



Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen
ATTORNEYS & COUNSELORS

Legal & Tax



COVID-19

Legal & Tax Resource Center

COMPETITION | CONCURENȚĂ

March 2020

BUCHAREST

201 Barbu Vacarescu St., Globalworth Tower,
18th floor, District 2, Bucharest, 020276, Romania

T +40 21 201 1200, +40 31 225 3300
F +40 21 201 1210, +40 31 225 3310
E office@nndkp.ro, www.nndkp.ro

As the COVID-19 pandemic continues to spread across the globe, disrupting lives, communities and businesses, and putting countries under considerable strain, NNDKP has set up the **COVID-19 – Legal and Tax Resource Center**. [Here](#) you can access valuable knowledge and legal insights with respect to the implications of the coronavirus in various fields in Romania.

Our lawyers and consultants are closely monitoring all COVID-19 developments to keep you up to date with the latest information, and to help you mitigate risks during this challenging time.

Information available both in English and Romanian, please scroll down.

COMPETITION	
QUESTION	ANSWER
<i>Does competition law still apply? Do companies still need to observe competition rules in this context?</i>	<p>Yes, competition law continues to apply, and companies still need to observe competition rules in their activity, including in the pandemic context.</p> <p>While context will be relevant in the analysis, companies' measures addressing the effects on them and consumers will be scrutinized under competition rules.</p> <p>For example, the Romanian Competition Council announced it is closely monitoring the companies conduct, seeking to ensure that this public health emergency will not lead the companies to:</p> <ul style="list-style-type: none">• raise prices without objective justification• exchange sensitive information• engage in exclusionary practices• abuse their dominant position

	<ul style="list-style-type: none"> engage in anti-competitive agreements (in order to fix prices, share customers and territories or limit sales). <p>Neither the efforts to manage an investigation nor the risk of companies' image being affected by the suspicion of anticompetitive behaviour in these circumstances can be neglected, even if in some cases the Competition Council might in the end reach the conclusion that a conduct addressing the current situation is competition law compliant.</p>
<p><i>What happens if a company increases prices in the context of high demand of certain products it sells in this period?</i></p>	<p>Risks in case of price increases in this period may arise for both dominant and non-dominant companies (dominance being presumed at market shares exceeding 40%).</p> <p>The Competition Council will scrutinize price increases by dominant companies in order not to be excessive.</p> <p>Imposing the additional purchase of non-essential products when buying high demand products, refusing to deal with certain customers or offering discounts can also be analysed in order not to be abusive.</p> <p>Some companies may be found to have higher market power than known before due to markets being defined more narrowly, especially when getting harder for customers to buy from alternative suppliers.</p> <p>Non-dominant companies' price increases may be scrutinized if there are any suspicions of collusion/ decisions not taken independently. Even in case of independent conduct of non-dominant companies, restrictions may arise (authorities' measures/ consumer protection considerations).</p> <p>Companies should ensure that the prices they charge are <i>reasonable</i> and <i>justified</i>.</p> <p><i>Current enforcement activity</i></p> <p>The Romanian Competition Council announced it has recently launched an investigation into price increases for protective face masks.</p>

<p><i>Can administrators of online marketplaces take measures with regard to economic operators which sell their products at unreasonably high prices on the respective platform?</i></p>	<p>As the Competition Council also announced, in the current context, administrators of online marketplaces may impose measures to limit unjustified price increases for basic products and services. The extent of the measure should however be carefully checked in advance.</p> <p>At international level, several online platforms have already taken measures in this regard, banning sales of certain products (Facebook banned ads and commerce listings selling medical face masks) and de-listing sellers (Amazon removed thousands of listings).</p>
<p><i>Can competitors cooperate in order to respond more effectively to the current situation?</i></p>	<p>UPDATE 23 March: The European Competition Network (ECN, network of competition authorities) issued a joint statement: ECN understands that this extraordinary situation may trigger the need for companies to cooperate in order to ensure the supply and fair distribution of scarce products to all consumers. ECN will not actively intervene against necessary and temporary measures put in place in order to avoid a shortage of supply (these measures are unlikely to be problematic – either they would not amount to a restriction of competition or the efficiencies would outweigh any such restriction).</p> <p>At the same time, the ECN will not hesitate to take action against companies taking advantage of the current situation by cartelising or abusing their dominant position.</p> <p>In line with this joint statement, the Competition Council publicly announced that during this crisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Companies can coordinate in order to limit the deficit of essential products and ensure a balanced distribution - for example, retailers can coordinate transport to ensure the supply of products/ home delivery for people not able to leave their homes; • Companies must insure that prices are available at competitive prices: owners of online platforms may impose measures to limit the unjustified increase of prices for basic products and services; producers can set a maximum price, which might be useful to limit unjustified price increases at distribution level.

- The Competition Council will take measures against companies that engage in abusive practices (such as setting excessive prices) or cartel type practices.

Therefore, any practice that is not justified by the current context will continue to be sanctioned – it is recommended for companies to check with the authority the measures they intend to put in place.

INITIAL COMMENT (continuing to be relevant in terms of principles of analysis): As the Competition Council also announced, in the current context, companies are allowed to take measures justified by prevention and by the need to address supply and distribution chains challenges. At the same time, they should be careful that these measures do not entail serious competition restrictions – “crisis cartels” will continue to be prohibited.

This period could see more examples of joint logistics and distribution by food, medicines or medical equipment suppliers, or coordination of responses to market conditions by travel and accommodation providers (in light of cancellation/reimbursement instances).

Key aspects to be carefully taken into account, since such initiatives may be justified, but may also entail high competition risks if for example:

- sharing competitively sensitive information (e.g., current or future prices, costs, output);
- using the discussions as an opportunity to set prices, restrict output, divide customers or markets, or coordinate commercial strategies.

Possible actions companies can take in order to mitigate competition risks in relation to information exchanges with competitors in this period:

- identify legitimate goals for the information exchange that are pro-competitive or competitively neutral;

	<ul style="list-style-type: none"> • ensure communications do not go beyond the legitimate goal of the initiative and are limited to what is reasonably necessary; • ensure that discussions on best practices (e.g., in relation to remote working) do not turn into agreeing decisions which should be taken independently; <p>any discussions with competitors should follow a structure prepared and reviewed in advance.</p>
<p><i>Can industry associations take/ encourage decisions for all members?</i></p>	<p>Industry association efforts, including in discussing with authorities in relation to initiatives and responses to the crisis situation, are even more important in this period.</p> <p>However, the same essential principle applies: discussions in associations should not result in decisions taken by/for their members on sensitive topics which should have been reached individually.</p>
<p><i>Are joint research activities allowed?</i></p>	<p>In order to address the present public health emergency, pharmaceutical companies/ medical suppliers/ other companies will seek to join efforts to accelerate the search for solutions (e.g., finding appropriate treatments for COVID-19).</p> <p>While these efforts are encouraged and supported, when carried out jointly, they should remain within the scope of the response to the public health emergency and not serve as a tool to engage in exchange of competitively sensitive information, or evolve into a cartel (otherwise prohibited price fixing, output limitation or market allocation).</p> <p>R&D cooperation should also not prevent companies from innovating, if they could do this more efficiently on their own.</p>
<p><i>What if cooperation leads to creation of companies/ changes to existing ones?</i></p>	<p>Where cooperation leads to the creation of new corporate structures (e.g., joint ventures) or changes to existing ones, <i>merger filings</i> may be required, depending on the characteristics of the new entity, and transactions cannot be implemented prior to clearance or derogation from the Competition Council.</p>

Examples in other countries – key enforcement topics

- United Kingdom decided to relax elements of the Competition Act 1998 as part of a package of measures allowing supermarkets to work during this crisis:

Thus, retailers can (i) share data with each other on stock levels, (ii) cooperate to keep shops open, (iii) share distribution depots and delivery vans, (iv) pool staff with one another to help meet demand.

Where agreements are not covered by that legal relaxation, the CMA publicly announced that it has no intention of taking competition law enforcement action against cooperation between businesses or rationing of products to the extent that this is necessary to protect consumers (e.g. by ensuring security of supplies).

The CMA also mentioned that businesses exploiting the crisis as a ‘cover’ for non-essential collusion will be sanctioned (e.g. exchanging information on longer-term pricing or business strategies, where this is not necessary to meet the needs of the current situation).
- the Government in Norway has granted a temporary exemption for the transport industry, allowing airline companies to cooperate (routes coordination) for at least three months
- the UK’s Competition and Markets Authority announced that it would take action against violations of consumer protection and competition laws, such as excessive pricing and misleading advertising;
- Italy’s competition authority is seeking information on how online platforms are preventing unjustified price spikes and false claims regarding the efficacy of products;
- The Polish competition authority has opened investigations into wholesalers which allegedly terminated contracts with hospitals to sell protective equipment on the market for disproportionately high prices;

	<ul style="list-style-type: none">• In the United States, the Federal Trade Commission and the Food and Drug Administration have jointly issued warnings to several companies alleged to be making unauthorized claims about the efficacy of certain products for preventing or treating COVID-19;• Korea's Fair Trade Commission raided pharmaceutical companies and consumer-goods sellers on suspicions that they bundled face masks with other products;• China's State Administration for Market Regulation fined a store in Beijing \$434,530 for hiking the price of face masks up by more than six times the online rate.
--	---

NNDKP CONTACTS

For any questions, your contacts at NNDKP are available either by e-mail or telephone.

For the above aspects, please contact [Georgeta Dinu](#).

Updates related to the impact of COVID-19 will be included on our [website](#) regularly, as the situation evolves.

www.nndkp.ro

Note: This document should not be copied, disclosed, distributed or reproduced, in whole or in part, without the prior written consent of Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen. The contents of this document is for information purposes only and should not be relied upon or construed as legal or other kind of advice.

În contextul răspândirii cu rapiditate a pandemiei COVID-19 la nivel global, lucru care generează perturbări majore la nivelul comunităților și a mediului de afaceri, punând o presiune considerabilă asupra țărilor afectate, Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen (NNDKP) a creat **Centrul de Informare Legal & Tax – COVID-19**.

[Aceasta](#) este o secțiune dedicată pe website-ul NNDKP unde puteți accesa informații utile și considerente juridice cu privire la implicațiile coronavirusului în România asupra diverselor arii de activitate.

Informație disponibilă atât în limba română, cât și în limba engleză.

CONCURENȚĂ	
ÎNTREBARE	RĂSPUNS
<i>Se mai aplică legea concurenței? Companiile trebuie să respecte în continuare regulile de concurență și în contextul actual?</i>	<p>Da, legea concurenței continuă să se aplice, iar companiile trebuie să respecte regulile de concurență pe parcursul derulării activității lor, inclusiv în contextul pandemiei.</p> <p>Deși contextul va rămâne relevant pentru analiză, măsurile luate de companii pentru a răspunde efectelor pandemiei asupra lor și asupra consumatorilor vor fi examinate pentru respectarea regulilor de concurență.</p> <p>De exemplu, Consiliul Concurenței a anunțat că monitorizează atent comportamentul companiilor, căutând să se asigure că această urgență de sănătate publică nu va determina companiile:</p> <ul style="list-style-type: none">• să crească prețurile fără o justificare obiectivă• să dezvăluie/ primească informații sensibile• să se angajeze în practici de excludere• să abuzeze de poziția lor dominantă

	<ul style="list-style-type: none"> • să se angajeze în înțelegeri anticoncurențiale (să fixeze prețuri, să împartă clienți și teritorii sau să limiteze vânzările) <p>Nu sunt de neglijat nici eforturile de gestionare a unei investigații, nici riscul ca imaginea companiilor să fie afectată de suspiciunea cu privire la un comportament anticoncurențial în aceste circumstanțe, chiar dacă, în unele cazuri, Consiliul Concurenței ar putea ajunge în final la concluzia că o abordare aleasă ca răspuns la actuala situație respectă legea concurenței.</p>
<p><i>Ce se întâmplă în cazul în care o companie crește prețurile în contextul cererii semnificative pentru anumite produse pe care le comercializează?</i></p>	<p>Creșterea prețurilor în această perioadă poate prezenta riscuri atât pentru companiile dominante, cât și pentru cele care nu sunt dominante (dominanța fiind prezumată la cote de piață care depășesc 40%).</p> <p>Consiliul Concurenței va analiza creșterile de prețuri ale companiilor dominante pentru ca acestea să nu fie excesive.</p> <p>Pot face obiectul analizei unor posibile abuzuri și impunerea cumpărării unor produse neesențiale la pachet cu cele pentru care cererea este mare, refuzul de a trata cu anumiți clienți sau modul în care se oferă discounturile.</p> <p>Puterea de piață a unor companii anterior non-dominante (astfel cum ar putea fi ea evaluată de autoritățile de concurență) se poate dovedi mai mare decât înainte: piețele ar putea fi definite mai restrâns (și cotele de piață ar putea fi mai mari), în special atunci când devine mai dificil pentru clienți să apeleze la furnizori alternativi.</p> <p>Creșterile de prețuri ale companiilor non-dominante ar putea fi examinate dacă există suspiciuni de coordonare cu concurenții/ cazuri în care deciziile nu au fost luate independent. Chiar și în cazul unui comportament independent al companiilor non-dominante, pot apărea restricții (măsuri ale autorităților/ considerații de protecția consumatorului).</p> <p>Companiile ar trebui să se asigure că prețurile pe care le practică sunt <i>rezonabile și justificate</i>.</p> <p><i>Activitatea Consiliului Concurenței</i></p>

	<p>Consiliul Concurenței din România a anunțat că a început recent o investigație cu privire la creșterile de prețuri la măștile medicale de protecție.</p>
<p><i>Pot administratorii platformelor de comerț online să ia măsuri cu privire la operatorii economici care își vând produsele la prețuri nerezonabil de ridicate pe platforma respectivă?</i></p>	<p>După cum a anunțat și Consiliul Concurenței, în contextul actual, administratorii platformelor de comerț online pot impune măsuri pentru limitarea creșterilor nejustificate ale prețurilor pentru produsele și serviciile de bază. Întinderea unei astfel de măsuri ar trebui totuși analizată cu atenție, în avans.</p> <p>La nivel internațional, câteva platforme de comerț online au luat deja măsuri în această privință, interzicând vânzările anumitor produse (Facebook a interzis reclamele și anunțurile de vânzare referitoare la măști medicale) și delistând anumiți vânzători (Amazon a eliminat mii de listări).</p>
<p><i>Pot concurenții să coopereze pentru a răspunde mai eficient situației actuale?</i></p>	<p>UPDATE 23 martie: European Competition Network (ECN, rețeaua autorităților de concurență) a emis o declarație comună: ECN înțelege că această situație extraordinară poate determina nevoia companiilor de a coopera pentru a asigura furnizarea și distribuția echilibrată a produselor esențiale către toți consumatorii. ECN nu va interveni activ împotriva măsurilor necesare și temporare adoptate pentru a evita deficiențele/ lipsurile în aprovizionare (improbabil ca aceste măsuri să prezinte probleme – fie nu vor fi restricții de concurență, fie eficiențele vor compensa/ depăși orice restricție).</p> <p>În același timp, ECN nu va ezita să acționeze împotriva companiilor care profită de actuala situație cartelizându-se sau abuzând de poziția lor dominantă.</p> <p>În concordanță cu această declarație comună, Consiliul Concurenței a anunțat că în actuala situație de criză:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Companiile pot acționa coordonat astfel încât să evite deficitul de produse esențiale și să asigure o distribuție echilibrată a acestora – de exemplu, comercianții cu amănuntul își pot coordona atât transporturile de marfă, pentru a asigura aprovizionarea de produse de bază din toate domeniile, cât și livrările la domiciliu pentru persoanele care nu își pot părăsi locuințele;

	<ul style="list-style-type: none">• Companiile trebuie să se asigure că produsele lor sunt disponibile la prețuri competitive: administratorii platformelor de comerț online pot impune măsuri pentru limitarea creșterilor nejustificate ale prețurilor pentru produsele și serviciile de bază; producătorii pot stabili prețuri maxime pentru produsele lor, ceea ce ar putea fi util pentru a limita creșterea nejustificată a prețurilor la nivelul distribuției.• Consiliul Concurenței va lua măsuri împotriva companiilor care se angajează în practici abuzive (precum stabilirea de prețuri excesive) sau de tip cartel. <p>Așadar, orice practică ce nu este justificată de contextul actual va continua să fie sancționată – companiilor li se recomandă să verifice cu autoritatea măsurile pe care intenționează să le adopte.</p> <p>COMENTARIUL INIȚIAL (care continua să fie relevant în ceea ce privește principiile de analiză): După cum a anunțat și Consiliul Concurenței, în contextual actual, companiile pot lua măsuri justificate de nevoia de prevenție și de nevoia de a adresa provocările ce vor apărea la nivelul lanțurilor de distribuție și aprovizionare. În același timp, companiile trebuie să aibă grijă ca aceste măsuri să nu conducă la restrângeri grave ale concurenței – „cartelurile de criză” vor fi în continuare interzise.</p> <p>În această perioadă am putea să vedem mai multe exemple de punere în comun a logisticii și distribuției de către furnizorii de alimente, medicamente sau echipamente medicale, sau exemple de coordonare a răspunsurilor la condițiile de piață, în cazul furnizorilor de servicii de transport și de cazare (pentru cazurile de anulare/ rambursare).</p> <p><i>Aspecte-cheie</i> care trebuie atent luate în calcul, din moment ce astfel de inițiative ar putea fi justificate, dar ar putea, de asemenea, să implice riscuri ridicate din punct de vedere concurențial, dacă, de exemplu:</p> <ul style="list-style-type: none">• se schimbă informații sensibile din punct de vedere concurențial (e.g., prețuri curente sau viitoare, costuri, producție);
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • discuțiile sunt folosite drept o ocazie pentru a fixa prețuri, pentru a limita producția, pentru a împărți teritorii sau clienți sau pentru a coordona strategiile comerciale. <p><i>Potențiale măsuri</i> pe care companiile le-ar putea lua pentru a diminua riscurile concurențiale determinate de schimburile de informații cu concurenții în această perioadă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să identifice obiective legitime ale schimbului de informații, care să fie pro-concurențiale sau neutre concurențial; • să se asigure că aceste comunicări nu merg dincolo de obiectivul legitim al inițiativei și sunt limitate la ceea ce este în mod rezonabil necesar; • să se asigure că discuțiile referitoare la bune practici (e.g., cu privire la lucrul la distanță) nu se transformă în acorduri cu privire la decizii ce trebuie luate independent; • orice discuții cu concurenții ar trebui să urmeze o structură pregătită și revizuită în avans.
<p><i>Pot asociațiile profesionale să ia/ să încurajeze decizii pentru toți membrii lor?</i></p>	<p>Eforturile asociațiilor profesionale, inclusiv în sensul discuțiilor cu autoritățile despre inițiative și răspunsuri la această situație de criză, sunt cu atât mai importante în această perioadă.</p> <p>Cu toate acestea, aceleași principii esențiale continuă să se aplice: discuțiile din cadrul asociațiilor nu trebuie să conducă la luarea de decizii de/ pentru membri cu privire la subiecte sensibile, care ar fi trebui luate individual.</p>
<p><i>Sunt permise activitățile comune de cercetare ?</i></p>	<p>Pentru a răspunde situației actuale de urgență de sănătate publică, companiile farmaceutice/ furnizorii de servicii medicale/ alte companii vor căuta să depună eforturi comune pentru a accelera căutarea soluțiilor (de exemplu, găsirea tratamentelor adecvate pentru COVID-19).</p> <p>În timp ce aceste eforturi sunt încurajate și susținute, atunci când sunt realizate în comun, ar trebui să rămână în sfera răspunsului la situația de urgență de sănătate</p>

	<p>publică, și să nu servească drept instrument pentru a se angaja în schimburi de informații comerciale sensibile sau să evolueze într-un cartel (fixare de prețuri, limitare a producției sau împărțire a pieței, altfel interzise).</p> <p>De asemenea, cooperarea cu privire la cercetare și dezvoltare nu ar trebui să împiedice companiile să inoveze, dacă ar putea face acest lucru mai eficient în mod individual.</p>
<p><i>Ce se întâmplă în cazul în care cooperarea între companii conduce la crearea de companii/ schimbări cu privire la companii existente?</i></p>	<p>În cazul în care cooperarea conduce la crearea de noi structuri comerciale (ex. joint venture), pot fi necesare notificări, în funcție de caracteristicile noii entități, caz în care tranzacțiile nu pot fi puse în aplicare înainte de autorizarea sau derogarea primite de la Consiliul Concurenței.</p>
<p><i>Exemple cheie din alte țări</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Guvernul Britanic a decis să relaxeze aplicarea legislației în materia concurenței în cadrul unei pachet de măsuri destinat a permite supermarket-urilor să își desfășoare activitatea în timpul crizei: <p>Astfel, retailerii pot (i) să schimbe informații privind nivelul stocurilor, (ii) să coopereze pentru a ține magazinele deschise, (iii) să folosească în comun depozitele pentru distribuție sau vehiculele pentru transport, (iv) să folosească angajații în comun pentru a face față cererii.</p> <p>Acolo unde înțelegerile nu sunt acoperite de această relaxare, autoritatea de concurență a anunțat public că nu are intenția de a lua măsuri de aplicare a legii concurenței împotriva cooperării între întreprinderi sau raționalizării produselor în măsura în care acest lucru este necesar pentru a proteja consumatorii (de exemplu, pentru a asigura siguranța livrărilor).</p> <p>CMA a menționat, de asemenea, că întreprinderile care exploatează criza ca o „acoperire” pentru înțelegeri neesențiale vor fi sancționate (de exemplu, schimbul de informații cu privire la strategia de prețuri pe termen lung sau strategiile de afaceri, în cazul în care acest lucru nu este necesar pentru a răspunde nevoilor situației actuale).</p>

	<ul style="list-style-type: none">• Guvernul din Norvegia a acordat industriei de transport o exceptare temporară, permițând cooperarea unor companii aeriene (coordonarea rutelor) cel puțin pentru trei luni.• Autoritatea din Marea Britanie (<i>CMA - Competition and Markets Authority</i>) a anunțat că va lua măsuri împotriva încălcării legilor privind protecția consumatorilor și a concurenței, precum prețuri excesive și publicitatea înșelătoare;• Autoritatea italiană de concurență caută informații cu privire la modul în care platformele online previn creșterea nejustificată a prețurilor și afirmațiile false cu privire la eficacitatea produselor;• Autoritatea poloneză de concurență a declanșat investigații cu privire la comercianții angro care ar fi reziliat contractele cu spitale pentru a vinde echipamente de protecție pe piață pentru prețuri disproporționat de mari;• Autorități din Statele Unite – <i>FTC (Federal Trade Commission)</i>, <i>FDA (Food and Drug Administration)</i> - au emis în comun avertismente către mai multe companii care se presupune că au formulat susțineri neautorizate cu privire la eficacitatea anumitor produse pentru prevenirea sau tratarea COVID-19;• Autoritatea din Coreea (<i>Fair Trade Commission</i>) investighează companii farmaceutice și vânzători de bunuri de larg consum, suspectând că au vândut la pachet măștile de față cu alte produse;• Administrația de Stat pentru Reglementarea Pieței din China a amendat un magazin din Beijing cu 434.530 USD pentru majorarea prețului măștilor cu până la șase ori mai mult decât media online.
--	---

CONTACTE NNDKP

În cazul în care aveți nevoie de asistență, puteți contacta membrii echipei NNDKP atât prin e-mail cât și telefonic.

În legătură cu aspectele detaliate mai sus, vă rugăm să o contactați pe [Georgeta Dinu](#).

Vom include constant pe [website-ul NNDKP](#) actualizări cu privire la impactul COVID-19 pe măsură ce noi informații vor fi disponibile.

www.nndkp.ro

Notă: Este interzisă copierea, divulgarea, distribuirea sau reproducerea acestui document, în tot sau în parte, fără consimțământul prealabil în scris al Nestor Nestor Diculescu Kingston Petersen. Conținutul prezentului document este pur informativ și nu trebuie interpretat drept consultanță juridică sau de altă natură.