

## Perguntas & Respostas

### **AdC condena grandes cadeias de supermercados e dois fornecedores por concertarem preços, em prejuízo do consumidor**

1. O que é um *hub-and-spoke*? Se a SCC e a Primedrinks eram responsáveis pela comunicação dos preços, porque são os supermercados sancionados também?

Uma prática concertada *hub-and-spoke* é uma prática restritiva da concorrência em que o alinhamento dos preços entre concorrentes se consegue e implementa através de um parceiro comum e não, como nos cartéis, através de contactos bilaterais diretos entre concorrentes.

Esta prática consiste, por exemplo, em uma empresa que se encontra no nível superior da cadeia de distribuição (o fornecedor – o “*hub*”) facilitar, promover e/ou garantir a colusão ilícita entre elas, através de um conjunto reiterado de comunicações verticais com empresas que se situam no nível inferior da referida cadeia de distribuição (as empresas de distribuição – as “*spokes*”), permitindo o alinhamento de estratégias e de preços destas, configurando, assim, uma restrição grave da concorrência.

Assim, o fornecedor é instrumental para a garantia de um alinhamento que favoreça as cadeias de supermercados e o próprio fornecedor (no caso, a SCC e a Primedrinks). O objetivo final é atingir esse alinhamento e a intervenção dos fornecedores era usada como meio de evitar contactos diretos, que redundariam num cartel tradicional.

2. Porque é que estas práticas não são admissíveis? Não é legítimo que um fornecedor e um distribuidor combinem entre si os termos das vendas?

A existência de contactos sobre estratégia comercial entre parceiros comerciais não concorrentes – fornecedor e distribuidor – por si só nada tem de ilegal. É, de facto, inerente a esse tipo de parceria.

Assim, discussões sobre formas apelativas de arrumar produtos em loja, conceção de produtos distintos mais inovadores que respondam às necessidades dos consumidores, atividade promocional, negociação de condições comerciais, meras recomendações de preços de venda ao público, bem como outras formas de tornar o fornecimento mais eficiente, são práticas lícitas e aceitáveis no âmbito de tal relação comercial.

No entanto, a prática em causa excede os limites do que é aceitável numa negociação fornecedor/distribuidor.

Em ambiente concorrencial, cada agente económico desenvolve a sua conduta no mercado de forma autónoma. Esta exigência de autonomia na atuação no mercado (por exemplo em matéria de determinação dos preços) opõe-se frontalmente a qualquer contacto, direto ou indireto, entre empresas, suscetível de influenciar o comportamento no mercado de um concorrente.

Ora, uma prática de hub-and-spoke implica o fornecimento de informação sensível, relativa à estratégia comercial presente e futura entre empresas e a divulgação desta informação, por meio indireto, às empresas concorrentes, com o objetivo de condicionar os respetivos comportamentos.

No caso dos processos de hub-and-spoke agora decididos pela AdC, as comunicações integrantes da infração visavam fixar os preços de venda ao público (PVP) de um conjunto de produtos do fornecedor e, dessa forma, promover, garantir ou manter um alinhamento horizontal desses PVP no mercado nacional de distribuição retalhista de base alimentar, tendo em vista a sua subida, gradual e progressiva, por um determinado período temporal. Assim como eram dirigidas ameaças, retaliações, pressões e descontos condicionados (tanto da parte dos fornecedores como dos distribuidores) às empresas que resistiam ou se desviavam desse alinhamento, o que não é admissível, nem lícito.

### 3. Qual a motivação dos agentes económicos para incorrerem nesta prática?

As motivações de cada uma das empresas participantes de um *hub-and-spoke* podem ser diversas, mas todas são orientadas para um objetivo comum: o de saírem favorecidas através da diminuição da dinâmica concorrencial por via do controlo do comportamento de mercado de todos os envolvidos.

Por um lado, os fornecedores tentam fixar os PVP dos seus produtos num patamar artificialmente mais elevado, para que não sejam alvo de renegociações contratuais por parte das empresas de distribuição e possam manter a margem que idealizaram na venda dos seus produtos. Por outro lado, as empresas de distribuição eliminam a incerteza associada a uma “guerra de preços”, garantem a expectativa do recebimento de uma determinada margem na venda ao público e vendem os produtos a um PVP mais elevado do que o que resultaria de um mercado a funcionar em concorrência não falseada.

Os consumidores resultam prejudicados, sem possibilidade de escolha do produto pelo preço, não beneficiando dos preços mais baixos que resultariam do funcionamento concorrencial do mercado.

4. Qual o potencial impacto desta prática no consumidor e como é que este resulta prejudicado?

Qualquer operador económico deve determinar de maneira autónoma a política que pretende seguir no mercado, o que visa essencialmente garantir o livre funcionamento da concorrência e o bem-estar dos consumidores.

Um mercado concorrencial permite aos consumidores a obtenção de preços mais baixos, maior qualidade dos bens e serviços transacionados, maior leque de escolha entre os produtos que oferecem melhor relação qualidade-preço, mais inovação e ainda o reforço da competitividade externa dos seus intervenientes.

Esta forma de coordenação de comportamentos no mercado – como, aliás, qualquer outra forma de colusão entre concorrentes – compreende um elevado grau de nocividade para a concorrência, na medida em que provoca redução na produção, divisão no mercado e subidas de preços, conduzindo à má repartição de recursos em prejuízo dos consumidores.

5. Se as práticas ocorrem desde 2007, por que razão a AdC só agora a sanciona? É difícil detetar este tipo de prática?

As práticas de cartel, ou equivalentes, são tipicamente secretas e, por conseguinte, difíceis de comprovar. Durante a investigação ficou provado que os agentes envolvidos tinham consciência do ilícito praticado, tendo-se detetado inclusive comunicações com apelo à destruição de prova.

Durante as diligências de busca e apreensão que a AdC efetuou em 2017 a mais de 40 instalações da grande distribuição e fornecedores em todo o país, foi apreendida prova desta prática e verificou-se que, nos presentes casos, esta recuava a 2007.

Essas diligências deram origem à abertura de mais de uma dezena de processos pela AdC. A acusação nestes casos (notas de ilicitude) foram proferidas em 2019 e as respetivas decisões condenatórias em 2020, apesar da elevada litigância das empresas na fase administrativa do processo.

6. Qual a consequência para as empresas do envolvimento neste tipo de prática?

Quando resulta demonstrado o envolvimento neste tipo de prática, como aconteceu nos processos agora decididos pela AdC, tal constitui uma contraordenação punível com coima, não podendo esta exceder 10% do volume de negócios realizado por cada empresa visada no exercício imediatamente anterior à decisão final condenatória.

As coimas a aplicar são decididas tendo por base a Lei da Concorrência e as [Linhas de Orientação para a Aplicação de Coimas](#).

A AdC determinou ainda a cessação imediata da prática por parte de todas as empresas visadas.

7. Por que razão a AdC aplicou um cúmulo jurídico no pagamento das coimas a quatro das visadas?

A Lei determina que quando alguma das visadas tenha praticado mais do que uma infração antes de se tornar definitiva a condenação (trânsito em julgado) por qualquer delas, a coima a aplicar – o chamado cúmulo jurídico – tem de ter em conta essa pluralidade de infrações.

Não se trata de somar as coimas parcelares aplicáveis, mas de encarar e sancionar o conjunto das infrações numa perspetiva global.

Nos dois casos agora decididos, as quatro visadas em causa participaram ativamente em ambas as infrações, pelo que as coimas em cúmulo que lhes foram aplicadas refletem essa pluralidade de ilícitos.

8. Adicionalmente à condenação, a AdC impôs a cessação imediata da prática. Como é que a AdC impõe a cessação desta prática?

No caso de não acatamento da decisão de conduta de cessação da prática, a AdC pode aplicar sanção pecuniária compulsória, num montante não superior a 5% da média diária do volume de negócios da empresa no ano imediatamente anterior à decisão, por dia de atraso, a contar da data da notificação.

Uma vez declarada a existência de uma prática restritiva da concorrência pela AdC, esta decisão pode ser acompanhada de admoestação ou da aplicação de coimas e demais sanções previstas na lei e, sendo caso disso, da imposição de medidas de conduta ou de carácter estrutural que sejam indispensáveis à cessação da prática restritiva da

concorrência ou dos seus efeitos. Tal aconteceu nestes casos, uma vez que não é possível excluir que a prática se mantenha.

Lisboa, 21 de dezembro de 2020

