



Piperea Asociații
ATTORNEYS AND COUNSELLORS

CODUL COMERCIAL ROMÂN

– ediție nouă și necesară –

Conferință organizată în

23 septembrie 2021

sala Aurel Ghibuțiu, CCIR Business Center

Importanța elaborării unui nou Cod comercial pentru România

Un nou Cod comercial se impune din motive de asigurare a continuității activității economice. Acesta poate conferi stabilitate și, în același timp, flexibilitate contractelor și întreprinderii, prin normativizarea acestei cerințe de echilibru și optimizare. Un contract, în acest context, trebuie să asigure echilibrul prestațiilor (win-win) și reziliența întreprinderii.

Totodată, **un nou Cod comercial trebuie să (re)stabilească responsabilitatea**, pentru a se putea „repara” capitalismul și liberalismul economic, atât de necesare păcii sociale și îmbunătățirii condiției umane. În condițiile în care consecințele eșecului nu mai sunt despăgubirea, sancțiunea personală și decăderea din dreptul de a mai face afaceri, ci „premierea”, pe principiul *too big to let fail* sau, după caz, toleranța pentru diversele scheme care simulează sănătatea economică și solvabilitatea juridică, capitalismul ca idee de organizare și politică economică este neutralizat. De asemenea, **un nou Cod comercial trebuie să restabilească echitatea**, adică necesarul corectiv al excesului sau al abuzului de putere economică atunci când egalitatea de șanse și competiția sunt anihilate de inegalitatea economică și de monopolul geopolitic sau de lipsa de alternative.

În egală măsură, **un nou Cod comercial trebuie să asigure pavăza (sau măcar corectivul necesar) împotriva excepționalismului economic și juridic**, care se bazează pe o continuă stare de alertă sau de urgență, sub pretextul unor crize continui sau repetate, și care permite achizițiile publice directe, fără licitație și fără competiție, accelerarea nenaturală a unor proceduri de autorizare, certificare, licență sau concesiune, imunitatea de răspundere civilă și penală a entităților care „soluționează” urgența, transformarea „termenilor și condițiilor” impuse de aceste entități într-un drept a-național, nesupus niciunei legislații naționale sau internaționale.

Nu în ultimul rând, **un nou Cod comercial trebuie să permită moralizarea întreprinderii**, prin dotarea acesteia cu o misiune, o rațiune de a fi - *raison d'être*, care să îi asigure reziliența și (re)integrarea în comunitate, precum și adaptarea la valorile perene ale umanității și la noile constrângeri generate de încălzirea globală, penuria de resurse și suprapopularea. Întreprinderea nu mai poate fi o simplă mașină de făcut bani pentru patroni, manageri și acționari.

Astfel, **un nou Cod comercial poate asigura competitivitatea sistemului românesc de drept și a modului românesc de soluționare a disputelor și a litigiilor, cu consecința implantării unor investiții și a alegerii legii române ca *lex causae* sau ca *lex fori***. Indirect, dar indubitabil, o astfel de competitivitate va asigura șanse reale de consolidare economică pentru România.