



PLENUL CONSILIULUI CONCURENȚEI

DECIZIE

Nr. CEP – 14/17-42

Din 14.06.2018

mun. Chișinău

Plenul Consiliului Concurenței,
acționând în temeiul art. 41 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012 (în continuare Legea concurenței), Hotărârii Parlamentului nr. 179 din 12.07.2013 privind numirea în funcție a membrilor Plenului Consiliului Concurenței, precum și Hotărârii Parlamentului nr. 220 din 27.09.2013 privind numirea în funcție a unui membru al Plenului Consiliului Concurenței,

analizând raportul de investigație asupra cazului inițiat prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 14 din 30.05.2017, observațiile părților asupra raportului de investigație și materialele acumulate în cadrul investigației,

A CONSTATAT:

Ca urmare a analizei tranzacțiilor de vânzare-cumpărare a cotelor sociale a întreprinderilor ce au avut loc în anii 2013-2014 a fost identificată tranzacția de preluare a întreprinderii „Selectiv-Lux” SRL de către „Ovico-Parfum” SRL. La data de [...] „Ovico-Parfum” SRL a dobândit controlul asupra „Selectiv-Lux” SRL prin achiziționarea a [...] % din capitalul social al întreprinderii de la Nizencova Valentina și Nizencov Alexandr. Anterior la data de [...] „Ovico-Parfum” SRL a preluat [...] % din capitalul social al „Selectiv-Lux” SRL.

Astfel, în urma tranzacției din [...] „Ovico-Parfum” SRL a obținut [...] % din capitalul social al „Selectiv-Lux” SRL. Ulterior, după preluarea controlului, la data de [...] a fost începută procedura de reorganizare a „Selectiv-Lux” SRL, iar la data de [...] s-a trecut la operațiunea de lichidare a întreprinderii, care s-a finalizat la [...].

În scopul exercitării atribuțiilor sale prevăzute de art. 41 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012 (în continuare – Legea concurenței) și întru verificarea respectării art. 20 alin. (1) și art. 22 alin. (1) din Legea concurenței, prin Dispoziția Plenului Consiliului Concurenței nr. 14 din 30.05.2017 a fost dispusă inițierea investigației referitor la semnele încălcării prevederilor art. 20 alin. (1) și art. 22 alin. (1) din Legea concurenței referitor la nenotificarea concentrării economice dintre „Ovico-Parfum” SRL și „Selectiv-Lux” SRL.

I. Părțile implicate:

- **Partea achizitoare:**

„Ovico-Parfum” SRL (partea care a preluat controlul), înregistrată la data de 15.03.2004, IDNO – 1004600018435, sediul MD-2008, str. G. Alexandrescu, 6, ap. (of.) 30, mun. Chișinău, asociat unic și administrator, la data realizării operațiunii de concentrare economică, Cheian Victor, IDNP – [...].

- **Partea achiziționată:**

„Selectiv-Lux” SRL (partea asupra căreia s-a preluat controlul), înregistrată la data de 31.05.2000, IDNO – 1002600032752 (105094862), sediul MD-2069, str. Calea Ieșilor 15, mun. Chișinău, cu următorii asociați până la realizarea operațiunii din data de [...]: „Ovico-Parfum” SRL – [...] % (din data de [...]), Nizencova Valentina – [...] %, IDNP – [...] și Nizencov Alexandr – [...] %, IDNP – [...].

În baza informației obținute din Clasificatorul activităților din economia Moldovei (CAEM Rev.2) genul de activitate la ambele întreprinderi la momentul efectuării operațiunii de concentrare economică a fost *comerțul cu amănuntul al produselor cosmetice și de parfumerie, în magazine specializate*.

II. Piața relevantă – piața relevantă a produsului și piața geografică relevantă

Piața relevantă este piața în cadrul căreia trebuie evaluată o anumită problemă de concurență și se determină prin raportarea pieței relevante a produsului la piața geografică relevantă, în conformitate cu art. 4 al Legii concurenței.

Piața relevantă a produsului este piața produselor considerate interschimbabile de către consumatori sau substituibile, datorită utilizării date acestora, a caracteristicilor fizice, funcționale și a prețului.

La definirea pieței relevante a produsului, în cazul operațiunii de concentrare economică analizată, a fost luat în considerație genul principal de activitate desfășurat de către întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică. În esență, *produsele cosmetice* includ și produsele de îngrijire: a părului, pentru protecția solară, a tenului, a mâinilor etc.

Datorită faptului că dezvoltarea pieței comerțului cu amănuntul al produselor cosmetice și de parfumerie nu este stabilă și este supusă influenței mai multor factori ce nu depind de agenții economici, în analiza pieței relevante în prezenta investigație va fi reflectată în proces evolutiv ***situația caracteristică și specifică anilor 2013-2014 (perioada în care a avut loc concentrarea economică), fiind reflectată și până în anul 2016 și situația caracteristică și specifică în perioada actuală, anii 2017-2018.***

1. În acest sens, analizând *situația anilor 2013-2014 și respectiv până în anul 2016*, sectorul produselor de parfumerie, cosmetice și de îngrijire au fost segmentate în următoarele 2 subcategorii: (i) produse de lux/prestigiu și (ii) produse destinate publicului larg (mass-market), diferențele între aceste două categorii datorându-se în principal prețului, imaginii brandului și canalelor de distribuție, ambalajului, percepției consumatorului, strategiei de publicitate și caracteristicilor punctelor de

comercializare, care în cazul produselor de lux urmează a fi magazine specializate. O astfel de distincție persista și la nivel european, fiind relevante Decizia Comisiei europene nr. M5068 cu privire la concentrarea economică dintre L'OREAL și YSL BEAUTE și Decizia Comisiei europene nr. M7726 cu privire la concentrarea economică dintre Coty și PROCTER & GAMBLE BEAUTY BUSINESS, Decizia Consiliului Concurenței din România nr. 87 din 24.11.2016 privind concentrarea economică realizată prin dobândirea controlului unic direct de către Yves Rocher România SRL asupra Cosmétiques de France SRL.

Comercializarea produselor de parfumerie, cosmetică și îngrijire de lux se realiza prin intermediul unor sisteme de distribuție distincte de sistemele de distribuție ale acelorași categorii de produse, dar destinate publicului larg, fiind comercializate în Republica Moldova în anii 2013-2014, preponderent prin intermediul magazinelor specializate.

Din informațiile oferite de „Ovico-Parfum” SRL, luând în considerație criteriile definite mai sus, inclusiv că punctele comerciale ale „Ovico-Parfum” SRL reprezintă magazine specializate, se conchide că în gama de produse comercializate de către întreprindere se regăseau: produsele de parfumerie de lux, produsele de cosmetică de lux și produsele pentru îngrijirea pielii de lux. În tabelul nr. 1 se prezintă volumul vânzărilor a „Ovico-Parfum” SRL defalcat pe categorii de produse pentru anul 2016.

Tabelul nr.1

**Volumul de vânzări pe categorii de produse realizat de „Ovico-Parfum” SRL
pentru anul 2016**

Nr.	Produse	Volumul de vânzări (lei)	Volumul total de vânzări (%)
1.	Produse de parfumerie de lux	[...]	[...]
2.	Produse de îngrijire de lux	[...]	[...]
3	Produse cosmetice de lux	[...]	[...]
Volumul total de vânzări		[...]	[...]

Sursa: Răspuns parvenit de la „Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței (nr. de intrare 3620 din 20.09.2017)

Reieșind din gama de produse comercializate de către „Ovico-Parfum” SRL și din informațiile prezentate de către întreprindere, atât „Ovico-Parfum” SRL, cât și „Selectiv-Lux” SRL până la absorbție, comercializau produse de parfumerie de lux, produse de cosmetică de lux și produse de îngrijire de lux.

De asemenea, din rapoartele financiare ale întreprinderii pentru anii 2013-2016 și conform scrisorii cu nr. de intrare 2653 din 13.06.2018 parvenite în adresa Consiliului Concurenței din partea „Ovico-Parfum” SRL, rezultă că întreprinderea preponderent comercializa cu amănuntul produsele sale, comerțul cu ridicata asigurând până la [...] % din cifra de afaceri realizată în fiecare an, ceea ce reprezenta o valoare nesemnificativă din cifra totală de afaceri a întreprinderii.

Suplimentar, din informația oferită de către întreprindere, până la operațiunea de concentrare economică, „Selectiv-Lux” SRL a practicat și vânzarea jucăriilor

pentru copii, activitate care nu se mai regăsește în activitatea ulterioară a întreprinderii și nici în activitatea „Ovico-Parfum” SRL după absorbția întreprinderii „Selectiv-Lux” SRL. Întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL desfășura activitatea prin intermediul magazinelor specializate amplasate în municipiile Chișinău și Bălți.

Reieșind din cele expuse, se concluzionează că întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică, au avut același gen de activitate – comercializarea cu amănuntul a produselor de parfumerie, de cosmetică și îngrijire de lux în magazine specializate.

2. În *anii 2017-2018*, datorită noilor tendințe internaționale în domeniul cosmeticii și parfumeriei, dezvoltării pieței parfumurilor și cosmeticii, specializării și segmentării continue a pieții date, apariției pieței parfumurilor personalizate, piața relevantă a suferit modificări în comparație cu perioada anilor 2013-2014 (când s-a produs concentrarea economică), formând o piață nouă - *masstige*, inexistentă până acum.

Jucătorii consacrați pe gama parfumurilor și cosmeticelor de lux sunt prezenți cu o gamă diversificată de produse. Cu toate acestea, doar un număr mic de persoane achiziționează astfel de produse, prețurile ridicate, inaccesibile pentru cea mai mare parte a populației pe piața moldovenească, fiind principala cauză. Astfel, unele case de parfumuri au lansat la nivel internațional, serii de parfumuri pentru persoane cu venituri medii. Compararea prețurilor produselor de parfumerie și cosmetică cu veniturile medii estimate, indică o capacitate moderată a cumpărătorilor de pe piața Republicii Moldova de a beneficia de cel puțin un produs din gamele de marcă oferite de casele de parfum. În acest sens, segmentul produselor semiselective numite *masstige* s-a conturat în urmă cu mai puțin de 2 ani, care în prezent deține cote de piață comparabile cu cele din clasa de lux, acesta caracterizându-se prin produse la prețuri rezonabile care au fost create și lansate în încercarea de a păstra un echilibru între creșterea numărului produselor accesibile și menținerea autenticității. Gama de produse selective/de lux/prestige se adresează unui segment restrâns de consumatori, care dispun de posibilități financiare cu mult mai mari decât cei cu venituri medii.

În acest sens, analiza a relevat că în prezent, *în funcție de preț și prestigiu* se disting 3 categorii (spre deosebire de perioada anterioară când erau 2 categorii) de produse de parfumerie, cosmetice și de îngrijire: 1) de lux/prestige, 2) *masstige* (termen de marketing ce reprezintă combinația dintre mass-market și prestige), 3) cele destinate publicului larg (mass-market). Astfel, consumatorii produselor comercializate de „Ovico-Parfum” SRL au migrat de la produsele de cosmetică, de îngrijire și parfumerie de lux spre cele *masstige*.

Din cele expuse și conform evoluției prezentate, **piețele relevante** afectate a produsului sunt:

- piața comercializării produselor de parfumerie *masstige*;
- piața comercializării produselor de cosmetică *masstige*;
- piața comercializării produselor de îngrijire *masstige*.

Piața geografică relevantă este zona în care întreprinderile sunt implicate în

oferta sau cererea de pe piața relevantă a produsului, în care condițiile de concurență sunt suficient de omogene.

Din informația obținută în cadrul dosarului de investigație, s-a stabilit că întreprinderile „Ovico-Parfum” SRL și „Selectiv-Lux” SRL își desfășurau activitatea prin intermediul magazinelor specializate amplasate în mun. Chișinău și mun. Bălți.

Până la operațiunea de concentrare economică „Ovico-Parfum” SRL își desfășura activitatea în 6 magazine specializate (5 în mun. Chișinău și 1 în mun. Bălți), iar „Selectiv-Lux” SRL își desfășura activitatea în 5 magazine specializate amplasate în mun. Chișinău. La etapa actuală „Ovico-Parfum” SRL își desfășoară activitatea în 10 magazine specializate (8 amplasate în mun. Chișinău și 2 în mun. Bălți). Luând în considerație și comerțul online desfășurat de către „Ovico-Parfum” SRL prin intermediul platformei www.ovico.md, cât și specificul produselor comercializate de către întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică se identifică piața geografică ca fiind întreg teritoriul Republicii Moldova.

Astfel, având în vedere cele menționate anterior, cât și delimitarea perioadelor analizate, se concluzionează că, **piețele relevante** afectate prin operațiunea de concentrare economică sunt:

- **piața comercializării produselor de parfumerie masstige pe teritoriul Republicii Moldova;**
- **piața comercializării produselor de cosmetică masstige pe întreg teritoriul Republicii Moldova;**
- **piața comercializării produselor de îngrijire masstige pe întreg teritoriul Republicii Moldova.**

III. Acte și fapte constatate

În procesul analizei tranzacțiilor de vânzare-cumpărare a cotelor sociale a întreprinderilor ce au avut loc în anii 2013-2014 a fost identificată operațiunea din [...] prin care „Ovico-Parfum” SRL fără a notifica Consiliul Concurenței a preluat controlul asupra „Selectiv-Lux” SRL, achiziționând [...] % din capitalul social al acesteia.

Astfel, conform prevederilor contractului de vânzare-cumpărare din [...], „Ovico-Parfum” SRL a preluat cota de [...] % a întreprinderii „Selectiv-Lux” SRL de la Nizencova Valentina și Nizencov Alexandr. Valoarea tranzacției a fost de [...] euro ce constituiau la data realizării tranzacției [...] lei moldovenești, suma fiind achitată în 3 tranșe.

Ulterior, prin contractul de fuziune prin absorbție din [...] „Ovico-Parfum” SRL a recurs la absorbția „Selectiv-Lux” SRL. Ca urmare a absorbției, întregul patrimoniu al „Selectiv-Lux” SRL, inclusiv marca comercială „Parfum Lux” (înregistrată la AGEPI cu nr. de marcă 13061) a fost încorporată în patrimoniul „Ovico-Parfum” SRL.

Operațiunile de concentrare economică, conform art. 22 alin. (1) din Legea concurenței, sunt supuse evaluării și urmează a fi notificate Consiliului Concurenței

înainte de punerea în aplicare, atunci când cifra totală de afaceri realizată cumulativ de întreprinderile implicate, înregistrată în anul anterior operațiunii, depășește 25 000 000 lei și există cel puțin două întreprinderi implicate în operațiune care au realizat pe teritoriul Republicii Moldova, fiecare în parte, o cifră totală de afaceri mai mare de 10 000 000 lei în anul anterior operațiunii.

Cifra totală de afaceri realizată de întreprinderile implicate se calculează conform prevederilor art. 24 alin. (4) din Legea concurenței. Totodată, alin. (5) al aceluiași articol stipulează faptul că cifra totală de afaceri realizată de întreprinderile implicate nu include valoarea vânzărilor de produse intervenite între oricare dintre întreprinderile implicate.

Cifra de afaceri pentru anul 2013 a întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL, a fost de [...] lei, iar a întreprinderii „Selectiv-Lux” SRL - [...] lei. Totodată Nizencova Valentina și Nizencov Alexandr dețineau în perioada realizării tranzacției [...] % din capitalul social al „Parfum-Lux” SRL, IDNO – 1012600040495, sediul MD-2069, str. Calea Ieșilor 15, mun. Chișinău, care a înregistrat o cifră de afaceri în anul 2013 de [...] lei. În tabelul nr. 2 se prezintă cifra de afaceri pentru anul 2013, anul anterior realizării tranzacției.

Tabelul nr.2

Cifra totală de afaceri realizată în anul 2013 de către părțile implicate în operațiunea de concentrare economică notificată

Nr.	Denumirea întreprinderii	Cifra de afaceri, lei
1	„Ovico-Parfum” SRL	[...]
	Cifra totală de afaceri a părții care a preluat controlul	[...]
2	„Selectiv-Lux” SRL	[...]
3	„Parfum Lux” SRL	[...]
	Cifra totală de afaceri a părții asupra căreia a fost preluat controlul	[...]
Cifra totală de afaceri a părților implicate în operațiunea de concentrare economică nenotificată		[...]

Sursa: Situația întreprinderilor pentru anul 2013

Astfel, tranzacția corespunde criteriilor expuse în art. 22 alin.(1) din Legea concurenței, respectiv întreprinderea care a preluat controlul urma să notifice Consiliul Concurenței până la punerea în aplicare. Punerea în aplicare a acesteia s-a realizat atât prin preluarea pachetului de control cât și prin schimbarea administratorului întreprinderii care a avut loc prin numirea lui Victor Cheian în funcția de administrator al „Selectiv-Lux” SRL.

Totodată, art. 20 alin. (1) din Legea concurenței, prevede că până la declararea concentrării economice ca fiind compatibilă cu mediul concurențial, în temeiul unei decizii emise de Plenul Consiliului Concurenței în conformitate cu art. 25 alin. (1) lit. b) ori alin. (2) lit. b) sau c) este interzisă punerea în aplicare a unei operațiuni de concentrare economică ce cade sub incidența art. 22 alin. (1).

Notificarea concentrării economice conform art. 22 alin. (3) al

Legii concurenței, trebuie să fie realizată de persoana sau întreprinderea care preia controlul. Astfel, întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, avea obligația de a notifica operațiunea de concentrare economică Consiliului Concurenței până la punerea în aplicare a acesteia, în vederea stabilirii compatibilității cu mediul concurențial.

La data de 06.06.2017, pe pagina web a Consiliului Concurenței, a fost plasat avizul cu referire la nenotificarea concentrării economice dintre „Ovico-Parfum” SRL și „Selectiv-Lux” SRL, prin care întreprinderile terțe au avut posibilitatea de a-și expune punctele de vedere și observațiile, referitor la modul în care tranzacția în cauză afectează sau poate afecta concurența pe piața relevantă stabilită.

În legătură cu operațiunea de concentrare economică, întreprinderea „Vizaje-Nica” SRL și-a manifestat îngrijorarea cu privire la modul în care operațiunea de concentrare economică ar afecta mediul concurențial pe piața comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate pe teritoriul Republicii Moldova. Întreprinderea a menționat, în scrisoarea nr. de intrare 30 din 16.01.2018 că pentru o perioadă îndelungată de timp pe piața comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate pe teritoriul Republicii Moldova erau 3 companii concurente: „Ovico-Parfum” SRL și „Selectiv-Lux” SRL, deopotrivă cu „Vizaje-Nica” SRL.

De menționat că ulterior concentrării economice, cota de piață deținută de „Selectiv-Lux” SRL nu i-a revenit în totalitate companiei „Ovico-Parfum” SRL, ci aceasta a fost împărțită și cu alți actori ai pieței, cum ar fi „Vizaje-Nica” SRL și „Sofinalia” SRL, astfel încât conduita consumatorului nu este controlată și dictată de un singur actor pe piață și posibilitatea de alegere este largă.

În conformitate cu art. 59 din Legea concurenței, la data de 12.03.2018 Consiliul Concurenței a remis pentru informare, părților implicate, versiunea neconfidențială a Raportului de investigație.

Ca urmare în cadrul Consiliului Concurenței a parvenit scrisoarea nr. 1685 din 23.04.2018 de la întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, prin care informează despre existența observațiilor. Ulterior, prin scrisoarea nr. de intrare 2020 din 21.05.2018, în adresa Consiliului Concurenței a parvenit un studiu asupra pieței parfumurilor realizat de către întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, prin care sunt prezentate unele informații utile de care Consiliul Concurenței a ținut cont în adoptarea deciziei. Totodată, întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL a recunoscut vina pentru nenotificarea concentrării economice în adresa Consiliului Concurenței din neglijență.

Potrivit art. 58 alin. (1) și art. 64 din Legea concurenței, prin scrisoarea nr. CEP-06/169-1227 din 21.05.2018, Consiliul Concurenței a garantat drepturile la apărare ale părților în cauză prin acordarea dreptului de a-și exprima punctul de vedere cu privire la concluziile și propunerile din raportul de investigație prin dispunerea audierilor din oficiu. Ca urmare, prin intermediul poștei electronice în adresa Consiliului Concurenței, la data de 21.05.2018, reprezentantul „Ovico-Parfum” SRL informează despre imposibilitatea prezentării la audieri.

IV. Analiza efectelor operațiunii asupra mediului concurențial

Datorită faptului că dezvoltarea pieței comercializării produselor de parfumerie, de cosmetică și de îngrijire nu este stabilă, fiind supusă influenței mai multor factori ce nu depind de agenții economici, similar celor expuse mai sus, în analiza efectelor operațiunii asupra mediului concurențial va fi reflectată *situația caracteristică și specifică anilor 2013-2014 (perioada în care a avut loc concentrarea economică) fiind reflectată și până în anul 2016 și situația caracteristică și specifică în perioada actuală, anii 2017-2018.*

Ca urmare a analizei informației prezentate de către „Ovico-Parfum” SRL, tranzacția în cauză a fost evaluată pentru stabilirea compatibilității acesteia cu mediul concurențial. Astfel, se constată că urmare a operațiunii de concentrare economică întreprinderile implicate se integrează pe orizontală, având același gen de activitate.

1. La *situația din 2013-2014*, din cele expuse, se constată că „Ovico-Parfum” SRL comercializa [...] de mărci.

Astfel, întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL la solicitarea Consiliului Concurenței (scrisoarea nr. CEP-06/191-1315 din 07.06.2017) nu a prezentat defalcăt cifra de afaceri pe produse de parfumerie, pentru îngrijirea pielii și cosmetice, dar a prezentat-o defalcăt pe mărci (inclusiv pentru produse pentru îngrijire și produse cosmetice), iar cu privire la cifra de afaceri realizată pentru anii 2013-2014 de către „Selectiv-Lux” SRL, nu a fost prezentată informația în mod defalcăt pe categorii de produse, motivând că întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL nu deține informația solicitată.

Tabelul nr.3

Numărul de mărci comercializate în magazinele “Ovico-Parfum” SRL

Nr.	Produse	Nr. total de mărci
1.	Produse de parfumerie	[...]
2.	Produse pentru îngrijirea pielii	[...]
3	Produse cosmetice	[...]
Numărul total de mărci		[...]

Sursa: Răspuns parvenit de la „Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței (nr. de intrare 3620 din 20.09.2017).

În tabelul nr. 4 se prezintă mărcile comercializate în magazinele specializate ale „Ovico-Parfum” SRL.

Conform scrisorii cu nr. de intrare 2653 din 13.06.2017 din partea „Ovico-Parfum” SRL, dimensiunea totală a acestor piețe era una redusă. Ca urmare a acestui fapt numărul de concurenți pe piață era unul mic.

Tabelul nr.4

Mărcile comercializate în magazinele specializate ale „Ovico-Parfum” SRL

Produse de parfumerie	Produse de cosmetică	Produse de îngrijire
[...]	[...]	[...]
Total: [...] produse	Total: [...] produse	Total: [...] produse

Sursa: Răspuns parvenit de la „Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței (nr. de intrare 2653 din 13.06.2017).

În scopul stabilirii dimensiunii piețelor afectate la situația anilor 2013-2014 au fost expediate solicitări de informații către concurenții întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL, indicați nemijlocit de către întreprinderea menționată în scrisoarea cu nr. de intrare 2653 din 13.06.2017. Astfel, au fost expediate solicitări de informație către „Vizaje-Nica” SRL, „Orbico MA” SRL, „Romsticom” SRL, „Mary Kay (Moldova) Limited” SRL, „Avon Cosmetics (Moldova)” SRL, „Oriflame International” SRL, „Sofinalia” SRL.

În urma recepționării și analizei răspunsurilor de la întreprinderile: „Orbico MA” SRL, și „Romsticom” SRL s-a constatat că produsele comercializate de către aceste întreprinderi nu sunt substituibile cu produsele comercializate de către părțile implicate în operațiunea de concentrare economică, deoarece produsele comercializate de către aceste întreprinderi, luând în considerație prețul, mărcile, ambalajul, percepția consumatorului, strategia de publicitate și caracteristicile punctelor de comercializare, sunt produse destinate publicului larg. De asemenea, ca urmare a analizei răspunsurilor parvenite de la întreprinderile „Mary Kay (Moldova) Limited” SRL, „Avon Cosmetics (Moldova)” SRL, și „Oriflame International” SRL, luându-se în considerație prețul produselor comercializate, percepția consumatorilor, caracteristicile calitative ale acestora și sistemele de distribuție existente, s-a constatat că produsele comercializate de către aceste întreprinderi nu pot fi considerate substituibile cu produsele comercializate de către părțile implicate în operațiunea de concentrare economică. Astfel, se conchide că aceste întreprinderi nu concurează cu întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL pe aceeași piață relevantă.

Din răspunsurile obținute și ca urmare a analizei produselor comercializate de către „Sofinalia” SRL și „Vizaje-Nica” SRL s-a constatat, luând în considerație prețul, mărcile, ambalajul, percepția consumatorului, strategia de publicitate și caracteristicile punctelor de comercializare că produsele comercializate de aceste întreprinderi corespund specificului produselor comercializate de întreprinderile implicate și nemijlocit concurează cu acestea pe piețele relevante afectate, iar vânzările realizate de către aceste întreprinderi urmează a fi luate în considerație în procesul de stabilire a dimensiunii piețelor relevante afectate.

Pentru analiza efectelor operațiunii de concentrare economică pe piața comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate, a fost luată în considerație cifra de afaceri realizată de către „Selectiv-Lux” SRL pentru comercializarea produselor de parfumerie de lux, în special ca urmare a faptului că

activitatea de bază a întreprinderii constă anume în comercializarea produselor de parfumerie de lux în magazine specializate.

Analizând piața sus-menționată în perioada anilor 2014-2016 și din informațiile obținute de la concurenții „Ovico-Parfum” SRL, s-a constatat că în magazinele specializate ce aparțin concurenților întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL, sunt comercializate produse identificate cu mărcile comerciale, care la fel erau considerate a fi de lux, reieșind din proprietățile lor. Întreprinderea „Vizaje-Nica” SRL comercializa produse de parfumerie de lux ce aparțin la [...] de mărci. Dintre acestea mărcile: [...] sunt comercializate și de către „Ovico-Parfum” SRL. Întreprinderea „Sofinalia” SRL comercializează 6 produse de parfumerie identificate prin mărci distincte, aceasta nu comercializează nici un produs cu aceeași marcă comercială ca și produsele întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL. În acest context, se constată că pe teritoriul Republicii Moldova se comercializau produse de parfumerie de lux identificate prin [...] de mărci distincte.

Pe piața **produselor de cosmetică în magazine specializate** pe teritoriul Republicii Moldova se atesta prezența, în magazinele specializate a 26 mărci. „Ovico-Parfum” SRL era distribuitor unic pentru [...] din aceste mărci, ceea ce reprezintă [...] % din numărul total de mărci de cosmetică de lux comercializate pe teritoriul Republicii Moldova.

O situație asemănătoare se atesta și pe piața **produselor de îngrijire în magazine specializate**, „Ovico-Parfum” SRL era distribuitor unic pentru [...] mărci pe teritoriul Republicii Moldova (din totalul de [...] mărci comercializate în magazinele specializate „Ovico-Parfum” SRL), ceea ce reprezintă [...] % din numărul celor [...] de mărci de produse de îngrijire de lux comercializate pe teritoriul Republicii Moldova.

Evoluția cotelor de piață, pe *pieța comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate*, a întreprinderilor implicate este prezentată în detaliu în tabelul nr.5.

Tabelul nr.5

Evoluția cifrei de afaceri și a cotei de piață a întreprinderilor implicate și a principalilor concurenți pe piața comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate

Nr	Întreprinderea	Anul 2013		Anul 2014		Anul 2015		Anul 2016	
		Vânzări (lei)	Cota piață (%)	Vânzări (lei)	Cota piață (%)	Vânzări (lei)	Cota piață (%)	Vânzări (lei)	Cota piață (%)
1	“Ovico-Parfum”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	“Selectiv-Lux”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	„Vizaje-Nica”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	„Sofinalia”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Sursa: Răspuns parvenit de la “Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței (nr. de intrare 3620 din 20.09.2017)

În anul anterior operațiunii de concentrare economică (2013) pe piața comercializării produselor de parfumerie de lux în magazine specializate se atestă o cotă de piață cumulativ pentru întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL și „Selectiv-Lux” SRL de [...]%. Aceasta cotă se micșorează ca urmare a operațiunii de concentrare economică până la [...] % în 2014. În anul 2015 cota de piață a crescut puțin până la [...] % și a scăzut în anul 2016 până la [...] %.

Analiza a relevat că, cota pe piața comercializării produselor de parfumerie a suferit o scădere și ulterior rămâne relativ constantă pe perioada anilor următori punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică. Luând în considerație dinamica comercializării produselor de parfumerie, numărul de magazine specializate deținute de întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL este puțin probabil ca, cota pe piața comercializării produselor de parfumerie în magazine specializate să se reducă substanțial în următoarea perioadă.

Reieșind din faptul că nu a fost prezentată cifra de afaceri defalcată a întreprinderii „Selectiv-Lux” SRL, calcularea cotei de piață a acesteia pe piața comercializării produselor de cosmetică de lux în magazine specializate și pe piața comercializării produselor de îngrijire de lux în magazine specializate nu a fost posibilă pentru anul anterior operațiunii de concentrare economică. Astfel în tabelul nr. 6 și tabelul nr. 7 se prezintă doar evoluția cotei de piață a întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL pe aceste piețe: *pieța comercializării produselor de cosmetică de lux și piața comercializării produselor de îngrijire de lux.*

Tabelul nr.6

Evoluția cifrei de afaceri și a cotei de piață a întreprinderilor implicate și a principalilor concurenți pe piața comercializării produselor de cosmetică de lux în magazine specializate

Nr	Întreprinderea	Anul 2013		Anul 2014		Anul 2015		Anul 2016	
		Vânzări (lei)	Cota e piață (%)	Vânzări (lei)	Cota piață (%)	Vânzări (lei)	Cota de piață (%)	Vânzări (lei)	Cota piață (%)
1	„Ovico-Parfum”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	„Vizaje-Nica”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	„Sofinalia”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Sursa: Răspuns parvenit de la “Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței (nr. de intrare 3620 din 20.09.2017)

Conform analizei, în anul anterior operațiunii de concentrare economică pe piață se manifesta un nivel ridicat al concentrării pieței comercializării produselor de cosmetică de lux în magazine specializate (indicatorul $IHH=[...]$ ¹), acesta scade ca

¹ În procesul de calculare a Indicatorul Herfindahl – Hirschman (IHH) se vor suma cotele întreprinderilor la pătrat pentru toate întreprinderile active pe piață. În funcție de rezultatul obținut se va considera că nivelul de concentrare pe piață este unul redus dacă rezultatul obținut va fi inferior la 1500, se va considera nivel de concentrare mediu dacă rezultatul va fi cuprins între 1500 și 2500, se va stabili nivel ridicat de concentrare când indicatorul e mai mare de 2500.

urmare a operațiunii de concentrare economică. Astfel în anul 2014, indicatorul IHH care indică nivelul de concentrare a pieței a atins nivelul de [...]. În anul 2015 indicatorul IHH a fost de [...], ulterior având loc o ușoară scădere, în anul 2016 înregistrându-se indicatorul IHH egal cu [...].

Ținându-se cont de cotele mici de piață deținute de părțile implicate pe piața comercializării produselor de cosmetică de lux în magazine specializate, se constată că realizarea operațiunii de concentrare economică nu ridică obstacole semnificative în calea concurenței, nu afectează mediul concurențial normal, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante pe această piață relevantă afectată.

Tabelul nr.7

Evoluția cifrei de afaceri și a cotei de piață a întreprinderilor implicate și a principalilor concurenți pe piața comercializării produselor de îngrijire de lux în magazine specializate

Nr	Întreprinderea	Anul 2013		Anul 2014		Anul 2015		Anul 2016	
		Vânzări (lei)	Cota de piață (%)	Vânzări (lei)	Cota de piață (%)	Vânzări (lei)	Cota de piață (%)	Vânzări (lei)	Cota de piață (%)
1	„Ovico-Parfum”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	„Vizaje-Nica”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	„Sofinalia”	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total		[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Sursa: Răspuns parvenit de la „Ovico-Parfum” SRL la solicitările Consiliului Concurenței nr. de intrare 3620 din 20.09.2017

În anul anterior operațiunii de concentrare economică pe piață se manifesta un nivel ridicat al concentrării pieței comercializării produselor de îngrijire de lux în magazine specializate (indicatorul **IHH**=[...]), acesta suferă mici modificări **neesențiale** ca urmare a operațiunii de concentrare economică, astfel în anul 2014 indicatorul IHH care indică nivelul de concentrare a pieței a atins nivelul de [...]. În anul 2015 indicatorul IHH a fost de [...], ulterior având loc o ușoară scădere, în anul 2016 înregistrându-se indicatorul IHH egal cu [...].

Pe piața comercializării produselor de îngrijire de lux în magazine specializate, se constată că realizarea operațiunii de concentrare economică nu ridică obstacole semnificative în calea concurenței și nu afectează mediul concurențial normal, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante pe această piață analizată.

Astfel, în urma operațiunii de concentrare economică întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică au fost integrate orizontal.

Efectul acestei operațiuni asupra piețelor comercializării produselor de cosmetică de lux în magazine specializate pe teritoriul Republicii Moldova și a produselor de îngrijire de lux în magazine specializate pe teritoriul țării este nesemnificativă și piețele date nu suferă modificări structurale esențiale. Totodată, cota pe piața comercializării produselor de parfumerie în magazine specializate rămâne constantă pe perioada anilor următori punerii în aplicare a operațiunii de concentrare economică.

2. În ceea ce urmează, se face referire la situația *anilor 2017-2018*, specificând faptul că piața comercializării produselor de cosmetică în magazine specializate pe

teritoriul Republicii Moldova și a produselor de îngrijire în magazine specializate pe teritoriul țării nu suferă modificări structurale esențiale nici în această perioadă enunțată, urmând a ne pronunța asupra pieței comercializării produselor de parfumerie și pe evoluția clasificării acestei piețe pe care activează întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, care deținea o pondere importantă pentru produsele de parfumerie în perioada anilor 2013-2014 când piața on-line era mai puțin dezvoltată. În acest sens, este de menționat că piața parfumurilor cunoaște o continuă transformare de la an la an, sofisticarea consumatorului determinând acest lucru. Datorită ritmului activ de dezvoltare a pieței parfumurilor, vânzările produselor de parfumerie sunt în continuă creștere. În acest sens, segmentul produselor semiselective, numite *masstige*, s-a conturat în urmă cu mai puțin de 2 ani. Grație tendinței și sporirii accesibilității informaționale cu privire la produsele de parfumerie (puterea informațională accesibilă pe internet, dezvoltarea e-Commerce a caselor de parfum), o parte considerabilă de consumatori ai produselor de parfumerie ieftine au migrat spre piața parfumurilor de marcă. Achiziționarea și utilizarea parfumurilor de marcă a devenit un trend, care este răspândit în rândul consumatorilor și este în ascensiune continuă. Din aceste considerente, limitele pieței parfumurilor de marcă și a produselor de parfumerie ieftine nu mai sunt clare și sunt greu de identificat.

Totodată, numărul actorilor pe piața parfumurilor este în continuă creștere, din contul vânzărilor prin internet. Aceasta este o tendință internațională, de efectele căreia a fost afectată și piața Republica Moldova.

Piața comercializării produselor de parfumerie se dezvoltă prin intermediul pieței on-line, în acest mod, accesul la produsele de parfumerie este mult mai larg decât în anii 2013-2014, iar începând cu anul 2016 se observă o creștere a comerțului electronic.

Unul dintre motoarele principale de creștere a consumului, în ansamblul său, îl reprezintă comerțul on-line. Comunicarea digitală și comerțul electronic sunt definite ca fiind aspecte strategice pentru businessul produselor cosmetice și al parfumeriei și se înregistrează o creștere stabilă a canalelor moderne de comercializare prin intermediul pieței on-line a produselor cosmetice și a produselor de parfumerie.

Dezvoltarea pieței comercializării parfumurilor prin intermediul magazinelor electronice au condus această piață la un nivel avansat ce a evoluat în ultimii ani, astfel încât consumatorii au acces mai larg și diversificat la produse.

Pe piața Republicii Moldova sunt prezente magazine online ce comercializează produse de parfumerie și oferă o gamă variată de produse. Printre magazinele online de produse de parfumerie prezente pe piața Republicii Moldova sunt: [...], care comercializează produse de parfumerie ce concurează direct cu varietatea produselor de parfumerie din magazinele specializate ale întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL. Unele dintre aceste magazine depășesc varietatea produselor din magazinele specializate. Întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL comercializează [...] de mărci din gama totală disponibilă pe piața Republicii Moldova. În prezent aceasta nu deține exclusivitatea pentru nici una dintre aceste mărci în magazinele specializate, astfel

încât, cel puțin un magazin electronic mai deține integral mărcile comercializate de „Ovico-Parfum” SRL.

În aceeași ordine de idei, funcționarea magazinelor Duty-free la intrarea în țară și existența unui sortiment variat de produse în aceste magazine, contribuie direct la diversificarea canalelor de comercializare a produselor de parfumerie. Astfel, piața comercializării parfumurilor prin on-line, precum și prezența magazinele Duty-free la intrarea în țară, concurează direct cu magazinele specializate, având aceleași mărci consacrate ca și întreprinderile implicate în operațiunea de concentrare economică.

De asemenea, potrivit scrisorii cu nr. de intrare 2653 din 13.06.2017, întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL informează Consiliul Concurenței că: „Efectuarea tranzacției din [...]cu privire la achiziționarea a [...]% din capitalul social al companiei „Selectiv-Lux” SRL nu a urmărit scopul obținerii unui control suplimentar asupra pieței parfumeriei și a cosmeticii în Republica Moldova. Inițiativa încheierii acestei tranzacții a aparținut vânzătorilor – Nizencov Alexandr și Nizencova Valentina, ținând cont de faptul că compania „Selectiv-Lux” SRL s-a aflat în stare financiară gravă, pe parcursul anilor 2012-2013 a acumulat pierderi mari”.

Conform aceleiași scrisori, mai informează că: „Urmare a efectuării tranzacției din [...] și a absorbirii ulterioare a companiei „Selectiv-Lux” SRL de către „Ovico-Parfum” SRL au fost închise magazinele [...]și [...]. *Venitul din vânzări obținut în totalul anilor 2013-2014 a rămas practic neschimbat*, iar în anul 2016 s-a reflectat chiar și micșorarea acestuia. Totodată, conform scrisorii cu nr. de intrare 2778 din 23.06.2017, „Ovico-Parfum” SRL informează Consiliul Concurenței că: „În procesul reorganizării, au fost lichidate câteva magazine neprofitabile, a fost închis oficiul și depozitul gestionat de „Selectiv-Lux” SRL, iar personalul și stocurile de marfă au fost mutate în încăperile ocupate de „Ovico-Parfum” SRL.”

Luând în considerație cele relatate, structura și evoluția piețelor relevante, dezvoltarea rapidă a noilor canale de comercializare, cotele de piață, precum și modul de integrare a întreprinderilor implicate în operațiunea de concentrare economică, se constată că, prin preluarea întreprinderii „Selectiv – Lux” SRL, operațiunea de concentrare economică, nu ridică obstacole semnificative în calea concurenței efective pe piață sau pe o parte substanțială a acesteia, în special prin crearea sau consolidarea unei poziții dominante pe respectiva piață relevantă.

V. Calificarea legală a acțiunilor

În conformitate cu art. 20 alin. (2) lit. b) din Legea concurenței, o operațiune de concentrare economică are loc în cazul în care modificarea de durată a controlului rezultă în urma preluării, de către una sau mai multe persoane care controlează deja cel puțin o întreprindere ori de către una sau mai multe întreprinderi, fie prin achiziționarea de valori mobiliare (părți sociale) sau de active, fie prin contract ori prin alte mijloace, a controlului direct sau indirect asupra uneia ori mai multor întreprinderi sau părți ale acestora, inclusiv prin crearea unei societăți în comun care îndeplinește în mod durabil toate funcțiile unei entități economice autonome.

Prin urmare, prin preluarea a [...] % din capitalul social al „Selectiv-Lux” SRL de către „Ovico-Parfum” SRL s-a realizat o operațiune de concentrare economică, în sensul art. 20 alin. (2) lit. b) din Legea concurenței.

Potrivit prevederilor Legii concurenței, operațiunile de concentrare economică care depășesc pragurile stabilite la art. 22 alin. (1) din Legea concurenței sunt supuse evaluării și urmează a fi notificate Consiliului Concurenței până la punerea în aplicare a acestora.

În conformitate cu art. 20 alin. (1) din Legea concurenței, până la declararea concentrării economice ca fiind compatibilă cu mediul concurențial, în temeiul unei decizii emise de către Plenul Consiliului Concurenței în conformitate cu art. 25 alin. (1) lit. b) ori alin. (2) lit. b) sau c) ori pe baza unei prezumții în conformitate cu art. 25 alin. (5), este interzisă punerea în aplicare a unei operațiuni de concentrare economică ce cade sub incidența art. 22 alin. (1).

Tranzacția de preluare a controlului asupra „Selectiv-Lux” SRL s-a realizat la data de [...], însă notificarea acesteia la Consiliul Concurenței nu a avut loc. Prin preluarea pachetului de control al „Selectiv-Lux” SRL a fost pusă în aplicare operațiunea de concentrare economică, în sensul art. 22 alin. (2) din Legea concurenței. Punerea în aplicare a acesteia s-a realizat atât prin preluarea pachetului de control cât și prin schimbarea administratorului întreprinderii. Până la realizarea tranzacției, administrator al întreprinderii a fost Alexandr Nizencov, iar ca urmare a preluării controlului, din data de [...], administrator al „Selectiv-Lux” SRL a fost numit Victor Cheian.

În contextul celor expuse mai sus, se constată faptul că operațiunea de concentrare economică a fost pusă în aplicare înainte de a fi notificată Consiliului Concurenței în conformitate cu art. 22 alin. (1) din Legea concurenței și până la declararea concentrării economice ca fiind compatibilă cu mediul concurențial, în temeiul unei decizii emise de Plenul Consiliului Concurenței în conformitate cu art. 25 alin. (1) lit. b) ori alin. 2 lit. b) sau c) ori pe baza unei prezumții, în conformitate cu art. 25 alin. (5).

Totodată, potrivit art. 22 alin (4) din Legea concurenței, notificările se depun conform Formularului de notificare, parte componentă a Regulamentului privind concentrările economice, adoptat prin Hotărârea Plenului Consiliului Concurenței nr.17 din 30.08.2013.

Nenotificarea unei operațiuni de concentrare economică, definită la art. 22 alin. (1), înainte de punerea în aplicare a acesteia, cu excepția cazurilor în care sunt autorizate în mod expres în acest sens în conformitate cu art. 20 alin. (5) sau printr-o decizie adoptată în temeiul art. 20 alin. (6), reprezintă o încălcare a normelor materiale a legislației concurențiale.

Având în vedere că operațiunea de concentrare economică nu ridică obstacole semnificative în calea concurenței și nu afectează mediul concurențial normal, calificarea legală s-a făcut numai pe nenotificarea concentrării economice ce a fost pusă în aplicare înainte de a fi notificată Consiliului Concurenței și până la declararea

concentrării economice ca fiind compatibilă cu mediul concurențial.

Nivelul de baza al amenzii pentru încălcarea normelor materiale se determină în funcție de gravitatea și durata faptei, conform prevederilor art. 72 din Legea concurenței. Nivelul de bază se obține prin înmulțirea procentului determinat în funcție de gradul de gravitate cu factorul aferent duratei încălcării.

La evaluarea gravității încălcării normelor materiale ale legislației concurențiale se iau în considerare, în special, natura faptei săvârșite, ponderea în cifra totală de afaceri a vânzărilor de produse realizate de întreprindere pe piața geografică relevantă de pe teritoriul Republicii Moldova care au legătură directă sau indirectă cu încălcarea (atunci când este posibilă o astfel de estimare), cotele de piață cumulate ale tuturor întreprinderilor participante, impactul încălcării pe piață (atunci când acesta poate fi măsurat), probabilitatea ca o operațiune de concentrare economică să fi fost interzisă dacă ar fi fost notificată.

În funcție de gravitatea faptei, operațiunea de concentrare economică, se încadrează în prevederile art. 72 alin. (3) lit. a) din Legea concurenței fiind de gravitate mică.

În funcție de durată, în conformitate cu art. 72 alin. (5) lit. b) din Legea concurenței, fapta comisă se încadrează la încălcări de durată medie (de la un an la cinci ani): factor 1,2.

În conformitate cu art. 73 din Legea concurenței, nivelul de bază al amenzii pentru încălcarea normelor materiale, poate fi majorat sau redus pentru fiecare circumstanță agravantă sau atenuantă constatată.

Ca urmare a investigării cazului au fost reținute următoarele circumstanțe atenuante:

- colaborarea efectivă a întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL cu Consiliul Concurenței dincolo de obligația sa legală de a coopera;
- recunoașterea vinei pentru nenotificarea concentrării economice în adresa Consiliului Concurenței, fiind o încălcare comisă din neglijență.

Circumstanțe agravante, prevăzute la art. 73 alin. (2) din Legea concurenței nu au fost reținute.

Pe parcursul derulării investigației, întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL a oferit informația solicitată de către Consiliul Concurenței, însă uneori informația oferită de către întreprindere era nesistematizată și incompletă.

Pentru determinarea nivelului de bază al amenzii, ca bază de calcul se ia cifra totală de afaceri realizată de întreprindere în anul anterior sancționării.

Potrivit raportului financiar prezentat de întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, cifra totală de afaceri realizată în anul 2017 de întreprinderea implicată în operațiunea de concentrare economică, constituie [...] lei.

În conformitate cu art. 43 alin. (2) din Codul de executare nr. 443-XV din 24.12.2004 în cazul în care sumele se încasează în beneficiul statului, calitatea de **creditor** este exercitată de către Ministerul Finanțelor.

Potrivit art. 36 alin. (5) din Legea concurenței sumele ce reprezintă amenzi sau alte sancțiuni aplicate de Consiliul Concurenței se fac venit la bugetul de stat:

- **Beneficiar:** MF – Trezoreria de Stat;
- **Codul IBAN:** MD83TRGAAA14311701000000;
- **Codul fiscal:** 1006601000037;
- **Prestatorul beneficiar:** Ministerul Finanțelor – Trezoreria de Stat;
- **Destinația plății:** /A102/.

În conformitate cu art. 11 și art. 14 din Codul de executare nr.443 din 24.12.2004, decizia Consiliul Concurenței privind aplicarea sancțiunilor pecuniare trebuie să conțină denumirea debitorului, codul fiscal, sediul lor, datele bancare de identificare.

Debitor este întreprinderea care avea obligația de notificare a operațiunii de concentrare economică,

- **„Ovico-Parfum” SRL** - înregistrată la data de 15.03.2004, IDNO – 1004600018435, sediul în Republica Moldova, mun. Chișinău, str. G. Alexandrescu, 6, ap.(of.) 30, MD-2008. Codul IBAN – [...].

Reieșind din constatările expuse, în temeiul art. 20, art. 22, art. 23, art. 24, art. 25, art. 41, art. 65, art. 71, art. 72 și art. 73 din Legea concurenței, Plenul Consiliului Concurenței,

DECIDE:

1. A constata încălcarea prevederilor art. 20 alin. (1), art. 22 alin (1) din Legea concurenței, de către „Ovico-Parfum” SRL.
2. A declara operațiunea de concentrare economică, realizată prin preluarea controlului asupra „Selectiv-Lux” SRL de către „Ovico-Parfum” SRL la data de 10.04.2014, compatibilă cu mediul concurențial.
3. A aplica întreprinderii „Ovico-Parfum” SRL, IDNO 1004600018435, ținând cont de gravitatea faptei, durata încălcării, precum și de circumstanțele atenuante constatate, amendă [...] % din cifra de afaceri a întreprinderii, ceea ce reprezintă 81 678,35 lei (optzeci și unu mii șase sute șaptezeci și opt lei, treizeci și cinci bani).
4. Suma prevăzută la pct. 3 se va achita în bugetul de stat, timp de 60 de zile lucrătoare de la data comunicării prezentei decizii, cu mențiunea: „amendă aplicată de către Consiliul Concurenței în conformitate cu Legea concurenței”.
5. Întreprinderea „Ovico-Parfum” SRL, va informa Consiliul Concurenței despre executarea prezentei Decizii, cu anexarea documentelor confirmative.
6. Prezenta Decizie intră în vigoare la data adoptării.

**Președintele
Consiliului Concurenței**

Viorica CĂRARE