

CODUL DE BUNE PRACTICI PRIVIND RELAȚIA DINTRE LANȚURILE DE UNITĂȚI COMERCIALE CU PROFIL ALIMENTAR ȘI FURNIZORII DE PRODUSE

CAPITOLUL I. DISPOZIȚII GENERALE

Articolul I. Obiectul și domeniul de aplicare

(1) Codul de bune practici privind relația dintre lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar și furnizorii de produse (în continuare - "Codul" sau "Codul de bune practici") este un set de reguli privind interacțiunea echitabilă între lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar și furnizorii de produse.

(2) Dispozițiile prezentului Cod sunt obligatorii pentru lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar și/sau furnizori, în cazul în care întreprinderea exprimă acordul scris de a accepta prevederile prezentului Cod în condițiile Legii.

(3) Dispozițiile prezentului Cod referitoare la produse, se aplică inclusiv produselor comercializate sub marcă proprie, dacă dispozițiile Codului nu prevăd expres că acestea se aplică numai anumitor tipuri de produse.

Articolul 2. Noțiunile de bază utilizate în Cod

(1) Furnizor - întreprindere independentă angajată în livrarea de produse lanțurilor de unități comerciale cu profil alimentar, în scopul comercializării acestora cu amănuntul și/sau cu ridicata către consumatori.

(2) Lanț de unități comerciale cu profil alimentar - două sau mai multe unități comerciale care aparțin din punct de vedere juridic unei sau mai multor întreprinderi din cadrul aceluiași grup de întreprinderi, determinat în conformitate cu Legea concurenței nr.183 din 11.07.2012 sau o combinație a două sau mai multe unități comerciale dependente, care activează sub aceeași marcă comercială sau utilizează aceleași mijloace de individualizare, a căror activitate este vânzarea și/sau revânzarea produselor.

(3) Parte – lanțul de unități comerciale cu profil alimentar și/sau furnizorul.

(4) Matricea sortimentală - o listă cu toate produsele vândute de lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar, inclusiv produse sezoniere, care pot lipsi temporar în lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar.

(5) Mărfuri sub marcă proprie - produse fabricate sau prelucrate de către un lanț de unități comerciale cu profil alimentar sau produse fabricate sau prelucrate de furnizor la comanda lanțului de unități comerciale cu profil alimentar, pe care sunt aplicate mărcile comerciale, dreptul asupra cărora aparține lanțului de unități comerciale cu profil alimentar.

(6) Produs – produs alimentar, definit în art. 2 din Legea privind produsele alimentare nr.78 din 18.03.2004.

Articolul 3. Principiile generale aplicate relațiilor dintre lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar și furnizori

(1) Prezentul Cod se bazează pe principiile fundamentale ale dreptului civil, și anume principiile de recunoaștere a egalității participanților în circuitul comercial, inviolabilitatea proprietății, libertatea contractuală, inadmisibilitatea ingerințelor arbitrare de către orice persoană în afacerile private, aplicarea neîngrădită a drepturilor civile, asigurarea restabilirii drepturilor încălcate și protecția lor judiciară. Codul se bazează pe principiile caracterului rezonabil și de bună-credință a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar și furnizori, indiferent de aplicarea sau neaplicarea prevederilor prezentului Cod.

(2) Predictibilitate pentru contragent (potențial contragent) la definirea condițiilor de tranzacționare în contracte, părțile vor promova concurența în relațiile dintre furnizori și lanțurile de

unități comerciale cu profil alimentar, fapt ce ar permite optimizarea costurilor și minimizarea pierderilor la etapele de coordonare a condițiilor de colaborare și executarea obligațiilor dintre părți. Furnizorii și lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar pot lua orice măsuri prevăzute de legislația în vigoare pentru limitarea accesului concurenților săi la condițiile comerciale individuale ale contractelor și altor informații confidențiale.

(3) Fiecare furnizor și lanț de unități comerciale cu profil alimentar suportă independent riscurile de afaceri și determină sursele sale de venit. În același timp, una dintre principalele surse ale lanțurilor de unități comerciale cu profil alimentar și furnizori este adaosul comercial, iar alte condiții pot varia în funcție de obiectivele urmărite privind volumul vânzărilor, dezvoltarea brandului (creșterea gradului de cunoaștere a mărcilor comerciale), creșterea nivelului de loialitate a clienților și a altor criterii justificate economic. Furnizorii și lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar depun toate eforturile pentru a asigura o concurență loială și nu interferează cu activitățile comerciale ale partenerilor și a concurenților săi.

(4) Toate înțelegerile negociate, inclusiv acordurile de intenție vor fi reflectate în contractul încheiat între lanțul de unități comerciale cu profil alimentar și furnizor. Părțile pot prevedea modul de comunicare, inclusiv posibilitatea de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare.

(5) Furnizorii și lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar depun eforturi comune pentru creșterea gradului de predictibilitate pentru părți, a volumului comenzilor și programul de livrare de produse, prestare de servicii, în scopul de a optimiza costurile de producție, depozitare, livrarea și vânzarea produselor.

(6) Furnizorii și lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar se vor informa reciproc în cazul identificării produselor de calitate neconformă și a produselor a căror informație cu privire la compoziția sa nu corespunde adevărului.

CAPITOLUL II. LISTA DE BUNE PRACTICI

Articolul 4. Alegerea contragentului

La selectarea contragentului și încheierea contractului trebuie să fie asigurate condiții echitabile de concurență între furnizori pentru încheierea unui contract cu lanțul de unități comerciale cu profil alimentar (în mod similar, între lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar pentru încheierea contractului cu furnizorii), precum și accesul egal la informațiile cu privire la condițiile de selecție a contragentului pentru încheierea contractului, cu condiția nedivulgării clauzelor comerciale.

Articol 5. Documentarea negocierilor între părți

Procesul de negociere între părți, a condițiilor contractuale poate fi asigurat prin fixarea în scris sau prin înregistrarea cu mijloace electronice de comun acord a părților a tuturor înțelegerilor atinse.

Articolul 6. Clauze contractului

Contractul poate să cuprindă, fără a se limita la acestea, clauze clare privind:

- a) cerințele lanțului de unități comerciale cu profil alimentar față de produsele livrate;
- b) situațiile în care lanțul de unități comerciale cu profil alimentar poate respinge produsele livrate;
- c) perioada de plată pentru produsele și circumstanțele în care plata sau o parte din plată poate fi reținută sau întârziată;
- d) termenul de valabilitate a contractului;
- e) cantitatea și calitatea produselor;
- f) circumstanțele rezilierii contractului, dacă se prevede o astfel de posibilitate.

Articolul 7. Coordonarea modificărilor de preț a produselor și serviciilor

(1) La coordonarea modificărilor clauzelor contractuale privind prețurile produselor trebuie să se asigure previzibilitatea, predictibilitatea, fezabilitatea și argumentarea economică, fapt ce oferă contragentului posibilitatea de a ajunge la un acord privind noile prețuri sau, în cazul în care nu se ajunge la un acord, de a căuta un contragent alternativ.

(2) În contract nu se admit clauze care, limitează posibilitatea, introduc restricții sau stabilesc moratoriu pentru furnizor sau lanțul de unități comerciale cu profil alimentar, de a înainta contragentului propuneri de modificare a prețului. Termenul de examinare a propunerii de modificare a prețurilor trebuie să corespundă termenului stabilit în contract, dar să nu depășească 30 (treizeci) de zile calendaristice de la data primirii propunerii de modificare a prețurilor.

(3) Termenul-limită pentru partea destinatară de a confirma primirea listei de prețuri pentru negociere nu trebuie să depășească 5 (cinci) zile lucrătoare de la data primirii propunerii de către destinatar.

(4) În cazul unor schimbări bruște a unor factori cheie care influențează situația prețurilor pieței produselor, inclusiv cursul leului în raport cu monedele țărilor exportatoare de produse, cadrul de reglementare sau rata dobânzilor termenul de coordonare a propunerii, conform procedurii de mai sus, nu trebuie să depășească 7 (șapte) zile lucrătoare.

(5) În cazul în care partea contractantă a transmis contragentului mai multe notificări distincte privind modificarea prețului la același produse, perioada de negociere a schimbării prețului la produse se determină de la data primirii ultimei propuneri expediate.

(6) Până la intrarea în vigoare a prețurilor noi, furnizorul este obligat să execute comenzile, plasate de lanțul de unități comerciale cu profil alimentar la prețurile existente.

(7) În cazul în care, în perioada de negociere nu se ajunge la un acord cu privire la noul preț, nu se aplică penalități furnizorului la încetarea livrării de produse la prețul vechi și lanțului de unități comerciale cu profil alimentar pentru refuzul de a achiziționa produsele la noul preț.

(8) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar nu va solicita furnizorului să prezinte informații cu privire la stabilirea unor noi prețuri cu alte lanțuri și/sau dovezi că alte lanțuri au acceptat sau au refuzat noile prețuri.

Articolul 8. Modificarea unilaterală a contractului

Modificarea unilaterală a contractului este interzisă. Orice modificare a contractului poate fi operată cu acordul scris al părților.

Articolul 9. Plata pentru furnizori

(1) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar va plăti furnizorului pentru produsele livrate și acceptate, conform contractului, în termeni rezonabili stabiliți prin contract sau legislație.

(2) Termenii rezonabili se stabilesc în dependență de beneficiile, costurile și riscurile pentru părți.

Articolul 10. Condiții restrictive

(1) Se interzice părților de a se obliga reciproc, în mod direct sau indirect, în privința cumpărării sau vânzării produselor și/sau serviciilor de la /către terța parte.

(2) Este interzisă restricționarea drepturilor furnizorului de a efectua simultan în lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar promoții pentru aceleași produse sau tipuri de produse.

Articolul 11. Plata pentru lanțul de unități comerciale cu profil alimentar

(1) Se interzice lanțului de unități comerciale cu profil alimentar de a solicita furnizorului, în mod direct sau indirect, facturarea/refacturarea serviciilor și/sau încasarea plăților care nu sunt

incluse în costul de achiziție a produselor, cu excepția serviciilor de promovare a produselor în perioada acțiunilor/activităților de promovare a produselor (acțiuni promoționale, marketing, reclamă și logistică) prevăzute în contract.

(2) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar nu poate obliga furnizorul, în mod direct sau indirect să compenseze și/sau să contribuie la costurile de deschidere a unui nou magazin sau la cele legate de creșterea suprafeței de vânzare, amenajări, renovări, schimbări ale codurilor de bare, acoperirea pierderilor (cu excepția cazurilor de reparare a prejudiciului conform legislației civile), expunerea produselor, poziționarea mai bună a produselor pe raft, organizarea activității comerciale (designul ambalajului, cercetarea pieței și consumatorilor, deschiderea sau renovarea unui magazin etc.), servicii logistică.

(3) Neacceptarea serviciilor prevăzute la alin. (1) și (2) de către furnizor nu poate constitui temei de încetarea colaborării între părți.

Articolul 12. Excluderea produselor din matricea sortimentală a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar

(1) Procedura de reziliere a contractului sau excludere a produselor din matricea sortimentală a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar (similar cu încetarea livrării de către furnizor) ar trebui să fie previzibilă, oferind contragentului posibilitatea de a căuta un contragent alternativ.

(2) În cazul excluderii produsului din matricea sortimentală a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar, acesta este obligat să furnizeze o justificare rezonabilă a cauzei acestei excluderi, care poate fi bazată pe motive comerciale reale. Motive comerciale reale se consideră:

- a) nerespectarea cerințelor contractuale privind calitatea și cantitatea;
- b) neîndeplinirea obiectivelor privind vânzările în perioada de probă sau rentabilitatea așteptată conform contractului;
- c) neîndeplinirea sistematică a cerințelor privind livrarea, confirmate prin notificările scrise acceptate. Dacă furnizorul nu răspunde în termen de 10 (zece) zile calendaristice, notificarea se consideră acceptată;
- d) neconformitatea produselor livrate de furnizor cerințelor legale.

(3) Excluderea produselor din matricea sortimentală a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar poate fi făcută după preavizarea prin notificarea scrisă a intenției.

(4) Perioada de preaviz în formă scrisă pentru excluderea produselor din matricea sortimentală a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar (similar cu încetarea livrării de către furnizor) trebuie să fie specificată în contractul dintre furnizor și lanțul de unități comerciale cu profil alimentar, care nu poate fi mai mică de 14 (paisprezece) zile calendaristice.

(5) Perioada de preaviz poate fi exclusă în cazul în care timpul este esențial (inclusiv din cauza unor probleme de securitate).

Articolul 13. Stabilirea de penalități în cazul încălcării obligațiilor care decurg din contract

(1) La stabilirea prin contract a penalităților pentru neexecutarea sau executarea necorespunzătoare a obligațiilor contractuale este necesar să fie coordonată lista completă a penalităților, asigurată transparența condițiilor de aplicare a penalităților în cazul neexecutării sau executării necorespunzătoare a obligațiilor, și proporționalitatea penalităților cu consecințele încălcării obligației (lanțului de unități comerciale cu profil alimentar și/sau furnizorului).

(2) Penalitățile stabilite în contract trebuie să fie echivalente, echitabile și proporționale pentru ambele părți.

(3) Părțile pot prevedea posibilitatea neutilizării penalităților sau pot refuza la stabilirea unor penalități în contract.

Articolul 14. Standardele și specificațiile de calitate

(1) Părțile vor respecta standardele de calitate și conformitate a produselor și, după caz, vor pune la dispoziția unuia altuia, în termeni clari, lipsiți de ambiguitate și concis, toate specificațiile de calitate ale produselor folosite și cerințele față de aceste specificații, după caz.

(2) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar poate respinge produsele în condițiile în care acestea nu îndeplinesc standardele legale de calitate, de ambalare și etichetare, nu respectă cantitatea comandată, standardele legale de transport la temperatura corespunzătoare a produsului și/sau termenii de livrare.

(3) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar trebuie să facă orice revendicare pentru produsele deteriorate sau neajunsuri sau orice alte pretenții similare, într-un termen rezonabil și în orice caz pe întreaga perioadă de valabilitate a produsului de la livrarea acestuia către lanțul de unități comerciale cu profil alimentar.

Articolul 15. Plasarea comenzii pentru livrarea de produse

(1) Plasarea de către lanțul de unități comerciale cu profil alimentar a comenzii pentru livrarea de produse este considerată a fi coordonată de către părți și devine obligatorie pentru executare după confirmarea posibilității executării de furnizor, în modul stabilit de contract.

(2) Furnizorul și lanțul de unități comerciale cu profil alimentar pot coordona cantitatea comandată pentru livrare într-un singur punct într-o unitate de timp, adresa livrării, procedura plasării și coordonării comenzii.

(3) Părțile pot conveni asupra planului anual de livrare, care prevede variația volumului comenzii în anul calendaristic, pe perioade trimestriale sau lunare, în cazul în care parametrii amplasării lanțului de unități comerciale cu profil alimentar se abat de la prevederile contractului sau planul anual de livrare părțile pot conveni referitor la modificarea condițiilor contractuale, a planului de livrare și a volumului comenzii.

(4) Furnizorul nu este în drept de a condiționa livrarea unui produs de acceptarea produsului adițional celui solicitat sau înlocuirea acestuia cu un alt produs care nu are legătură cu solicitarea.

(5) Părțile se obligă să nu admită aplicarea penalităților neprevăzute de contract, în cazul refuzului complet sau parțial de a coordona comanda și/sau primirea produselor, parametrii căreia se abat de la parametrii prevăzuți în contract sau planul anual de livrări.

Articolul 16. Recepția produselor

(1) Riscurile pierderii accidentale și a deteriorării accidentale a produselor sunt transferate lanțului de unități comerciale cu profil alimentar, din momentul recepției produselor de unitatea comercială, centru de distribuție (în cazul în care livrarea se realizează prin intermediul centrului de distribuție) sau la depozitul furnizorului (în cazul în care livrarea se face direct din depozitul furnizorului), dacă în contract nu este prevăzut un alt moment al transferului riscului pierderii accidentale a mărfurilor.

(2) Reprezentantului furnizorului (inclusiv conducătorului auto, expeditorului) i se acordă acces pe teritoriul zonei de descărcare a unității comerciale sau a centrului de distribuție a lanțului de unități comerciale cu profil alimentar pentru descărcarea produselor.

Articolul 17. Returul și retragerea produselor alimentare

(1) Părțile pot prevedea în contracte condiții ce țin de returul produselor alimentare conform normei siguranței alimentare a căror dată limită de consum indicată de returul produselor alimentare conform normei siguranței alimentare, dar nu mai puțin de 45 (patruzeci și cinci) de zile.

(2) Retragerea sau rechemarea de către furnizor a produselor alimentare neconforme normelor siguranței alimentare sau care prezintă vicii ascunse, depistate de către lanțul de unități comerciale cu profil alimentar după recepția și evaluarea sub aspectul conformității și cantității acestora se realizează în conformitate cu legislația privind protecția drepturilor consumatorului și siguranța alimentelor.

Articolul 18. Schimbul de documente

(1) Schimbul de documente trebuie să fie asigurat cu un mecanism eficient de notificare a contragentului cu privire la greșelile comise la întocmirea documentelor necesare pentru livrarea produselor sau plata produselor livrate.

(2) Părțile vor depune eforturi în vederea adoptării și utilizării tehnologiilor electronice pentru schimb de date. Părțile au dreptul de a prevedea responsabilitatea pentru neprezentarea documentelor executate corect în termenul specificat de contract sau de actele legislative și normative în vigoare.

(3) În cazul în care documentele necesare pentru plată sau livrare, sunt întocmite incorect, fapt ce face plata sau livrarea imposibilă, lanțul de unități comerciale cu profil alimentar sau furnizorul trebuie să informeze contragentul, în conformitate cu procedura prevăzută în contract, iar în cazul în care procedura nu este prevăzută în contract, în termen de 5 zile lucrătoare de la data primirii documentului care conține eroarea.

(4) Neexecutarea de una din părți a obligațiilor contractuale până la data transmiterii documentelor întocmite în mod corespunzător prevăzut de legislație și/sau contract, nu constituie o încălcare a contractului și nu implică aplicarea oricăror măsuri de răspundere, în cazul în care cealaltă parte a fost notificată cu privire la eroarea comisă la întocmirea documentelor.

Articolul 19. Coordonarea activităților comune de promovare a produselor

(1) Activitățile comune în vederea promovării produselor trebuie să fie coordonate în scris de părți.

(2) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar la comanda de produse în perioada acțiunii promoționale este obligat să comande cantitatea de produse care este convenită de către părți pentru acțiune. Furnizorul este obligat să asigure prezența și livrarea produselor promoționale comandate pe întreaga perioadă de acțiune promoțională.

(3) În cazul în care lanțul de unități comerciale cu profil alimentar a comandat un produs de la furnizor în legătură cu efectuarea promoției, acesta nu va anula comanda fără acordul scris al furnizorului.

(4) Furnizorul și lanțul de unități comerciale cu profil alimentar pot conveni asupra unui plan de acțiuni comune pentru promovarea produselor, care prevede parametrii de bază ai acțiunilor, precum și procedura de aprobare a evenimentului.

(5) În cazul în care acțiunile promoționale propuse de lanțul de unități comerciale cu profil alimentar sau furnizor nu sunt prevăzute în plan (în cazul existenței acestuia), furnizorul și lanțul au dreptul de a refuza participarea sau desfășurarea evenimentului dat.

(6) Din momentul coordonării de către furnizor și lanțul de unități comerciale cu profil alimentar a condițiilor de participare a furnizorului la acțiuni promoționale, stabilirea termenelor acestora, părțile poartă răspundere deplină pentru încălcarea obligațiilor asumate, inclusiv față de terțele persoane.

(7) Termenul de desfășurare a acțiunilor de promovare a aceluiași produs (în partea ce ține de preț) nu poate fi mai mare de 15 zile (cincisprezece) zile în decursul lunii calendaristice.

Articolul 20. Prezentarea rapoartelor lanțurilor de unități comerciale cu profil alimentar privind desfășurarea activităților de promovare a produselor

(1) La sfârșitul activităților de promovare a produselor lanțul de unități comerciale cu profil alimentar, la cererea scrisă a furnizorului prezintă un raport care conține confirmarea prestării complete a serviciilor de promovare, în conformitate cu contractul încheiat între părți și actele legislative și normative în vigoare.

(2) Raportul va conține indicații asupra conținutului specific și volumul concret de acțiuni, efectuate de lanțul de unități comerciale cu profil alimentar pentru serviciile de promovare a produselor. Raportul poate fi însoțit de fotografii, pliante, broșuri sau alte materiale care confirmă

prestarea de servicii, cu excepția cazului în care se convine altfel în contract.

Articolul 21. Rambursarea cheltuielilor lanțului de unități comerciale cu profil alimentar ca urmare a reclamației consumatorilor

În cazul în care un consumator înaintează o reclamație unui lanț de unități comerciale cu profil alimentar ca urmare a calității necorespunzătoare a produselor, acesta va examina și va soluționa reclamația consumatorului conform legislației în vigoare.

Articolul 22. Drepturile proprietății intelectuale

(1) Lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar trebuie să respecte drepturile de proprietate intelectuală deținute de furnizori în legătură cu produsele livrate, inclusiv drepturile de proprietate intelectuală în ceea ce privește marca, ambalarea și publicitatea.

(2) În dezvoltarea sau producerea de mărfuri sub marcă proprie, lanțul de unități comerciale cu profil alimentar nu trebuie să încalce drepturile de proprietate intelectuală deținute de un furnizor în ceea ce privește produsele.

Articolul 23. Informații confidențiale

(1) Lanțul de unități comerciale cu profil alimentar nu trebuie să utilizeze informațiile privind furnizarea de produse inclusiv, referitoare la dezvoltarea produselor, promoțiile propuse sau stabilirea prețurilor, considerate informații confidențiale, în alt scop decât a fost prezentată.

(2) Informațiile nu sunt confidențiale dacă:

a) sunt disponibile publicului;

b) intră în posesia lanțului de unități comerciale cu profil alimentar independent de furnizor.

CAPITOLUL III. DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Articolul 24. Procedura de acceptare a Codului de bune practici

(1) Codul este agreat în procesul acceptării angajamentelor asumate de întreprinderi în conformitate cu prevederile Legii concurenței nr.183 din 11.07.2012.

(2) Întreprinderile terțe pot adera la Cod prin depunerea unei declarații scrise la Consiliul Concurenței privind asumarea angajamentului de respectare a Codului de bune practici.

Articolul 25. Aplicarea Codului de bune practici

(1) Codul va fi pus în aplicare de lanțurile de unități comerciale cu profil alimentar și furnizori după acceptarea acestuia de către Plenul Consiliului Concurenței.

(2) Orice conflict între întreprinderi în legătură cu încălcarea prevederilor Codului de bune practici se soluționează pe cale amiabilă, iar în caz de imposibilitate se informează Consiliul Concurenței și se recurge la calea prevăzută de părți în contract și/sau legislație.

(3) Prevederile Codului ce contravin legislației în vigoare sunt nule.

(4) În termen de 6 luni de la data comunicării de către Consiliul Concurenței cu privire la acceptarea Codului, partea trebuie să facă ofertă în scris contragentului său privind modificarea contractului astfel încât acesta să respecte cerințele prezentului Cod.