

Cursuri universitare

Av. Dr. Mihai MAREȘ

# **DREPTUL PENAL AL AFACERILOR**

**Av. Dr. Mihai MAREȘ**

# **DREPTUL PENAL AL AFACERILOR**

**Universul Juridic**  
București  
-2026-

# Capitolul 1

## Introducere în dreptul penal al afacerilor

### 1.1. Criminalitatea în mediul de afaceri

Criminalitatea în mediul de afaceri este un fenomen complex care afectează profund mediul economic și societatea în ansamblu.

A fost definită în doctrină drept *totalitatea infracțiunilor comise în legătură cu afacerile, care cauzează sau riscă să cauzeze pierderi semnificative și care, de regulă, presupun cunoștințe economice și financiare din partea autorilor sau sunt săvârșite de persoane din mediul de afaceri în exercitarea funcțiilor lor*<sup>1</sup>. Simplu spus, ea constă în *acte ilegale comise pentru obținerea de câștiguri financiare și/sau beneficii profesionale de orice natură într-un context comercial*.

Criminalitatea în mediul de afaceri este uneori asimilată conceptului de *White-Collar Crime* sau „criminalitate a gulerelor albe”. Această asimilare nu este una riguroasă. Așa-zisa „criminalitate a gulerelor albe” surprinde doar o fracțiune a actelor și practicilor ilicite în mediul de afaceri, și anume, infracțiunile cu miză financiară, non-violente, comise prin violarea încrederii, în general, de către persoane cu putere de decizie. Criminalitatea în mediul de afaceri poate include o gamă mai largă de infracțiuni legate de activitatea de comerț, chiar și fapte cu caracter violent (de ex., șantajul).

Criminalitatea în mediul de afaceri nu se rezumă la simpla încălcare a legilor, ci exploatează *lacunele de încredere* din structurile economice, adesea facilitate chiar de sistemele concepute pentru a le preveni. Făptuitorii sunt de multe ori persoane investite cu încredere din partea actorilor legitimi (acționari, clienți, furnizori, angajați, autorități de reglementare) care folosesc cunoștințe privilegiate, acces sau influență pentru a înclina balanța în favoarea lor și a obține profit personal prin abuzarea de această încredere.

Criminalitatea în mediul de afaceri se adaptează la tipologia afacerii. Mediul de afaceri evoluează în general mai rapid decât reglementarea, care nu se dezvoltă în timp real, și același lucru este valabil și pentru schemele infracționale. În mediul de afaceri, infracționalitatea este de multe ori un „*pariu strategic*” în care făptuitorul cântărește potențialele beneficii ale actelor ilegale împotriva riscului de detecție și sancționare într-un cadru legal de multe ori necorespunzător. De exemplu, gândiți-vă la modul în care platformele tehnologice moderne evită responsabilitatea exploatând cadre juridice învechite, la companiile care clasifică greșit lucrătorii pentru a evita legislația muncii sau firmele *crypto* care operează în viduri reglementare, apreciind că inerția sistemului va depăși aplicarea legii.

Pentru aceste motive, miza reală nu este detectarea și sancționarea actorilor rău-intenționați, cât prevenția, prin reproiectarea jocului economic de așa manieră încât regulile să nu poată fi manipulate.

### 1.2. Triunghiul Fraudei

„Triunghiul fraudei” este un model dezvoltat de criminologul Donald R. Cressey care explică *factorii principali care determină apariția fenomenului criminal*. El este folosit pe

---

<sup>1</sup> G.-I. Ioniță, *Elemente de drept penal al afacerilor*, Ed. Pro Universitaria, București, 2016, p. 8.

scară largă în activitățile de audit intern și contabil pentru a înțelege și preveni comportamentele frauduloase.

Cele trei componente principale sunt:

▪ **Presiune (sau Motivație):** Individul se confruntă cu o presiune financiară sau personală pe care simte că nu o poate rezolva prin mijloace legitime. Aceasta poate include datoriile, cerințe legate de stilul de viață, dependențe sau crize personale, cum ar fi facturi medicale sau obligații familiale.

▪ **Oportunitate:** Individul are acces la o situație sau un sistem în care fraudă poate fi comisă cu un risc perceput scăzut de detectare. Acest lucru apare adesea din cauza controalelor interne slabe, lipsei de supraveghere sau accesului de încredere la active sau informații.

▪ **Raționalizare:** Individul își justifică acțiunile frauduloase pentru a le alinia cu etica personală sau imaginea de sine. Raționalizările comune includ „*Împrumut doar banii*”, „*Merit pentru că salariul meu este prea mic față de contribuția mea*” sau „*Compania nu va simți lipsa*”.

### 1.3. Factorii care favorizează criminalitatea în mediul de afaceri

Așa cum rezultă și din Triunghiul Fraudei, criminalitatea în mediul de afaceri este rezultatul unei combinații de *factori economici, juridici și psihosociali, care favorizează apariția și răspândirea acesteia:*

#### A. Factori economici

(i) *Perioadele de criză economică* pot intensifica fenomenul criminalității în mediul în afaceri, întrucât în astfel de situații companiile și antreprenorii caută soluții rapide pentru a supraviețui, uneori recurgând la practici ilegale, cum ar fi evaziunea fiscală, delapidarea sau fraudă financiară.

(ii) *Prosperitatea economică* poate, paradoxal, să crească rata infracțiunilor de afaceri, deoarece oportunitățile de câștig sunt mai mari, iar tentația de a încălca legea devine mai puternică.

#### Scandalul LEHMAN BROTHERS

❖ Relevant pentru a exemplifica modul în care economia influențează fenomenul criminalității în mediul de afaceri este cazul Lehman Brothers, descoperit în SUA în contextul crizei financiare din 2008.

❖ În anii premergători acestei crize, pe fondul creșterii economice, băncile și instituțiile financiare adoptaseră politici agresive de creditare, acordând împrumuturi ipotecare chiar și persoanelor care *nu aveau venituri suficiente pentru a le rambursa*. Aceste împrumuturi, numite *credite subprime*, aveau dobânzi inițiale atractive, dar ratele creșteau ulterior, făcând imposibilă plata pentru mulți debitori.

❖ Pentru a profita de cererea mare de investiții, băncile au început să „ambaleze” (să deghizeze) *aceste credite subprime în instrumente financiare complexe*, cum ar fi *obligațiunile garantate cu active (Collateralized Debt Obligations – CDOs)*. Aceste instrumente erau vândute investitorilor din întreaga lume, inclusiv altor bănci, fonduri de pensii și companii de asigurări. Agențiile de rating, precum Moody's și Standard & Poor's, au acordat acestor