

Colegiului Medicilor Stomatologi Suceava

Suceava, str. Curtea Domnească, nr.6, bl.11

0741.196619 / 0230.522693 (tel./fax)

www.cmdsv.ro; e-mail: cmdsuceava@gmail.com

CIF: 16811858

COLEGIUL MEDICILOR STOMATOLOGI SUCEAVA		
NR. ÎNREG.	815	
DATA	14.06	2024

Către,

COLEGIUL MEDICILOR STOMATOLOGI DIN ROMÂNIA

Colegiul Medicilor Stomatologi Suceava constată cu tristețe transformarea, din ce în ce mai rapid a stomatologiei, din medicină, în „comerț cu dinți”. Goana după un venit mai mare și acapararea unei clientele consistente, a luat locul medicinei empatice și umane, uneori chiar de ordin social. Vedem permanent în social-media și în viața cotidiană foarte multe campanii de publicitate agresivă, ce lezează demnitatea medicului stomatolog, pe care noi, ca organism profesional, suntem obligați de lege, de standardele profesiei și de etică să o apărăm.

Stomatologia a ajuns să „vândă” prețuri mici prin reclame insistente și agasante (exemplu: acum, manopera de numai 100 lei, devine „doar 95”, „doar 5 locuri disponibile”... oferte de sărbători, de vacanțe, de început de școală, etc.), a ajuns până să se plăti la magazine diverse și la farmacii, pentru a se distribui cărți de vizită și pliante felurite, chiar prin a prinde acestea de ștergătorul mașinilor prin parcări sau prin distribuție în taxiuri, pentru a mai „acapara” un pacient, doi, până la contractarea destul de dubioasă dintre cabinete stomatologice (mici sau mari) cu magazine alimentare/supermarketuri, pentru oferirea de reduceri încrucisate.

În nici una dintre profesiile liberale (avocați, notari, arhitecți, contabili) nu este permis acest tip promovare și nici nu se folosește agresiv, fiind sub demnitatea profesională. Nici măcar profesiile de meșteșug nu folosesc un nivel atât de degradant de racolare a clientelei. Dar, din păcate, stomatologia o folosește, și chiar din plin. Apoi, ca medici stomatologi, nu putem agreea negocierea practică de către pacienți, care „se târguiesc” asupra prețurilor cu noi, câteodată fără urmă de bun simț, tocmai fiindcă sunt încurajați de o astfel de publicitate degradantă, dar agresivă și persuasivă. Am ajuns în zona de „bazar” al serviciilor stomatologice, din cauza acestor reclame, care dau dreptul aparent pacienților să ne desconsidere calitatea muncii și să negocieze cu medicii stomatologi, prețurile manoperelor și materialelor.

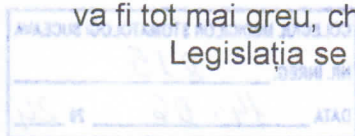
Având în vedere legislația atașată, Colegiul Medicilor Stomatologi Suceava sesizează Colegiul Medicilor Stomatologi din România, cu privire la derapajele din ce în ce mai dese și mai flagrante din spațiul public (mai nou, în toate formele acestuia), cu privire la campaniile de promovare și informare neadecvată a oferirii de servicii stomatologice, precum și atingerea, lezarea și denaturarea, chiar denigrarea imaginii stomatologiei din România prin aceste metode, de către entități private, care nu respectă legislația din domeniu, în special, codul deontologic al medicului stomatolog - referitor la practicarea deontologică a stomatologiei cu tot ceea ce presupune aceasta, prin reclame înșelătoare și comparative, omisiuni grave în informațiile furnizate, precum și prin concurența neloială în domeniul

serviciilor stomatologice. De multe ori, aceste reclame, fie că sunt afișate la cabinet, în spațiul public, difuzate la radio și televiziune, sau că apar pe pliante sau promoții prin magazine, conțin informații false, pentru atragerea clientelei (de ex: „dinți pe viață”, „garanția lucrărilor pe viață”).

CMS Suceava solicită imperativ conducerii CMSR să ia act de cele menționate mai sus. Rugăm insistent ca CMSR să se folosească de toate atribuțiile și pârghiile legale directe, cât și indirecte (prin relația cu instituțiile statului), pentru a stopa aceste practici necolegiale, incorecte deontologic și neconcurențiale, ce lezează imaginea stomatologiei românești și aduc grave prejudicii eticii medicale și ținutei corpului profesional.

În cazul în care nu se dispun măsurile imediate, conform legislației în vigoare, pe viitor va fi tot mai greu, chiar imposibil, de a fi remediate aceste derapaje.

Legislația se regăsește anexată.



Consiliul Colegiului Medicilor Stomatologi Suceava



LEGISLAȚIE REFERITOARE LA PUBLICITATE ȘI CONCURENȚĂ NELOIALĂ

Legea nr.95/2006, republicată, cu modif.

ART. 512

(1) CMSR are următoarele atribuții generale:

a) asigură aplicarea regulamentelor și normelor care organizează și reglementează exercitarea profesiei de medic stomatolog, indiferent de forma de exercitare și de unitatea în care se desfășoară activitățile stomatologice;

b) apără demnitatea, promovează drepturile și interesele membrilor săi în toate sferele de activitate, apără onoarea, libertatea și independența profesională ale medicului stomatolog în exercitarea profesiei;

c) asigură respectarea de către medicii stomatologi a obligațiilor ce le revin față de pacient și de sănătatea publică;

d) atestă onorabilitatea și moralitatea profesională ale membrilor săi;

f) elaborează și adoptă Regulamentul de organizare și funcționare al CMSR și Codul deontologic al medicului stomatolog, luând măsurile necesare pentru respectarea unitară a acestora;

i) îi reprezintă pe membrii săi în relațiile cu asociații științifice, profesionale, patronale și cu sindicatele;

j) stabilește și reglementează regimul de publicitate a activităților stomatologice;

k) colaborează în domeniul său de competență cu organizații, autorități/instituții publice, persoane fizice/juridice cu atribuții desemnate de Ministerul Sănătății, asigurând cadrul necesar desfășurării unei concurențe loiale bazate exclusiv pe promovarea competenței profesionale;

n) acționează, alături de instituțiile sanitare centrale și teritoriale, ca în unitățile sanitare publice și private (cabinete, ambulatorii, spitale) să fie asigurată calitatea actului medical de către medicii stomatologi;

t) avizează, în domeniul său de competență, autorizarea înființării cabinetelor stomatologice publice sau private și adoptă măsuri în legătură cu interzicerea instalării și funcționării acestora, în colaborare cu Ministerul Sănătății, ținând seama ca exercitarea activităților stomatologice să se facă în concordanță cu respectarea criteriilor de bună practică a cabinetelor stomatologice, stabilite de Consiliul național, cu competența profesională a medicului stomatolog și cu dotarea tehnică;

ART. 517

Membrii CMSR au următoarele drepturi:

b) dreptul să se adreseze organelor abilitate ale CMSR și să primească informațiile solicitate;

c) dreptul să participe la orice acțiune a CMSR și să fie informați în timp util despre aceasta;

ART. 518

Obligațiile membrilor CMSR sunt următoarele:

a) **să respecte** dispozițiile Regulamentului de organizare și funcționare al Colegiului Medicilor Stomatologi din România, ale Codului deontologic al medicului stomatolog, hotărârile organelor de conducere ale CMSR și regulamentele profesiei;

d) să participe la ședințele ori adunările la care au fost convocați;

e) **să execute cu bună-credință sarcinile care decurg din hotărârile organelor de conducere ale CMSR;**

h) să respecte normele, principiile și îndatoririle deontologiei medicale;

h¹) să păstreze confidențialitatea asupra dezbatărilor, opiniilor și voturilor exprimate în organele de conducere;

i) să aibă un comportament demn în exercitarea profesiei ori a calității de membru al CMSR;
ART. 519

Obligațiile membrilor CMSR, ce decurg din calitatea lor specială de medici stomatologi, sunt:

a) să respecte și să aplice în orice împrejurare normele de deontologie ale profesiei de medic stomatolog;

b) să nu aducă prejudicii reputației profesiei sau altor membri, respectând statutul de corp profesional al CMSR;

f) să respecte drepturile pacienților (inclusiv dreptul de a-și alege medicul, potrivit art.45 din codul deontologic).

CODUL DEONTOLOGIC AL MEDICULUI STOMATOLOG

ART. 16

(1) Folosirea, atribuirea, invocarea sau lăsarea impresiei deținerii unor titluri academice, științifice sau profesionale, respectiv specialități ori competențe profesionale care nu au fost dobândite sau recunoscute în condițiile legii, precum și orice demers menit să inducă în eroare publicul cu privire la validitatea acestor titluri sunt interzise.

ART. 21

(1) Utilizarea de către medicul stomatolog a rețelelor sociale trebuie să fie responsabilă și civilizată.

Concurența

ART. 42

(1) Este interzisă practicarea concurenței neloiale în exercitarea profesiei sau în legătură cu aceasta.

(2) *Reprezintă concurență neloială, în înțelesul prezentului cod deontologic, orice acțiune, atitudine sau altă formă de manifestare a medicului stomatolog, personalului angajat, colaboratorilor ori interpușilor acestora, făcută cu scopul de a menține sau atrage clientela ori de a crește veniturile obținute din activitatea medicală, în detrimentul altor concurenți, cum ar fi:*

a) *detumarea sau încercarea de detumare a clientelei prin discreditarea profesională a unui alt medic stomatolog ori a unui furnizor de servicii medicale;*

b) **perceperea unor onorarii subevaluate în raport cu prețul pieței sau calitatea prestației, atât din punctul de vedere al prestigiului profesiei, cât și din punctul de vedere al onestității față de pacient, cu scopul de a atrage clientela ori de a crește veniturile obținute din activitatea medicală, în detrimentul altor concurenți, cu riscul de a oferi servicii la niveluri calitative inferioare;**

c) **atragerea/fidelizarea clientelei cu avantaje materiale, oferite sub orice formă;**

e) *determinarea reprezentanților oricăror autorități/instituții de a sfătui solicitanții să se adreseze unui anumit furnizor de servicii medicale;*

f) **participarea sau colaborarea la evenimente (audio, video, pe suport informatic, prin intermediul internetului, rețelelor de telecomunicații, al grupurilor sau rețelelor sociale ori prin orice alte forme de comunicare la distanță) cu scopul de a-și face publicitate în vederea atragerii de clientela, în alte condiții decât cele prevăzute de lege și de prezentul cod deontologic;**

g) **oferirea de avantaje materiale oricărei persoane pentru atragerea clientelei;**

h) *însărcinarea unui profesionist, chiar și cu titlu gratuit, de a procura clienți ori a face reclamă;*

i) **încheierea unui acord ilicit cu alți medici stomatologi, medici, farmaciști sau alt personal din domeniul sănătății, inclusiv cu furnizori de servicii de imagistică medicală, în măsură să afecteze libertatea și independența profesională a medicilor stomatologi sau în scopul atragerii clientelei;**

j) orice alte acte sau fapte care vor fi calificate ca fiind de concurență neloială de către comisia de disciplină, raportat la prevederile prezentului alineat.

(3) Este admis serviciul gratuit în scopuri filantropice, și nu pentru a menține sau atrage clientela ori pentru a crește veniturile obținute din activitatea medicală, în detrimentul altor concurenți, în cazuri justificate cum ar fi:

- a) prestații efectuate rudelor până la gradul al III-lea inclusiv sau unui confrate;
- b) servicii medicale acordate persoanelor paupere, care nu își pot permite costul lor;
- c) alte situații cu caracter excepțional reglementate legal.

(4) Este interzisă reducerea onorariilor în scopul atragerii clientelei.

PUBLICITATEA

ART. 69

(1) Reputația medicului stomatolog trebuie să se sprijine doar pe competență și demnitate.

(2) Medicul stomatolog nu trebuie să își atragă clientela prin intermediul unor promisiuni oneroase ori neconforme cu normele publicității activităților medicale prevăzute în prezentul cod deontologic și în deciziile Consiliului național.

ART. 71

(1) Medicul stomatolog poate participa la campanii de informare în domeniul sănătății, emisiuni, programe de televiziune sau prezentate în spațiul online, destinate educației publice, inclusiv prin intermediul grupurilor sau rețelelor sociale ori prin orice alte forme de comunicare la distanță, și poate ține prelegeri, cu condiția respectării regulilor prevăzute în prezentul cod deontologic. (a se vedea art.42 al.(2) lit.f din Cod)

(2) În cadrul aparițiilor în mediile de informare, inclusiv în colaborarea cu instituții publice sau cu entități private în activități de informare și educație pentru sănătate, medicul stomatolog va putea prezenta procedee de diagnostic și tratament, tehnici medicale specifice ori alte procedee și mijloace de investigare, dar nu va putea folosi acest prilej pentru a-și face reclamă directă sau indirectă privind activitatea profesională proprie sau a unui terț.

(3) Medicul stomatolog trebuie să promoveze și să utilizeze informații din domeniul sănătății accesibile, transparente, riguroase și prudente, pe baza cunoștințelor științifice dobândite (*sunt medici stomatologi care își fac reclamă pentru servicii stomatologice pentru care nu au dobândit competențe/autorizare*).

ART. 72

(1) Publicitatea formelor de exercitare a profesiei este destinată să asigure publicului informații cu privire la activitatea desfășurată de acestea potrivit competențelor și titlurilor academice, științifice sau profesionale dobândite sau recunoscute în condițiile legii, la cariera sa profesională și la orarul de funcționare.

(2) Publicitatea trebuie să fie veridică, neînșelătoare, să respecte secretul profesional, să nu fie agresivă și să fie realizată cu demnitate și prudență.

(3) Indiferent de mijlocul de publicitate utilizat, toate mențiunile laudative, comparative sau disprețuitoare, care cuprind mărturii ale unei terțe persoane, precum și toate informațiile referitoare la identitatea pacienților sunt interzise.

(4) Mijloacele de publicitate a formelor de exercitare a profesiei nu pot fi folosite ca reclamă în scopul dobândirii de clientela.

Mijloacele de publicitate

ART. 73

(1) Formele de exercitare a profesiei de medic stomatolog pot utiliza unul sau mai multe mijloace de publicitate, respectiv:

- a) firmă;
- b) anunțuri de publicitate, potrivit prezentului cod deontologic;

c) anunțuri și mențiuni în anuare, cărți de telefon, baze de date cu profesioniștii din domeniul sănătății, inclusiv în mediul online;

d) corespondență profesională și cărți de vizită profesionale;

e) adresă de internet.

(2) Nu este permisă utilizarea următoarelor mijloace de publicitate:

a) oferirea serviciilor prin prezentare proprie sau prin intermediar la domiciliul ori reședința unei persoane sau într-un loc public;

b) propunerea personalizată de prestări de servicii efectuată de o formă de exercitare a profesiei, fără ca aceasta să fi fost în prealabil solicitată în acest sens, indiferent dacă aceasta este făcută sau nu în scopul racolării de pacienți;

c) acordarea de consultații de specialitate realizate pe orice suport material, precum și prin orice alt mijloc de comunicare în masă, inclusiv prin emisiuni radiofonice, televizate sau prin intermediul internetului/telecomunicațiilor, respectiv al grupurilor și rețelelor sociale, cu excepția celor avizate de Colegiul Medicilor Stomatologi din România sau de alte organisme acreditate de acesta în acest scop;

d) alte mijloace de publicitate decât cele prevăzute în prezentul cod deontologic.

ART. 74

(1) Firma trebuie să aibă dimensiunile maxime de 80 x 60 cm și să fie amplasată la intrarea în imobilul și/sau în spațiul ocupat în care forma de exercitare a profesiei își are sediul profesional principal sau secundar.

(2) Firma cuprinde următoarele mențiuni:

a) Colegiul Medicilor Stomatologi din România;

b) colegiul teritorial pe raza căruia se află sediul profesional principal sau secundar;

c) denumirea formei de exercitare a profesiei și, opțional, numele și prenumele medicului stomatolog titular și, după caz, ale medicilor stomatologi asociați, în situația în care acestea nu se regăsesc în denumire;

d) mențiuni privind sediul principal și sediul secundar;

e) mențiuni privind specialitățile și competențele medicale și, opțional, titlurile profesionale, academice, științifice;

f), opțional, date de contact: număr de telefon, fax, adresa de poștă electronică (e-mail), adresa de internet (site web);

g) alte informații stabilite prin decizie a Consiliului național.

(3) Modelul unic la nivel național al firmei prevăzute la alin. (1) se aprobă de Consiliul național.

ART. 75

(1) Formele de exercitare a profesiei pot publica anunțuri în mica sau în marea publicitate.

(2) În anunțurile de publicitate, medicul stomatolog poate menționa:

a) începerea, întreruperea, reluarea sau încetarea activității profesionale;

b) modificări ale locațiilor de exercitare a activității profesionale și ale programului de activitate;

c) informațiile prevăzute la [art. 74](#) alin. (2).

(3) Dimensiunile anunțurilor de publicitate se stabilesc de Consiliul național.

(4) Anunțurile publicate în anuarele profesionale privesc activitatea formelor de exercitare a profesiei, denumirea, competențele și specialitățile în care medicii stomatologi își desfășoară activitatea, numele acestora, precum și programul de activitate.

(5) Informațiile prezentate în bazele de date cu profesioniști din domeniul sănătății, precum și orice mențiuni referitoare la forma de exercitare a profesiei sau la medicul stomatolog prezentate inclusiv în site-uri de recomandare a profesioniștilor, rețele sociale sau care oferă servicii specifice activităților de asistență stomatologică trebuie să respecte prevederile prezentului cod deontologic, în special pe cele privind publicitatea și onorariile.

(6) Forma de exercitare a profesiei și medicul stomatolog se vor asigura că dispozițiile prezentului articol sunt respectate.

ART. 76

(1) Corespondența formei de exercitare a profesiei poate cuprinde:

a) numărul de telefon, fax, adresa de poștă electronică (e-mail) și adresa de internet (site web);

b) indicarea sediului principal și, după caz, a sediului secundar și/sau a altui loc de exercitare a profesiei;

c) specialitățile și competențele medicale dobândite sau recunoscute în condițiile legii;

d) titlurile academice, științifice sau profesionale;

e) sigla formei de exercitare a profesiei.

(2) Cărțile de vizită profesionale ale medicului stomatolog care își desfășoară activitatea în cadrul formei de exercitare a profesiei pot cuprinde mențiunile permise corespondenței, precum și calitatea medicului stomatolog în forma de exercitare a profesiei.

ART. 77

(1) Medicii stomatologi, precum și formele de exercitare a profesiei pot folosi unul sau mai multe site-uri web care pot cuprinde mențiuni referitoare la activitatea desfășurată, precum și pe cele permise corespondenței ori publicității sau alte informații stabilite prin decizie a Consiliului național.

(2) Site-ul web, accesibil publicului, trebuie să fie creat și actualizat sub responsabilitatea unui medic stomatolog.

(3) Informațiile furnizate prin intermediul site-ului web:

a) trebuie să respecte prevederile prezentului cod deontologic, inclusiv pe cele prevăzute la art. 71;

b) trebuie să fie realiste, obiective, relevante, verificabile, discrete, adevărate și clare;

c) nu trebuie să aducă atingere interesului general de sănătate publică;

d) nu trebuie să încurajeze efectuarea de investigații și tratamente inutile.

(4) Utilizarea denumirii generice a specialităților stomatologice sau a competențelor profesionale ca nume de site este interzisă.

(5) Utilizarea „blogurilor” și aparițiilor în scopuri publicitare pe rețelele sociale de către medici stomatologi sau de formele de exercitare a profesiei este interzisă dacă nu sunt respectate prevederile prezentului cod deontologic.

(6) Colegiul teritorial poate solicita medicului stomatolog sau formei de exercitare a profesiei să efectueze modificările necesare în cazul în care site-ul web nu respectă prevederile prezentului cod deontologic sau ale deciziilor Consiliului național.

(7) În situația prevăzută la alin. (6), medicul stomatolog sau forma de exercitare a profesiei trebuie să efectueze modificările comunicate de colegiul teritorial în termenul stabilit prin decizie a Consiliului național.

ART. 79

Prevederile privind desfășurarea publicității și conținutul materialului publicitar cuprinse în prezentul cod deontologic sunt aplicabile medicilor stomatologi, formelor de exercitare a profesiei și tuturor unităților și instituțiilor în cadrul cărora se desfășoară activități profesionale de către medicul stomatolog.

Legea nr.11/1991 – legea concurenței neloiale (varianta la zi)

ART. 1⁴¹

În înțelesul prezentei legi, expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

a) concurență loială - situația de piață în care fiecare întreprindere încearcă să obțină vânzări, profit și/sau cota de piață, oferind cea mai bună combinație practică de prețuri, calitate și servicii conexe, cu respectarea uzanțelor cinstite și a principiului general al bunei-credințe;

b) practici comerciale - acțiunea, omisiunea, demersul sau comunicarea comercială a unei întreprinderi, realizată în legătură directă cu producerea, furnizarea, promovarea și comercializarea unui produs sau a unui serviciu;

c) uzanțe cinstite - ansamblu de practici sau reguli general recunoscute care se aplică în relațiile comerciale dintre întreprinderi, în scopul prevenirii încălcării drepturilor și intereselor legitime private ale acestora;

d) poziție superioară de negociere - situația în care se află o întreprindere care nu deține o poziție dominantă conform prevederilor art. 6 alin. (3) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, situație determinată de caracteristici ale pieței, în măsură să favorizeze apariția unor dezechilibre semnificative generate de factori, precum structura specifică a lanțului de producție sau de distribuție, vulnerabilitatea față de factori externi, perisabilitatea sau sezonalitatea, și de relația specifică dintre aceasta și alte întreprinderi care desfășoară activitate pe piețe diferite, relație analizată în baza următoarelor criterii cumulative:

1. existența unui raport dezechilibrat de forțe, ca urmare a unor elemente precum cota de piață sau notorietatea mărcii;

2. importanța relației comerciale pentru activitatea celeilalte întreprinderi, ca urmare a unor elemente precum ponderea semnificativă a vânzărilor sau a achizițiilor sale în activitatea celeilalte întreprinderi, rolul critic al produselor sau serviciilor sale pentru derularea activității celeilalte întreprinderi sau existența unor investiții semnificative din partea acesteia din urmă, realizate în vederea onorării raporturilor comerciale stabilite;

3. absența unei soluții alternative echivalente pentru cealaltă întreprindere;

g) întreprindere - definită conform art. 2 alin. (2) din Legea concurenței nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

h) angajat - persoană fizică ce a avut sau are calitatea de salariat, reprezentant sau colaborator extern al unei întreprinderi;

i) sesizare - petiție/reclamație formulată în scris de către o persoană fizică sau juridică având ca obiect posibile practici de concurență neloială;

j) informații confidențiale - orice informații, altele decât secretele comerciale, a căror dezvăluire neautorizată este de natură să producă daune unei întreprinderi.

ART. 2*)

(1) Constituie concurență neloială, în sensul prezentei legi, și sunt interzise următoarele practici comerciale ale întreprinderii și/sau ale angajatului care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau sunt susceptibile să producă prejudicii altor întreprinderi, după cum urmează:

a) denigrarea unei întreprinderi concurente sau a produselor/serviciilor sale, de natură să îi lezeze interesele legitime, realizată prin comunicarea ori răspândirea de către o altă întreprindere sau un fost sau actual angajat de informații care nu corespund realității;

b) deturnarea clientelei unei întreprinderi concurente de către un fost sau actual angajat, prin folosirea unor informații despre care acesta avea cunoștință la momentul săvârșirii faptei că reprezintă secrete comerciale sau informații confidențiale și a căror dezvăluire poate dăuna semnificativ intereselor acelei întreprinderi;

c) discreditarea activității unei întreprinderi concurente sau a produselor și serviciilor sale, realizată de către o altă întreprindere sau un fost sau actual angajat, prin recurgerea la acțiuni menite să atragă pierderea bunei reputații sau a credibilității acesteia, prin alte mijloace decât cele prevăzute la lit. a);

d) orice alte practici comerciale care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al bunei-credințe și care produc sau pot produce pagube concurenților.

(2) În perioadele de stare de mobilizare parțială sau totală a forțelor armate și stare de război, stare de asediu și stare de urgență, stare de alertă sau alte situații de criză stabilite explicit prin acte normative, pentru produsele, categoriile de produse sau serviciile stabilite ca fiind în situație de risc speculativ prin hotărâre a Guvernului, sunt interzise practicile de concurență neloială

care contravin uzanțelor cinstite și principiului general al buneii-credințe, săvârșite de întreprinderi față de alte întreprinderi, care constau în: practicarea unor prețuri nejustificat de mari, limitarea în mod nejustificat a producției sau a vânzărilor, acumularea de mărfuri de pe piața externă sau internă în scopul creării unui deficit pe piața românească și revânzării lor ulterioare la un preț crescut în mod nejustificat.

(3) Este, de asemenea, practică de concurență neloială care contravine uzanțelor cinstite și principiului general al buneii-credințe exploatarea poziției superioare de negociere a unei întreprinderi față de o altă întreprindere cu care s-a aflat sau se află într-o relație comercială de natură să îi producă acesteia din urmă un prejudiciu semnificativ și să fie de natură să afecteze concurența pe piață, realizată prin acțiuni sau inacțiuni precum: refuzul nejustificat de a furniza sau de a cumpăra bunuri sau servicii, nerespectarea clauzelor contractuale privind plata, furnizarea sau achiziția, impunerea unor condiții nejustificat de oneroase sau discriminatorii față de obiectul contractului sau modificarea ori încetarea nejustificată a relațiilor comerciale cu întreprinderea parteneră.

(4) Prevederile alin. (2) nu se aplică atunci când faptele identificate sunt săvârșite în asemenea condiții încât să reprezinte practici anticoncurențiale prevăzute de Legea nr. 21/1996, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și/sau art. 101 sau 102 din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene.

(5) Prevederile alin. (3) nu se aplică domeniului reglementat de Legea nr. 321/2009 privind comercializarea produselor alimentare, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și domeniului reglementat de Legea nr. 81/2022 privind practicile comerciale neloiale dintre întreprinderi în cadrul lanțului de aprovizionare agricol și alimentar.

ART. 2^{^1}

(1) Consiliul Concurenței, în calitate de autoritate administrativă autonomă în domeniul concurenței, asigură protecția întreprinderilor împotriva practicilor de concurență neloială în limita competențelor încredințate prin prezenta lege.

(2) Protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și comparative se asigură potrivit prevederilor Legii nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată.

(3) Protejarea intereselor economice ale consumatorilor se asigură potrivit prevederilor Legii nr. 363/2007, cu modificările ulterioare.

(4) Protejarea intereselor colective ale publicului în domeniul serviciilor media audiovizuale se realizează potrivit prevederilor Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare.

(5) Protecția drepturilor de proprietate industrială în domeniul mărcilor și indicațiilor geografice se asigură potrivit Legii nr. 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice, republicată, cu modificările ulterioare.

(6) Protecția desenelor și modelelor industriale se asigură potrivit Legii nr. 129/1992 privind protecția desenelor și modelelor, republicată.

(7) Protecția brevetelor de invenții se asigură potrivit Legii nr. 64/1991 privind brevetele de invenție, republicată, cu modificările ulterioare.

(8) Protecția topografiilor și produselor se asigură potrivit Legii nr. 16/1995 privind protecția topografiilor produselor semiconductoare, republicată.

Legea nr.158/2008 - privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată (forma la zi)

ART. 1

Prezenta lege are drept scop protecția comercianților împotriva publicității înșelătoare și a consecințelor defavorabile ale acesteia, precum și stabilirea condițiilor în care publicitatea comparativă este permisă.

ART. 2

(1) Dispozițiile prezentei legi se aplică conținutului materialelor publicitare și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare ce face posibil transferul informației.

(2) Comunicațiilor audiovizuale comerciale difuzate în cadrul serviciilor de programe audiovizuale le sunt aplicabile prevederile prezentei legi, ale Legii audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare, precum și normele de reglementare emise în aplicarea acesteia.

ART. 3

În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarea semnificație:

a) publicitate - orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artisanale sau libere, în scopul promovării vânzării de bunuri ori servicii, inclusiv bunuri imobile, drepturi și obligații;

b) publicitate înșelătoare - publicitatea care, în orice mod, inclusiv prin modul de prezentare, induce sau poate induce în eroare persoanele cărora i se adresează ori care iau contact cu aceasta și care, din cauza caracterului înșelător, poate afecta comportamentul economic al acestora sau care, din acest motiv, prejudiciază ori poate prejudicia un concurent;

c) publicitate comparativă - publicitatea care identifică în mod explicit sau implicit un concurent ori bunuri sau servicii oferite de acesta;

d) comerciant - persoana fizică sau juridică ce acționează în scopuri care se încadrează în activitatea sa comercială, industrială, artizanală ori liberală și orice persoană care acționează în numele și pe seama comerciantului;

e) responsabil de cod - orice entitate, inclusiv un comerciant sau un grup de comercianți, responsabilă cu formularea și revizuirea unui cod de conduită și/sau cu monitorizarea conformității cu codul de către cei care și-au luat angajamentul de a-l respecta;

f) cod de conduită - acordul sau ansamblul de reguli care nu este impus prin legislație ori dispoziții administrative și care definește comportamentul comercianților care se angajează să îl respecte cu privire la una sau mai multe practici comerciale ori la unul sau mai multe sectoare de activitate;

g) comunicație comercială audiovizuală - imaginea, cu sau fără sunet, care este destinată să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile ori imaginile unei persoane fizice sau juridice care desfășoară o activitate economică. Imaginile respective însoțesc sau sunt incluse într-un program în schimbul unei plăți ori retribuții similare sau în scopul autopromovării. Formele de comunicații comerciale audiovizuale includ, printre altele, publicitatea televizată, sponsorizarea, teleshoppingul și poziționarea de produse prin servicii de programe audiovizuale;

h) consumator - astfel cum este definit la art. 2 pct. 2 din Ordonanța Guvernului nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

ART. 7 (1) În vederea combaterii și stopării publicității înșelătoare și a respectării dispozițiilor privind publicitatea comparativă, comercianții, astfel cum sunt definiți la art. 3 lit. d), precum și asociațiile și organizațiile care au un interes legitim pot să sesizeze Ministerul Finanțelor Publice sau, după caz, Consiliul Național al Audiovizualului.

Legea nr.21/1996 – legea concurenței (forma la zi)

ART. 1

(1) Prezenta lege are drept scop protecția, menținerea și stimularea concurenței și a unui mediu concurențial normal, în vederea promovării intereselor consumatorilor.

ART. 2

(1) Dispozițiile prezentei legi se aplică actelor și faptelor care restrâng, împiedică sau denaturează concurența, săvârșite de:

a) întreprinderi sau asociații de întreprinderi - persoane fizice sau juridice - de cetățenie, respectiv de naționalitate română sau străină, denumite în continuare întreprinderi;

b) autoritățile și instituțiile administrației publice centrale sau locale, în măsura în care acestea, prin deciziile emise sau prin reglementările adoptate, intervin în operațiuni de piață, influențând direct sau indirect concurența, cu excepția situațiilor când asemenea măsuri sunt luate în aplicarea altor legi sau pentru apărarea unui interes public major.

ART. 2¹

În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

a) autoritate de concurență - Comisia Europeană, Consiliul Concurenței sau orice altă autoritate națională de concurență desemnată de un stat membru al Uniunii Europene conform dispozițiilor art. 35 din Regulamentul (CE) nr. 1/2003 al Consiliului din 16 decembrie 2002 privind punerea în aplicare a normelor de concurență prevăzute la articolele 81 și 82 din tratat, denumit în cele ce urmează Regulamentul (CE) nr. 1/2003, ori toate, după caz;

b) autoritate națională de concurență - o autoritate desemnată de un stat membru al Uniunii Europene în temeiul art. 35 din Regulamentul (CE) nr. 1/2003 ca fiind responsabilă cu aplicarea prevederilor art. 101 și 102 din TFUE;

c) autoritate solicitantă - o autoritate națională de concurență care formulează o cerere de asistență reciprocă;

d) autoritate solicitată - Consiliul Concurenței, care primește o solicitare de asistență reciprocă, iar în cazul unei solicitări de asistență menționate la art. 66⁴ alin. (1), autoritate solicitată înseamnă Agenția Națională de Administrare Fiscală;

e) cartel - un acord sau o practică concertată între doi sau mai mulți concurenți, care urmărește coordonarea comportamentului concurențial al acestora pe piață sau influențarea parametrilor relevanți ai concurenței prin practici care includ, printre altele, fixarea sau coordonarea prețurilor de achiziție sau de vânzare sau a altor condiții comerciale, inclusiv în legătură cu drepturile de proprietate intelectuală, alocarea cotelor de producție sau de vânzare, împărțirea piețelor și a clienților, inclusiv manipularea procedurilor de cerere de oferte, restricționări ale importurilor sau exporturilor sau acțiuni anticoncurențiale împotriva altor concurenți;

f) cartel secret - un cartel a cărui existență este parțial sau integral ascunsă;

g) clemență - atât imunitatea la amenzi, cât și reducerea amenzilor;

h) controlor de acces - sensul noțiunii este cel folosit la art. 2 pct. 1 din Regulamentul (UE) 2022/1.925 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 septembrie 2022 privind piețe contestabile și echitabile în sectorul digital și de modificare a Directivelor (UE) 2019/1.937 și (UE) 2020/1.828, denumit în continuare Regulamentul privind piețele digitale;

i) decizie definitivă - o decizie care nu poate sau nu mai poate fi contestată potrivit legii;

j) declarație de clemență - informarea, în mod voluntar, a Consiliului Concurenței, în scris sau oral, de către o întreprindere sau o persoană fizică sau în numele acesteia ori o înregistrare a acestei informări, care prezintă informațiile pe care întreprinderea sau persoana fizică în cauză le cunoaște cu privire la o practică anticoncurențială interzisă de art. 5 din prezenta lege și/sau de art. 101 din TFUE și propriul rol în cadrul acesteia și care a fost redactată în mod specific pentru a fi înaintată Consiliului Concurenței în vederea obținerii imunității la amenzi sau a unei reduceri a amenzilor în cadrul unui program de clemență, neincluzând dovezile care există indiferent de procedurile de aplicare a legii și indiferent dacă aceste informații se află sau nu în dosarul unei autorități de concurență, și anume informațiile preexistente. Declarațiile de clemență în ceea ce privește cereri complete sau simplificate se pot depune în limba română sau în altă limbă oficială a Uniunii asupra căreia s-a convenit de comun acord între Consiliul Concurenței și solicitantul clemenței;

k) dreptul intern în materie de concurență - prevederile art. 5 și 6, care urmăresc în principal același obiectiv ca prevederile art. 101 și 102 din TFUE și care sunt aplicate aceluiași caz, în paralel cu dreptul Uniunii în materie de concurență, precum și prevederile art. 8 și cele referitoare la materia concentrărilor economice;

l) imunitatea la amendă - scutirea de amenda care ar fi impusă în mod normal unei întreprinderi pentru participarea sa la o practică anticoncurențială cu scopul de a o recompensa pentru cooperarea sa cu o autoritate de concurență în cadrul unui program de clemență;

m) instanță națională - orice instanță dintr-un stat membru al Uniunii Europene în sensul prevederilor art. 267 din TFUE;

n) instanță de control judiciar - o instanță națională care este competentă, prin soluționarea unor căi de atac ordinare, să exercite controlul judiciar asupra deciziilor unei autorități naționale de concurență sau asupra hotărârilor judecătorești privind deciziile respective, indiferent dacă instanța respectivă are competența de constatare a unei încălcări a legislației în materie de concurență;

o) întreprindere - orice entitate care desfășoară o activitate economică, indiferent de statutul său juridic și de modul de finanțare;

p) procedură de aplicare a legii - procedura desfășurată în fața Consiliului Concurenței pentru aplicarea dispozițiilor art. 5 și/sau 6 din prezenta lege și a prevederilor art. 101 și/sau 102 din TFUE până la terminarea unei astfel de proceduri prin adoptarea de către Consiliul Concurenței a unei decizii menționate la art. 46 din lege ori prin adoptarea unei decizii în temeiul art. 7, 9 sau 10 din Regulamentul (CE) nr. 1/2003 al Consiliului din 16 decembrie 2002 în cazul Comisiei Europene, precum și procedura desfășurată în fața Consiliului Concurenței pentru aplicarea dispozițiilor art. 8 sau a prevederilor în materia concentrărilor economice sau până când Consiliul Concurenței ajunge la concluzia că nu există motive pentru continuarea acțiunii sale;

q) program de clemență - un program privind aplicarea prevederilor art. 5 din prezenta lege sau a prevederilor art. 101 din TFUE, pe baza căruia un participant la o înțelegere anticoncurențială sau o practică concertată, în mod independent de celelalte întreprinderi implicate, cooperează în cadrul unei investigații desfășurate de Consiliul Concurenței sau în vederea declanșării de către acesta a procedurii de investigație, furnizând, în mod voluntar, informațiile pe care le are despre practica interzisă și despre rolul său în cadrul acesteia și primind în schimb, printr-o decizie sau prin încetarea procedurii, imunitate la amendă sau o reducere a amenzii care ar urma să fie impuse pentru implicarea sa în practica anticoncurențială respectivă;

r) reducerea amenzii în cadrul procedurii de clemență - o reducere a cuantumului amenzii care ar fi impusă în mod normal unei întreprinderi pentru participarea sa la o practică anticoncurențială cu scopul de a o recompensa pentru cooperarea sa cu o autoritate de concurență în cadrul unui program de clemență;

s) Rețeaua europeană în domeniul concurenței - rețeaua autorităților publice, formată din autoritățile naționale de concurență și Comisie, pentru a oferi un forum de discuții și cooperare în ceea ce privește aplicarea și asigurarea respectării prevederilor art. 101 și 102 din TFUE;

ș) solicitarea expresă a întreprinderilor investigate formulată în vederea recunoașterii săvârșirii faptei în temeiul art. 57 alin. (3) - informarea în mod voluntar a Consiliului Concurenței de către o întreprindere sau în numele unei întreprinderi, care cuprinde recunoașterea participării sale la săvârșirea unei fapte prevăzute la art. 55 alin. (1) sau renunțarea la a contesta această participare și asumarea responsabilității sale pentru încălcarea respectivă, informare redactată în mod specific pentru ca autoritatea de concurență să poată aplica o procedură simplificată;

t) solicitant - o întreprindere care depune o cerere de imunitate sau de reducere a amenzilor în cadrul unui program de clemență.

ART. 3

(1) Punerea în aplicare a prezentei legi este încredințată Consiliului Concurenței ca autoritate națională în domeniul concurenței. Consiliul Concurenței este autoritate administrativă autonomă, investită în acest scop, în condițiile, modalitățile și limitele stabilite prin dispozițiile prezentei legi.

<https://www.marketdent.ro/articole/marketing-clinica-stomatologica/21-idei-de-marketing-pentru-cabinetul-tau-stomatologic-care-iti-vor-aduce-110-programari-in-4-sapta>

<https://www.marketdent.ro/articole/promovare-clinica-stomatologica/5-tipuri-de-reclame-la-cabinetul-stomatologic>