

Competition Alert

Recomandări ale Consiliului Concurenței în domeniul medicamentelor și suplimentelor alimentare

În data de 06 septembrie 2022, Consiliul Concurenței elaborat o serie de recomandări privind **comercializarea online și publicitatea pe rețelele de social-media** de medicamente eliberate fără prescripție medicală (OTC – over the counter) și suplimente alimentare. Aceste recomandări au fost publicate în contextul observațiilor primite de autoritatea de concurență în cadrul procesului de consultare publică a studiului privind piața de medicamente fără prescripție medicală și a suplimentelor alimentare¹.

Amintim că, realizarea de studii și întocmirea de rapoarte privind domeniul său de activitate se numără printre atribuțiile autorității de concurență enumerate la **art. 25 din Legea concurenței nr. 21/1996**.

Recomandările se referă la:

1. moderarea comentariilor privind suplimentele

În contextul în care cumpărătorii de suplimente alimentare pot fi influențați și de comentariile publicate de alți consumatori pe site-urile de comercializare, iar comentarii pot fi incorecte și pot induce în eroare, Consiliul atrage atenția asupra necesității de moderare a comentariilor. [Această sarcină revine comercianților online de suplimente alimentare](#) și ar trebui să se aplice și în cazul platformelor de social media.

Recomandarea face referire la:

- ✓ **asigurarea conformării** conținutului publicat cu cerințele legale;
- ✓ **afișarea comentariilor numai după evaluarea acestora de către un moderator**²;

¹ La data de 10.01.2022 a fost publicat pe site-ul <http://e-consultare.gov.ro/> Raportul preliminar privind studiul pentru cunoașterea piețelor de producție și de comercializare a medicamentelor eliberate fără prescripție medicală și a suplimentelor alimentare.

² În eventualitatea în care comerciantul nu poate supraveghea și controla conținutul de pe propriul site, Consiliul Concurenței recomandă evitarea publicării de mărturii personale.

✓ definirea unor **elemente de diferențiere vizuală**, precum simboluri sau pictograme, specifice suplimentelor alimentare, pentru a ajuta cumpărătorii să identifice mai ușor produsele.

În ceea ce privește contribuția autorităților de reglementare în domeniul sănătății, autoritatea de concurență propune elaborarea unor prevederi pentru a asigura o mai bună diferențiere a suplimentelor alimentare. Acest lucru s-ar putea realiza astfel:

- ✓ prin **asigurarea lizibilității mențiunii că produsul comercializat este un supliment alimentar**;
- ✓ prin **determinarea dimensiunii fontului**, care ar putea fi raportat la un anumit procent din înălțimea literei folosite pentru denumirea comercială a produsului;
- ✓ prin **stabilirea unui set de caracteristici grafice**.

2. **clarificări privind comercializarea online**

În primul rând, **legislația de comercializare a OTC-urilor este ambiguă și nu menționează clar** dacă comercializarea online se poate face prin site-ul propriu al farmaciei/drogheriei online sau prin intermediul platformelor de intermediere. De aceea, autoritatea de concurență a formulat următoarele recomandări autorității de reglementare în domeniul sănătății:

- ✓ introducerea unor clarificări privind comercializarea **prin intermediul propriului site**, dar și **prin intermediul platformelor de intermediere de tip marketplace sau on demand delivery**;
- ✓ modificarea legislației în vigoare astfel încât să existe **posibilitatea de a externaliza transportul OTC-urilor** în baza unor contracte cu furnizorii de servicii de intermediere online în măsura în care aceștia efectuează direct, prin intermediul logisticii proprii, transportul acestora.

În al doilea rând, **legislația în domeniul suplimentelor alimentare este ambiguă și incompletă**, ceea ce generează probleme în ceea ce privește comercializarea și publicitatea suplimentelor alimentare și conduce la o interpretare neunitară a cadrului normativ.

Consiliul Concurenței sprijină propunerea Institutului de Bioresurse Alimentare privind implementarea unui program de monitorizare a efectelor aferente suplimentelor alimentare, în vederea creșterii gradului de protecție a sănătății publice. Pe de altă parte, recomandă crearea unei platforme unice dedicate suplimentelor alimentare prin intermediul căreia un consumator să poată identifica și verifica informațiile privind comercializarea legală a unui anumit supliment alimentar pe piața din România.

3. **canalele de publicitate**

Îndrumările Consiliul Concurenței în domeniul publicității suplimentelor alimentare și medicamentelor OTC apar în contextul în care s-a constatat o neconsecvență în reglementarea

diferitelor canale de publicitate. Astfel, sunt înaintate autorităților cu competențe în domeniul sănătății următoarele recomandări:

- ✓ **efectuarea**, de către Ministerul Sănătății, **unei analize privind durata și frecvența optimă difuzării materialelor publicitare** pentru medicamentele OTC și suplimentele alimentare până la care nivelul sănătății publice nu este afectat;
- ✓ **crearea unor condiții specifice pentru ca rețelele de socializare și aplicațiile mobile să poată fi utilizate ca canale de comunicare**. În contextul actual, legislația permite publicitatea prin intermediul canalelor de televiziune sau prin internet, apreciindu-se că acestea sunt apte să protejeze sănătatea publică, totuși, publicitatea prin rețelele de socializare și aplicațiile mobile este interzisă de legislația în vigoare. Autoritatea de concurență consideră că prin introducerea de **condiții/condiții similare, completate cu cerințe³ care să asigure caracterul static al conținutului aprobat**, rețele de socializare și al aplicațiile mobile pot să servească aceluiași scop.
- ✓ **introducerea unor prevederi privind posibilitatea (nu obligativitatea) de a expune medicamentele OTC în zona din afara teșghelei farmaciilor/drogheriilor, respectiv în rafturile și vitrinele** dedicate expunerii produselor.

În situația în care aveți întrebări subsecvente sau nelămuriri, vă rămânem cu plăcere la dispoziție.

Musliu & Asociații
Attorneys at Law

³ De exemplu: limitarea utilizării funcțiilor interactive - butonul „like”/„dislike”, comentarii, distribuirea conținutului.