1/4 din acest termen;

4) **Introducerea obligativității față de comerciant să achiziționeze și să acorde spații** pentru expunerea produselor alimentare autohtone de cel puțin 50 % din lungimea lineară a raftului, corespunzător fiecărei categorii de produse alimentare, lista cărora va fi aprobată și revizuită anual de către Guvern.

5) **Limitarea reducerilor comerciale solicitate de către comerciant furnizorului** de produse alimentare. Astfel, acestea nu vor depăși 10% din prețul de vânzare al furnizorului a mărfurilor provenite din lanțul alimentar scurt.

Cu referire la limita de 10% la acordarea reducerilor comerciale, proiectul de lege prevedea o excepție de la această normă **în cazurile în care furnizorii produselor alimentare solicită din proprie inițiativă comerciantului** prestarea serviciilor de marketing și publicitate. Totodată,



pentru a se asigura că comercianții nu vor face abuz de această excepție se stipulează că serviciile de marketing și publicitate se vor presta în baza unui contract încheiat aparte de contractul de achiziție iar perioada/durata acestor servicii nu poate depăși 15 zile lunar.

În context, este important de menționat faptul că Consiliul Concurenței prin demersul nr. DJ-06 197-764 din 12.04.2017, a avizat negativ proiectul de lege, susținând că prin aceste propuneri excesive de reglementare vor fi ridicate bariere esențiale la intrarea pe piață a unor produse noi. Comercianții vor fi descurajați să plaseze pe piață produse noi, netestate și fără dreptul de a percepe plăți pentru promovare, de a returna produsele în cazul lipsei cererii și fiind obligați să efectueze plata pentru aceste produse într-un termen fix indiferent de succesul produselor pe piață.

În cadrul audierilor asupra proiectului de lege nr.18/2021 pentru susținerea lui s-au pronunțat: Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului, Asociația "Speranța-Con" Asociația "Floarea soarelui", Fabrica de produse lactate Inlac Cupcini; Fabrica de produse lactate Lactis or.Rascani, Președintele Asociației Naționale a Producătorilor de Lapte și Produse Lactate LAPTE, Președintele Patronatului Întreprinderilor Industriei Prelucrătoare de Carne, Asociația Fermierilor din Republica Moldova FARM, Președintele Asociației Moldova Fruct.

Reprezentanții Camerei de Comerț Americană, Asociației Investitorilor Străini, Asociației Businessului European și ai Asociației Patronale "ProBiz" **s-au expus împotriva, invocând lipsa Analizei impactului de reglementare și necesitatea efectuării unei analize complexe și detaliate atât din punct de vedere juridic și economic, ținând cont de impactul propunerilor de norme asupra tuturor participanților: consumator, furnizor, comerciant, precum și solicitarea avizului Consiliului Concurenței.** Propunerile expuse în cadrul audierilor sunt reflectate în tabela de sinteză, prezentată în anexă la prezentul Raport.

În rezultatul audierilor asupra proiectului de lege pentru modificarea Legii nr.231/2010 cu privire la comerțul interior s-a constatat lipsa consesului asupra propunerii legislative și s-a convenit asupra următoarelor:

Comisia economie, buget și finanțe va solicita Consiliului Concurenței prezentarea avizului asupra proiectului de lege nr.18/2021.

Ministerul Economiei și Infrastructurii va prezenta informația cu privire la deciziile aprobate în cadrul consultărilor publice desfășurate asupra prevederilor de plafonare a reducerilor comerciale și a zilelor de promoții.

**Petru BURDUJA**  
**Președintele Comisiei**



## SINTEZA

rezultatelor examinării amendamentelor, propunerilor și obiecțiilor la proiectul de lege pentru unor acte legislative  
(nr. 18 din 29.01.2021, pentru lectura II)

Conținutul proiectului de lege	Obiecțiile și propunerile parvenite	Poziția autorului	Rezultatele examinării de către Comisia economică, buget și finanțe
<p style="text-align: center;"><b>1</b></p> <p><b>Art. I.</b> – Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior (republicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2016, nr. 265-276, art. 571), cu modificările ulterioare, se modifică după cum urmează:</p> <p>1. Articolul 3 se completează cu următoarele noțiuni:</p> <p>„<i>proces de productie</i> - procesul integral sau parțial de obținere, manipulare, prelucrare, preparare, tratare, fabricare, ambalare, preambalare, etichetare, depozitare sau transport al produselor alimentare, inclusiv de combinare a acestora cu alte produse;</p> <p><i>reglementari în domeniul alimentar</i> - acte normative, reguli, cerințe, norme sanitare-veterinare și fitosanitare, standarde și alte documente normative pertinente care stabilesc cerințele de siguranță și calitate referitoare la</p>	<p style="text-align: center;"><b>2</b></p> <p><b>Asociația Investitorilor Străini (FIA Moldova)</b></p> <p>Referitor la <i>plafonarea pragului maximal al reducerilor de preț</i> oferit comerciantului și <i>termenul limită destinat desfășurării acțiunilor de marketing și publicitate</i>, membrii FIA consideră aceste clauze îngrijorătoare pentru un comerț modern și un mediu concurențial sănătos. Inițiativa respectivă poate fi tratată ca fiind contrară principiilor de comerț liber și ca o imixtiune nejustificată a Statului în activitatea de întreprinzător.</p> <p>Impunerea normelor restrictive reprezintă un risc major de afectare directă a raporturilor private dintre comercianți, precum și libera concurență și, cu siguranță, va avea un impact negativ pe termen lung, atât asupra consumatorilor finali, cât și asupra economiei Republicii Moldova.</p> <p>Art. 9 și 126 ale Constituției RM prevăd că <u>piata, libera inițiativă economică, concurența loială sunt factorii de bază ai economiei</u>. Normele Constituției RM proclamă faptul că Statul urmează să asigure libertatea comerțului și a activității de întreprinzător, precum și protecția unei concurențe loiale. În conformitate cu art.</p>	<p style="text-align: center;"><b>3</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>4</b></p>

<p>produse alimentare si materialele care vin in contact cu acestea pe intreg lant alimentar si cele referitoare la hrana pentru animale produsa ori folosita pentru hrana animalelor de la care se obtin produse alimentare;</p> <p><i>siguranta (inofensivitatea) alimentelor</i> - certitudine argumentata a faptului ca, in conditii obisnuite de preparare si/sau utilizare, produsele alimentare nu sint periculoase si nu prezinta riscuri pentru sanatatea generatiei actuale si a celei viitoare;”</p> <p>2. Dupa articolul 21<sup>1</sup> textul legii se va completa cu urmatoarele alinate:</p> <p>(12) Cu exceptia perioadei actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate solicitate de furnizor, marimea reducerilor comerciale oferite de catre acesta comerciantului pentru vanzarea produselor alimentare nu poate depasi 10% din pretul de vanzare al furnizorului.</p> <p>(13) Conditile de livrare si de prestare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate mentionate in alin. (4) si (12) se stabilesc intre comerciant si furnizor in baza de contract, incheiat separat de contractul de achizitie al produselor. Se stabileste ca perioada de</p>	<p>7 al Constituției RM, nici o lege și nici un alt act juridic care contravine prevederilor Constituției RM- nu are <u>putere juridică</u>. De asemenea, una din libertățile proclamate de Codul civil este libertatea contractuală, care permite părților libertatea de a încheia contracte și a determina în mod liber conținutul acestora. Opinia membrilor FIA este că stabilirea mărimii reducerilor oferite de furnizor comerciantului este, și ține strict de puterea de negociere a părților și libertatea contractuală a acestora, iar Statul nu are dreptul să intervină pe piețele unde prețurile trebuie să se formeze liber, în baza cererii și ofertei.</p> <p>Considerăm că reglementările propuse reprezintă o intervenție directă și inadmisibilă a Statului în formarea prețurilor la produs, fapt ce contravine prevederilor Legii concurenței nr. 183 din 11.07.2012, care proclamă că <u>Statul asigură libertatea activității de întreprinzător, protecția concurenței loiale și apărarea drepturilor și intereselor întreprinderilor și ale cetățenilor contra practicilor anticoncurențiale și concurenței neloiale, precum și faptul că prețurile la produse se determină în procesul liberei concurențe, pe baza cererii și ofertei, dacă legea specială nu prevede altfel.</u></p> <p>În continuarea șirului de idei, Legea comerțului interior prevede mai multe forme de comerț (<i>comerțul cu ridicata, comerțul cu amănuntul, comerțul cash and carry, serviciile comerciale, inclusiv alimentația publică</i>), iar prin proiectul nominalizat toți jucătorii din piață sunt impuși să aplice aceleași restricții, fără a ține cont de specificul de activitate și de formare a prețurilor</p>	
---	--	--



<p>desfasurare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate nu poate depasi 60 de zile pe an per produs.</p>	<p>caracteristice diferitor forme de comerț. În lipsa unui studiu de fezabilitate nu se poate determina dacă autorii proiectului au analizat cum restricțiile propuse vor afecta piețele relevante, jucătorii de pe aceste piețe și nu în ultimul rând, consumatorii finali. Subliniem că lipsa unui studiu de fezabilitate este o carență gravă a proiectului nominalizat. Un proiect de lege care impune norme restrictive activității de întreprinzător și care prevede reglementări ale prețului și condițiilor comerciale pe piețe nereglementate trebuie să fie bazat pe studiu de fezabilitate, care să determine în mod clar problema care se intenționează a fi astfel soluționată, precum și dacă soluția propusă va aduce efecte benefice de lungă durată pentru economie, și nu doar beneficii de scurtă durată pentru cerc de subiecți de drept. În lipsa unui asemenea studiu de fezabilitate, considerăm că proiectul de lege nominalizat nu trebuie să fie admis.</p>		
<p>Dupa articolul 21<sup>1</sup> textul legii se va completa cu urmatoarele alinate:  (12) Cu exceptia perioadei actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate solicitate de furnizor, marimea reducerilor comerciale oferite de catre acesta comerciantului pentru vanzarea produselor alimentare nu poate depasi 10% din pretul de vanzare al furnizorului.  (13) Conditile de livrare si de prestare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate mentionate in alin. (4) si (12) se stabilesc intre comerciant si furnizor in baza de contract, incheiat</p>	<p>„<b>Camera de Comerț Americană din Moldova</b>” (în continuare „AmCham Moldova”) își expune îngrijorările de concept asupra Proiectului de lege pentru modificarea și completarea unor acte legislative (Legea nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior - art.3, 211; Codul contravențional al RM nr. 218/2008 - art. 273, 414) nr. 18 din 29.01.2021 (în continuare „Proiect”). Totodată, ne rezervăm dreptul de a reveni ulterior cu comentarii de ordin redacțional asupra Proiectului.</p> <p><b>I. Imperativul elaborării analizei impactului de reglementare ca precondiție pentru lansarea unei inițiative legislative</b></p> <p>Conform art. 25 alin. (2) Legea nr. 100/2017 „<i>Dacă proiectul prevede reglementări cu impact asupra activității de întreprinzător, în calitate de studiu de</i></p>		

<p>separat de contractul de achiziție al produselor. Se stabilește ca perioada de desfășurare a activunilor/activitatilor de marketing și publicitate nu poate depăși 60 de zile pe an per produs.</p>	<p><i>cercetare se realizează doar analiza impactului de reglementare, efectuată în modul stabilit de legislație.</i>”</p> <p>Așadar, cu referință la art. 9 Constituția Republicii Moldova, „Comentariu la Constituția Republicii Moldova” detaliază că:</p> <p><i>„a) Piața</i></p> <p><i>Aceasta poate fi privită ca o totalitate a tranzacțiilor de vânzare-cumpărare de produse și servicii. Există câteva indicii ale pieței, care o fac să se deosebească de toate celelalte tipuri de organizare a activității economice, și anume:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>- accesul liber și posibilitatea de ieșire la piață, caracterul nelimitat al numărului de participanți la activitățile din cadrul ei, accesul și desfășurarea activităților manifestându-se prin diverse metode;</i></li> <li><i>- exercitarea unei influențe nesemnificative asupra prețului general de pe piață către prețul fixat de fiecare producător, dat fiind caracterul de masă al pieței, interacțiunea diversilor vânzători, cu posibilități relativ egale, ceea ce contribuie la stabilirea pieței; libertatea deplină de circulație a resurselor materiale, financiare, și anume:</i></li> <li><i>• asigurarea, în principiu, de șanse egale pentru toți participanții la activitățile de piață, a dreptului fiecăruia de a fi înformat despre cerere și ofertă, despre prețuri, despre specificarea mărfurilor;</i></li> <li><i>• excluderea de privilegii.</i></li> </ul> <p><i>b) Libera inițiativă economică</i></p> <p><i>Relațiile de piață caracterizează un anumit tip de organizare a economiei naționale, în cadrul căruia între producător și consumator nu există instituție administrativă de planificare, ce ar reglementa activitatea producătorilor și a consumatorilor. Numai</i></p>	
--	---	--



	<p>în cadrul unei piețe libere se poate manifesta libera inițiativă economică, aceasta presupunând, în primul rând, maximum de libertăți și posibilități economice, dintre care menționăm următoarele, expuse ca principii: - egalitatea subiecților; - inviolabilitatea proprietății; - libertatea tranzacțiilor; - inadmisibilitatea amestecului arbitrar în relațiile individuale; - obținerea de condiții favorabile în realizarea drepturilor civile de către persoanele fizice și juridice, conform propriei voințe și propriilor interese. Din cele expuse rezultă că subiecții activităților dețin o așa-numită suveranitate economică. O suveranitate similară o dețin și cumpărătorii.</p> <p><i>c) Concurența loială</i></p> <p>Concurența este o trăsătură esențială a economiei de piață. Aceasta reprezintă o rivalitate între participanții la relațiile din cadrul economiei de piață, care tind să obțină condiții mai favorabile de producere, cumpărare și vânzare a mărfurilor și serviciilor.”</p> <p>Conform aceluiași articol din Constituție, proprietatea se constituie din bunuri materiale și intelectuale; aceasta nu poate fi folosită în detrimentul drepturilor, libertăților și demnității omului. Articolul 46 alin. (2) statuează că „Nimeni nu poate fi expropriat decât pentru o cauză de utilitate publică, stabilită potrivit legii, cu dreptă și prealabilă despăgubire.”</p> <p><b>Reieșind din cele expuse, considerăm absolut necesară efectuarea unei analize complexe și detaliate atât din punct de vedere juridic, cât și economic, ținând cont de impactul propunerilor</b></p>	
--	--	--



	<p><b>de norme asupra tuturor participanților: consumator, furnizor, comerciant, precum și solicitarea avizului Consiliului Concurenței.</b></p>		
<p>Dupa articolul 21<sup>1</sup> textul legii se va completa cu urmatoarele alinate:</p> <p>(12) Cu exceptia perioadei actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate solicitate de furnizor, marimea reducerilor comerciale oferite de catre acesta comerciantului pentru vanzarea produselor alimentare nu poate depasi 10% din pretul de vanzare al furnizorului.</p> <p>(13) Conditile de livrare si de prestare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate mentionate in alin. (4) si (12) se stabilesc intre comerciant si furnizor in baza de contract, incheiat separat de contractul de achizitie al produselor. Se stabileste ca perioada de desfasurare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate nu poate depasi 60 de zile pe an per produs.</p>	<p><b>Asociația Businessului European (EBA Moldova)</b>  Vă adresează cele mai înalte considerațiuni și în contextul inițiativei legislative privind modificarea Legii nr. 231/2010 cu privire la comerțul interior, comunică următoarele.</p> <p>Aducem la cunoștință că pe parcursul anilor 2018 - 2020 au fost organizate mai multe ședințe și discuții asupra propunerilor de amendare a Legii comerțului interior, în special celor ce țin de mărirea reducerilor comerciale, perioada de desfășurare a acțiunilor/activităților de marketing și publicitate, precum și expunerea pe raft a produselor alimentare autohtone în proporție de cel puțin 50% din lungimea liniară a raftului comercial, la care au participat toate părțile interesate (producători, rețele de retail locale și internaționale, autorități publice centrale, etc).</p> <p>Totodată, constatăm că Statul a venit cu un suport pentru producători autohtoni prin includerea în Legea comerțului interior a prevederii care interzice comerciantului să solicite facturarea/refacturarea serviciilor și/sau încasarea de la furnizor a taxelor (Legea nr. 281/2016) și prevederii privind obligativitatea de expunere pe raft a produselor alimentare provenite din lanțul alimentar scurt în proporție de cel puțin 50% din lungimea liniară a raftului comercial (Legea 225/2020), precum și</p>		

	<p><i>micșorarea termenelor de plată pentru produsele livrate (7,15,30,45 zile).</i></p> <p>Ținem să menționăm că, economia Republicii Moldova este o economie de piață, iar Statul trebuie să asigure libertatea comerțului și activității de întreprinzător, precum și concurența loială. Adoptarea prevederilor nominalizate limitează în mod direct atât principiul <u>libertății comerțului</u>, garantat de Constituția RM (art. 9 și 126) cât și <u>principiul libertății contractuale a părților</u> stabilit de legislația civilă în vigoare. Mai mult ca atât, reglementarea mărimii discount-ului reprezintă o intervenție directă a statului în formarea prețurilor la produs, care va afecta direct consumatorul. La fel, la elaborarea proiectului de lege nu a fost luat în considerare existența diferitor forme de comerț prevăzute în art.7 a Legii 231/2010. Pornind de la faptul că fiecare dintre formele de comerț sunt, în esență activități diferite, care au reguli diferite de practicare, oportunitatea instituirii, în cazul dat a aceleiași marje maxime pentru reduceri trebuie să se facă pornind de la specificul fiecărei forme de comerț și de la consecințele pe care le poate produce o abordare unitară comercianților din fiecare categorie. Până în prezent discuțiile au fost reduse doar la comerțul cu amănuntul, prin urmare nu a fost efectuat nici analiza de impact pe care îl poate avea o asemenea reglementare asupra altor tipuri de comerț.</p> <p>Mai mult ca atât, atenționăm că urmare recentelor amendamente operate la art. 21<sup>1</sup> din Legea 231/2010 a fost modificată și denumirea articolului din "<i>Relațiile contractuale dintre furnizorul și comerciantul</i></p>	
--	---	--



	<p><i>produselor alimentare" în "Relațiile contractuale dintre furnizor și comerciant" astfel fiind extins spectrul produselor care cad sub incidența acestor prevederi (atât produsele alimentare cât și cele nealimentare).</i></p> <p>Adițional, menționăm că în cadrul ședințelor tehnice, Ministerul Economiei și Infrastructurii a informat despre elaborarea de către GIZ a unui studiu privind impactul unor astfel de reglementări asupra pieței, precum și practica țărilor UE în acest context. Reieșind din acest context considerăm oportună examinarea analizei date și prezentarea detaliată a impactului acestor modificări.</p> <p>Fixarea prețurilor și imixtiunea neargumentată și excesivă a Statului în activitatea de întreprinzător este în contradicție cu Legea Concurenței. Consiliul Concurenței a prezentat avizul negativ la proiectul de lege nominalizat pe 6 martie 2018, fapt care încă odată demonstrează riscurile și consecințele negative în cazul adoptării unor astfel de reglementări. Pe de altă parte, prin fixarea unui prag maximal al reducerilor, Legea indirect (în cazul furnizorilor cu poziție dominantă pe piață în mod direct) stabilește prețurile, care vor fi folosite în tranzațiile între furnizori și comercianți. În acest context, considerăm necesară avizarea repetată a inițiativei legislative de către Consiliul Concurenței.</p> <p>Totodată, subliniem că prin aprobarea amendamentelor propuse vor fi create condiții neechitabile pentru activitatea întreprinderilor mici și mijlocii, care se află într-o poziție mai vulnerabilă față de omologii săi mai</p>		
--	---	--	--

	<p>mari și, astfel nu vor putea asigura implementarea prevederilor legale.</p>		
<p>Dupa articolul 21<sup>1</sup> textul legii seva completa cu urmatoarele alinate:</p> <p>(12) Cu exceptia perioadei actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate solicitate de furnizor, marimea reducerilor comerciale oferite de catre acesta comerciantului pentru vanzarea produselor alimentare nu poate depasi 10% din pretul de vanzare al furnizorului.</p> <p>(13) Conditile de livrare si de prestare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate mentionate in alin. (4) si (12) se stabilesc intre comerciant si furnizor in baza de contract, incheiat separat de contractul de achizitie al produselor. Se stabileste ca perioada de desfasurare a actiunilor/activitatilor de marketing si publicitate nu poate depasi 60 de zile pe an per produs.</p>	<p><b>Asociația Producătorilor și Exportatorilor de Fructe „Moldova Fruct”, Asociația “Speranța Con”, Asociația “Floarea soarelui”, Fabrica de produse lactate Inlac Cupcini; Fabrica de produse lactate Lactis or.Rascani, Președintele Asociației Naționale a Producătorilor de Lapte și Produse Lactate LAPTE, Președintele Patronatului Întreprinderilor Industriei Prelucrătoare de Carne,</b></p> <p>Posibil intenția autorilor a fost de a soluționa problema practicilor neioiale termenilor de plată convenite dintre comerciant și furnizor, dar aceste reglementări au creat mai multe impedimente în implementare, evidentă și costuri nejustificate atât pentru furnizor cât și pentru comerciant. Aplicarea în practici a pun. (8) Furnizorul eliberează facturi fiscale separate pe categorii de produse alimentare clasificate conform prevederilor alin. (5)-(7) presupune pentru producători, în special de lapte și carne, eliberarea sutelor de facturi, pe când data limită de consum este expres stabilită în actele de însoțire-Certificat de calitate/Declarația de conformitate.</p> <p>Aceste două articole se bat cap in cap si contravin Legii 306/2018 cadrului legal pentru produse alimentare, principiului de trasabilitate și siguranță, cerințelor sanitar veterinare pentru produsele de origine animală. Procedura de retragere a produselor de origine animală este prevăzută de Legea 50/2013 cu privire la controalele oficiale, și este descrisă în programele de autocontrol aplicate de Operatarul din sectorul</p>		



	<p>agroalimentar (OSA), inclusiv pentru retragerea loturilor neconforme din comerț.</p> <p><b>În acest context solicităm abrogarea punctelor (8) și (10) din Articolul 21<sup>1</sup>.</b></p> <p>Legislativul nu a luat în considerație propunerile argumentate discutate de mai mult timp pe toate platformele posibile și imposibile în special pentru punctele incluse în inițiativa legislativă înregistrată cu nr.18 din 29.01.2022:</p> <p><i>(12) Cu excepția perioadei acțiunilor/activităților de marketing și publicitate solicitate de furnizor, mărimea reducerilor comerciale oferite de către acesta comerciantului pentru vânzarea produselor alimentare nu poate depăși 10% din prețul de vânzare al furnizorului.</i></p> <p><i>(13) Condițiile de livrare și de prestare a acțiunilor/activităților de marketing și publicitate menționate în alin. (4) și (12) se stabilesc între comerciant și furnizor în bază de contract, încheiat separat de contractul de achiziție al produselor. Se stabilește că perioada de desfășurare a acțiunilor/activităților de marketing și publicitate nu poate depăși 60 de zile pe an per produs.</i></p> <p>Definierea problemei și cauzele apariției ei este expusă în AIR (Analiza Impactului de Reglementare) elaborată de MEI, direcția politici de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii și comerț. Conceptul acestei reglementări este echilibrarea situației în care promoțiile și discounturile excesive au ajuns în măsură</p>		
--	---	--	--

	<p>să dezechilibreze relația dintre comerciant - furnizor, diminuând profitabilitatea OSA.</p> <p>Pentru producătorii mici situația este mai agravată. Accesul limitat a acestora în rețelele naționale și internaționale este determinat de inegalitățile semnificative în ceea ce privește puterea de negociere a furnizorilor și rețelelor comerciale.</p> <p>Existența practicilor neloiale este o problemă foarte serioasă în sectorul agroalimentar nu doar în R. Moldova dar și în statele membre ale UE. Astfel a fost adoptată directiva UE 2019/633 a parlamentului UE și a Consiliului privind practicile neloiale dintre întreprinderi în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentară.</p> <p>Din aceste motive este evidentă necesitatea reglementării activităților comerciale de marketing și publicitate din lanțul alimentară scurt.</p>		
<p><b>Art. II. -</b> Codul contravențional al Republicii Moldova nr. 218-XVI din 24 octombrie 2008 (republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova 2017, nr.78-84, art. 100), cu modificările și completările ulterioare, se modifică și se completează după cum urmează:</p> <p>1. Articolul 273 se completează cu punctul 5<sup>5</sup> ) care va avea următorul cuprins: „5<sup>5</sup>) încălcarea de către comerciant și furnizor a normelor ce tin de plafonarea</p>			



<p>reducerilor comerciale stabilite de Legea nr. 231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior se sancționează cu amendă de la 50 la 100 de unități convenționale în cazul persoanei fizice, cu amendă de la 200 la 400 de unități convenționale în cazul persoanei juridice;”.</p> <p>2. La articolul 414 alineatul (1), după textul „183 -196 * , 269-271, ” textul „art. 273 pct. 1), 2), 4), 5<sup>2</sup>), 5<sup>3</sup>) 5<sup>4</sup>)”, se va substitui cu textul „art. 273 pct. 1),2),4), 5<sup>2</sup>), 5<sup>3</sup>), 5<sup>4</sup>) 5<sup>y</sup>)”.</p>			
<p><b>Art. III. - (1)</b> Prezenta lege intră în vigoare la data publicării în Monitorul Oficial.</p> <p>(2) Guvernul va asigura în termenii prevăzuți de prezenta lege suportul metodologic pentru aplicarea modificărilor legislației, conform prevederilor prezentei legi.</p>			