



## **RAPORT**

**privind reducerea T.V.A. la alimente și măsurile întreprinse de instituțiile  
statului pentru prevenirea practicilor în defavoarea cetățeanului**

### ***Instituții implicate:***

**Ministerul Agriculturii și Dezvoltării RURALE**

**Consiliul Concurenței**

**Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor**

**Institutul Național de Statistică**

### **I. Consiliul Concurenței**

Acțiuni întreprinse pe tema scăderii TVA la alimente:

- Consiliul Concurenței (CC) a comunicat asociațiilor profesionale, atât ale retailerilor, cât și ale producătorilor, faptul că pot recomanda membrilor lor să scadă prețurile cu minim 12%, ca urmare a reducerii TVA la alimente de la 24% la 9%.
- Consiliul Concurenței (CC) va monitoriza prețurile practicate de retaileri, atât în perioada anterioară scăderii TVA, cât și ulterior implementării acestei măsuri.
- În acest sens, CC va solicita retailerilor informații retroactive privind prețurile practicate. Aceste informații vor fi verificate prin intermediul acțiunilor de monitorizare întreprinse prin aparatul teritorial de care dispune CC.
- CC a pus la punct metodologia statistică de eșantionare. Astfel, CC are în vedere monitorizarea unui număr semnificativ de magazine, alese în mod aleator (aproximativ 600), din care mai mult de jumătate sunt din comerțul modern.
- CC va urmări evoluția prețurilor pentru principalele categorii de produse, atât înainte de 1 iunie, cât și după, pentru a verifica dacă efectul reducerii TVA asupra prețurilor la raft se menține în timp.

### Categoriile monitorizate de către CC:

- Carne: pasăre, porc, vită;
- Preparate din carne;
- Legume;
- Fructe;
- Lactate: lapte proaspăt, iaurt, telemea de vacă, telemea de oaie, cașcaval, smântână;
- Apă și băuturi răcoritoare;
- Ouă;
- Produse de bază: ulei, făină, zahăr, orez, paste făinoase, fasole uscată, mălai;
- Dulciuri;

De asemenea, CC are în vedere și monitorizarea unor categorii de control, pentru care nu se modifică cota TVA:

- Produse de panificație (reducerea a fost aplicată anterior);
- Bere;
- Vin.

Analiza va fi efectuată la nivelul fiecăreia dintre cele 8 zone regionale, astfel:

- regiunea Nord – Est (Neamț, Botoșani, Iași, Vaslui, Suceava, Bacău);
- regiunea Sud – Est (Constanța, Tulcea, Brăila, Vrancea, Galați, Buzău);
- regiunea Sud (Argeș, Prahova, Ialomița, Teleorman, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu);
- regiunea Sud – Vest (Mehedinți, Dolj, Olt, Vâlcea, Gorj);
- regiunea Vest (Arad, Timiș, Hunedoara, Caraș);
- regiunea Nord – Vest (Maramureș, Bihor, Satu-Mare, Cluj, Sălaj, Bistrița);
- regiunea Centru (Brașov, Mureș, Sibiu, Alba, Harghita, Covasna);
- regiunea București + Ilfov.

Practic, în acțiunea de monitorizare a impactului reducerii TVA asupra prețurilor practicate la consumatorul final, vor exista trei filtre de monitorizare a prețurilor:

- a) solicitările de informații către marii comercianți;
- b) colectarea de date la fața locului;
- c) informațiile publicate de Institutul Național de Statistică privind evoluția Indicelui Prețurilor de Consum – grupa de mărfuri alimentare.

Datele culese vor fi analizate de echipe de inspectori din cadrul Consiliului cu expertiză pe zona de retail, statistică și econometrie. Aceste analize vor arăta în ce măsură reducerea de TVA a fost transferată consumatorilor.

Dacă piața de retail este una concurențială, **ne așteptăm ca transferul reducerii TVA la alimente să fie resimțit în evoluția prețurilor la raft**. Chiar dacă pot exista fenomene locale de creștere a prețurilor, date de puterea de piață superioară a unor magazine și/sau a unor producători, la nivelul pieței în ansamblu, astfel de fenomene nu pot fi decât temporare.

Eventuale creșteri de preț pe anumite grupe de alimente anterior datei de 1 iunie ar trebui să fie doar temporare în zonele cu concurență ridicată între retaileri **deoarece prețul ar trebui să scadă cu reducerea de TVA plus creșterea anterioară de preț**, întorcându-se la nivelul de echilibru. Consiliul Concurenței va analiza în ce măsură în practică se va întâmpla sau nu așa și care vor fi cauzele.

Consiliul a derulat o acțiune similară privind monitorizarea prețurilor la pâine în urma reducerii TVA de anul trecut. Datele colectate de către CC au fost foarte apropiate de cele agregate raportate de Institutul Național de Statistică (INS). Analiza CC, confirmată de datele INS, a relevat că **măsura reducerii TVA la pâine a avut efectul scontat, această reducere fiind transmisă în proporție de 99,16% în prețuri, acest efect nefiind doar unul temporar**. Analiza a cuprins perioada ianuarie 2013 – februarie 2015, surprinzând astfel atât opt luni înainte de măsura reducerii TVA la pâine, cât și șase luni după scurgerea unui an de la implementarea măsurii.

Anul acesta urmează a fi implementat și proiectul „Monitorul prețurilor”, prin care CC speră să se intensifice concurența în această piață, reducând costurile de informare ale consumatorilor. Acest proiect se va materializa printr-un site care va afișa comparații de prețuri pe categorii și produse alimentare relevante. Consumatorii mai bine informați reprezintă o presiune importantă pentru retaileri.

## **II. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor**

Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor a desfășurat, la nivel național, controale în supermarketuri (Kaufland, Lidl, Mega Image) rezultatele putând fi concluzionate astfel:

Au fost controlate 216 puncte de lucru ( Kaufland – 86; Lidl – 127; Mega Image -3) constatându-se abateri la un număr de 160 (74%) (Kaufland – 68; Lidl- 89; Mega Image – 3) de la prevederile legale, în vigoare privind protecția consumatorilor; la un număr de 41 unități controlul nu s-a finalizat;

S-a dispus măsura de oprire temporară de la comercializare până la intrarea în legalitate a unor produse în valoare de peste 111320 lei;

S-au aplicat 239 sancțiuni contravenționale constând în 40 avertismente și 199 amenzi contravenționale însumând 855 500 lei, pentru încălcarea reglementărilor privind protecția consumatorilor.

Controalele au depistat o serie de abateri dintre care enumerăm:

- Utilizarea de expresii precum „pret de discounter garantat”, „ieftin”, „mai ieftin” fiind indusa ideea unei vanzari cu pret redus, creând-se consumatorului ideea unui avantaj specific al pretului cu discount, (fara însă a afisa pretul actual de vânzare);
- Lipsa afișare prețuri;
- Lipsa traducere in limba română a elementelor de identificare si caracterizare.

- Etichetare neconforma cu prevederile legale în vigoare.
- Nerespectare condiții de depozitare și expunere în cazul în care producătorul impune astfel de condiții.

- **III. Institutul Național de Statistică**

Acțiuni întreprinse pe tema scăderii TVA la alimente:

- Institutul Național de Statistică (INS) va asigura o maximă rigurozitate în culegerea prețurilor din teritoriu pentru produsele care fac subiectul reducerii TVA, astfel:
  - Responsabilul de anchetă va însoți operatorii de teren pentru a verifica și asigura preluarea corectă a prețurilor;
  - Se va asigura identificarea și menționarea în rubrica observații a cauzelor care au dus la o modificare semnificativă a prețurilor;
  - Se va verifica faptul că prețurile afișate la raft sunt aceleași cu prețurile efectiv plătite la casele de marcat.
- INS a furnizat Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rural o serie de date privind evoluția indicelui prețurilor de consum pentru produsele alimentare în perioada ianuarie 2010-martie 2015
  - Analiza acestui set de date arată ca în perioada aprilie-iunie a fiecărui an există o tendință de scădere lunară a prețurilor în cazul produsele alimentare ;
  - În primele trei luni ale anului 2015, rata medie lunară a inflației în cazul prețurilor alimentare a fost de 0,5%, în creștere cu 0,2 puncte procentuale față de cea înregistrată în anul precedent .
- Datele pentru luna aprilie 2015 vor fi disponibile în data de 12 mai 2015, dar în analiza preliminară nu au fost sesizate majorări semnificative comparative cu luna martie 2015. Principalele creșteri de preț au fost înregistrate la legume și fructe, produse care prezintă o volatilitate mare a prețurilor.

## **VI. Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale**

Având în vedere că:

- începând cu 01.06.2015, Guvernul României a aprobat reducerea TVA la 9% pentru produsele alimentare, prin OUG nr.6/2015 pentru modificarea și completarea Legii nr.571/2003 privind Codul Fiscal;
- în mass media au apărut articole prin care se sesizează faptul că hipermarketurile din București și din țară apelează la practici comerciale neloiale, prin creșterea artificială a prețurilor la produsele agroalimentare, înainte de reducerea TVA la 9%, pentru a masca reducerea acesteia, ulterioară datei de 01.06.2015;

Conducerea MADR a dispus efectuarea de acțiuni atât în Municipiul București cât și în județele: Brașov, Cluj, Dolj, Iași, Sibiu și Timiș, pentru a constata dacă cele prezentate în mass media sunt conforme cu realitatea.

Astfel, în perioada 29-30.04.2015 consilieri din cadrul Direcției Generale Control, Antifraudă și Inspecții – Direcția Inspecții de Stat (DGCAI- DIS) și consilieri din cadrul Direcțiilor pentru Agricultură județene (DAJ) Brașov, Cluj, Dolj, Iași, Sibiu și Timiș au efectuat acțiuni de colectare a prețurilor din hipermarketuri din București după cum urmează: Mega Image (Piața Galați și Colentina); Kaufland (Barbu Văcărescu și Obor); Selgros (Pantelimon și platforma Metalurgiei- Berceni); Metro (Băneasa și platforma Metalurgiei- Berceni); Billa (Barbu Văcărescu și Dristor); Carrefour (Colentina și Băneasa); Lidl (Progresul și Băneasa); Auchan (Vitan și platforma Metalurgiei- Berceni); Cora (Lujerului și Sun Plaza- Berceni). În teritoriu au fost efectuate acțiuni în următoarele municipii:

Brașov, în hipermarketurile: Kaufland, Selgros, Metro, Billa, Carrefour, Lidl, Auchan și Penny;

Cluj, în hipermarketurile: Kaufland, Selgros, Metro, Billa, Carrefour, Lidl, Auchan și Penny; Craiova, în hipermarketurile: Kaufland, Selgros, Metro, Billa, Lidl, Profi, Auchan, SC Lactag SA și Penny;

Iași, în hipermarketurile: Kaufland, Selgros, Metro, Billa, Carrefour, Lidl, Auchan și Profi); Sibiu, în hipermarketurile: Carrefour, Kaufland și Profi); Timiș, în hipermarketurile Kaufland, Selgros, Metro, Billa și Profi.

În vederea urmăririi în dinamică a prețurilor anterior datei de 01.06.2015, cât și ulterior acestei date se va proceda la colectarea săptămânală a prețului în fiecare zi de vineri, pentru produsele agroalimentare supuse monitorizării.

DGCAI- DIS va prezenta conducerii ministerului o notă informativă, în care se vor semnala eventualele creșteri de prețuri anterior datei de intrare în vigoare a OUG nr.6/2015, precum și nivelul scăderii prețurilor la raft din momentul reducerii TVA la 9%, după data de 01.06.2015, la categoriile de produse agroalimentare supuse monitorizării.

**In data de 05.05.2015 MADR a organizat o masa rotunda la care au participat reprezentanti ai institutiilor statului respectiv Consiliul Concurentei, ANPC, ANSVSA, INS si Ministerul Finantelor, reprezentanti ai retailerilor, asociatiilor profesionale si procesatorilor. In urma dezbaterilor au rezultat o serie de concluzii care urmeaza a fi implementate in viitor, cum ar fi:**

- **Incepand cu 10 mai vor fi puse la dispozitie de catre INS informatii pentru a putea face o analiza comparativa a preturilor cu perioada anterioara reducerii TVA;**
- **CORA, KAUF LAND, SELGROS si CARREFOUR si-au luat angajamentul de afisare la raft a prețului vechi/ preț nou, începând cu 01.06.2015;**
- **BILLA, METRO, PROFI, AUCHAN, vor lua o decizie privind etichetarea la raft preț vechi/ preț nou, in zilele urmatoare;**
- **Pentru înghețarea prețurilor până la intrarea în vigoare a noii legislații CU PRIVIRE LA REDUCEREA TVA la 9% si încurajarea promovării produselor**

românești s au angajat CARREFOUR, AUCHAN, iar KAUFLAND i-a în calcul aceasta propunere;

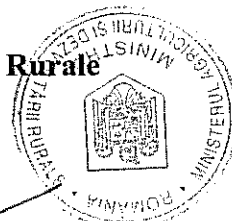
- Toți membrii AMRCR sunt dispusi să afișeze pe site-urile proprii măsurile la care se angajează.
- ARC s-a angajat sa monitorizeze prețurile la produsele din carne, situația urmand a fi facuta publică;
- Saptamanal MADR va face o raportare guvernului privind evolutia preturilor primite de la institutiile statului cu atributii in domeniu, comparativ cu datele preturilor colectate de catre retailer in vederea eliminării practicilor incorecte din piață;
- Incurajarea colaborării corecte și eficiente între producători, procesatori și hipermarketuri;
- Angajament din partea retailerilor să fie cât mai transparenți în relația cu consumatorii.

Deși au fost invitate la aceasta masa rotunda, MEGA IMAGE și LIDL nu au asigurat participarea. MADR în perioada următoare va continua organizarea de astfel de întâlniri. Transparența este un element cheie în castigarea încrederii consumatorului, de aceea încurajăm toți agenții economici să fie deschiși într-un astfel de proces.

**Minsiterul Agriculturii si Dezvoltarii Rurale**

**Ministru**

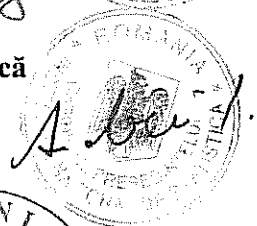
**Daniel CONSTANTIN**



**Institutul Național de Statistică**

**Președinte**

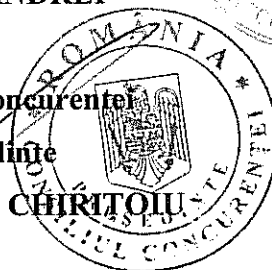
**Tudorel ANDREI**



**Consiliul Concurenței**

**Președinte**

**Bogdan Marius CHIRITOIU**



**Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului**

**Președinte**

**Marius Alexandru DUNCA**

