

Newsletter

Concorrência e União Europeia

Autoridade da Concorrência -
Recomendações relativas à cadeia
de valor dos bens de consumo



About Law.
Around People.



A Autoridade da Concorrência (“AdC”) publicou no dia 6 de abril de 2023, face ao atual contexto inflacionista e seu impacto no poder de compra das famílias, um documento intitulado “Recomendações relativas à cadeia de valor dos bens de consumo”.

A AdC pretende, através deste documento, sensibilizar as empresas que integram a cadeia de valor dos bens de consumo – nomeadamente fornecedores e retalhistas – para a importância da adoção das melhores práticas em matéria de Direito da Concorrência, assegurando assim que os preços pagos pelo consumidor final sejam, atento o presente contexto económico, justos e competitivos.

Não obstante confirmar que os fornecedores podem comunicar preços de revenda meramente recomendados (verdadeiramente não vinculativos), o principal foco da AdC neste documento concerne práticas proibidas de fixação de preços no contexto da relação entre fornecedores e retalhistas, incluindo em contextos de campanhas promocionais, apresentando uma breve contextualização jurídica e económica de

tais práticas e elencando os elementos que as caracterizam.

Fixação vertical de preços de venda (RPM):

A prática de fixação de preços de revenda traduz-se, de acordo com a AdC, na restrição da capacidade, de forma direta ou indireta, de um distribuidor (e.g. retalhista) estabelecer os seus preços de revenda.

Segundo a AdC, tal restrição pode ser implementada de forma direta – através da imposição de PVP fixo/mínimo, determinação de intervalo de PVP ou solicitação de aumento do PVP – ou indireta, através de incentivos à prática de preços mínimos e/ou desincentivos ao desvio dos mesmos, tais como:

- ▶ Fixação da margem de revenda;
- ▶ Fixação do nível máximo de descontos que o retalhista pode conceder a partir de um determinado nível de preços estabelecido;
- ▶ Concessão de reduções ou reembolso dos custos promocionais por parte do fornecedor, condicionando o retalhista à observância de um determinado nível de preços e forma de implementação;

- ▶ Imposição de políticas de preços publicitados mínimos, que proíbem o retalhista de publicitar preços abaixo de um determinado nível fixado pelo fornecedor;
- ▶ Associação do preço de revenda aos preços de revenda de concorrentes;
- ▶ Ameaças, intimidações, avisos, sanções, atrasos ou suspensão das entregas ou cessação de contratos em função do (in)cumprimento de um certo nível de preços.

Hub-and-spoke:

A segunda prática identificada pela AdC, o *hub-and-spoke*, é definida como a fixação de PVP entre empresas concorrentes (*spokes*), por intermédio de um operador comum (*hub*). Recorde-se que a AdC tem, nos últimos anos, investigado e sancionado diversas empresas, em Portugal, pela alegada prática de *hub-and-spoke*.

Tal prática, no contexto da cadeia de valor dos bens de consumo, pode consubstanciar-se em dois possíveis cenários:

- ▶ **Cenário 1** – o *hub* é um distribuidor comum e os *spokes* são os fornecedores, sendo o distribuidor ou retalhista que, através de comunicações com os vários fornecedores, promove e/ou garante a colusão ilícita entre os fornecedores (restrição da concorrência a montante).
- ▶ **Cenário 2** - O *hub* é o fornecedor comum e os *spokes* são os retalhistas, sendo o fornecedor que, através de um conjunto de comunicações bilaterais com os vários retalhistas, facilita, promove e/ou garante a colusão entre os retalhistas (restrição da concorrência a jusante).

A prática de *hub-and-spoke* tem uma natureza híbrida, com características simultaneamente horizontais e

verticais: (i) envolvem empresas em diferentes níveis da cadeia de valor (e.g. retalhistas e fornecedores); e (ii) os operadores concorrentes não estabelecem comunicação direta entre si, utilizando para esse efeito um fornecedor/distribuidor comum.

O objetivo comum das empresas participantes num cartel *hub-and-spoke* é, de acordo com a AdC, a eliminação do grau de incerteza inerente à livre concorrência e a garantia de margens ao longo da cadeia de distribuição em detrimento do consumidor final.

Apreciação prática de comportamentos de risco:

Com a intenção de prevenir comportamentos de risco por parte das empresas ao longo da cadeia de valor dos bens de consumo, a AdC apresenta várias orientações de comportamento em matéria de concorrência, na forma de exemplos de comportamentos de risco, dirigidas aos agentes económicos deste setor, nomeadamente no que respeita à gestão da comunicação entre fornecedores e retalhistas:

- ▶ **Uma recomendação de preços de venda ao público não deve eliminar a liberdade de determinação de preços por parte das empresas.**
- ▶ **A imposição de PVP e a troca de informação estratégica e comercialmente sensível em contextos promocionais é ilegal.**
- ▶ **As margens não devem ser garantidas à custa de uma fixação de preços entre empresas.**
- ▶ **As ferramentas de monitorização não devem ser utilizadas como instrumento de fixação de preços.**
- ▶ **Empresas concorrentes não devem trocar entre si informação estratégica sensível,**

incluindo indiretamente, e.g. através de clientes comuns.

- ▶ Ações de pressão, coação e retaliação não devem ser utilizadas como instrumentos de fixação de preços.

A presente nota não exclui a relevância de ser consultado e analisado em detalhe o documento da AdC “Recomendações relativas à cadeia de valor dos bens de consumo”, inclusive os exemplos concretos dele constantes, e disponível em:

<https://www.concorrenca.pt/sites/default/files/processos/epr/Recomenda%C3%A7%C3%B5es%20Relativas%20%C3%A0%20Cadeia%20de%20Valor%20dos%20Bens%20de%20Consumo.pdf>.