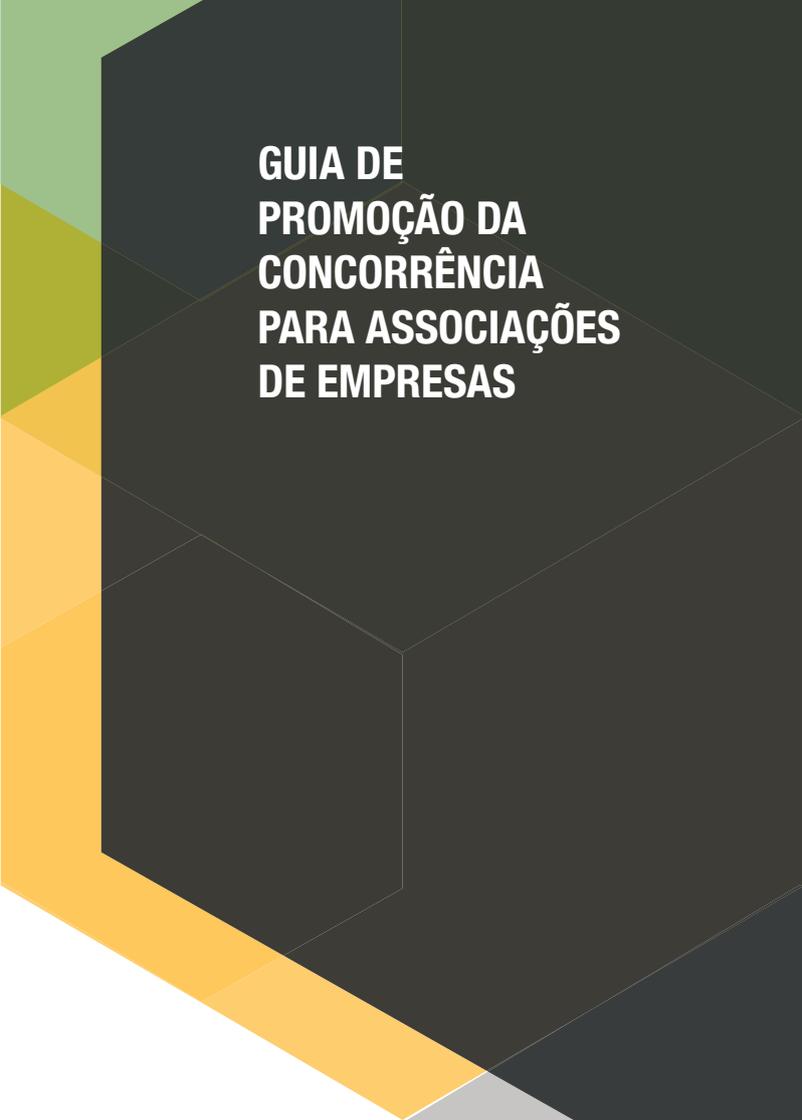




# **GUIA PARA ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS**

**Com concorrência,  
todos ganhamos.**



**GUIA DE  
PROMOÇÃO DA  
CONCORRÊNCIA  
PARA ASSOCIAÇÕES  
DE EMPRESAS**

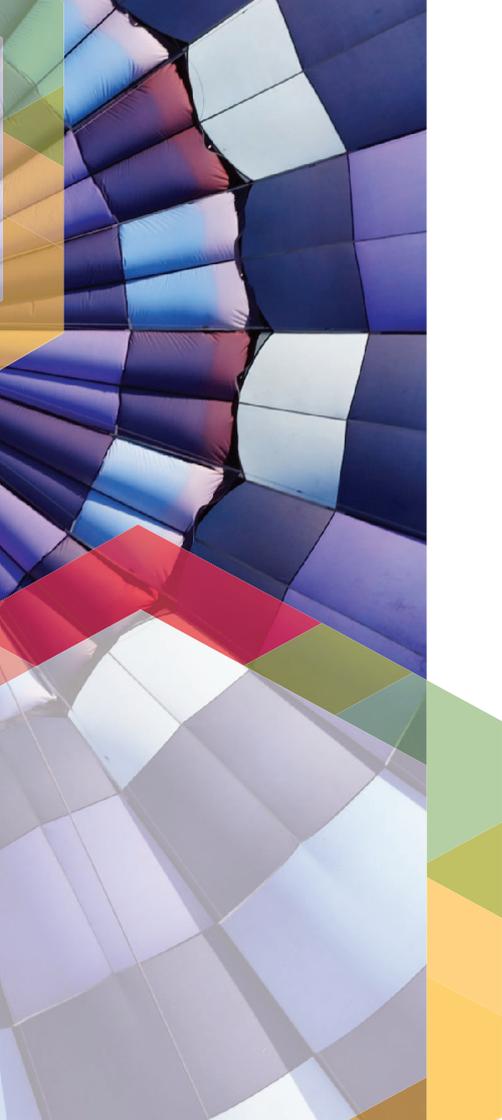
■ Apresentação	4
■ As associações de empresas e o Direito da Concorrência	6
■ Formas mais comuns de infração ao Direito da Concorrência	9
▶ Decisões e recomendações de preços, de repartição de mercados e de outras condições comerciais	10
▶ Boicotes	17
▶ Troca de informação entre empresas associadas	18
▶ Uniformização	25
▶ Contratos-tipo	25
▶ Publicidade	26
■ Consequências da infração ao Direito da Concorrência	27
■ Boas práticas	29

# APRESENTAÇÃO ◀

As associações de empresas desempenham uma missão primordial na representação, defesa, promoção e apoio às empresas, assumindo um papel fundamental na dinamização da economia portuguesa. Geralmente organizadas por zona geográfica ou por setor de atividade, as associações de empresas constituem, por isso, um meio de defesa de interesses comuns das empresas.

No entanto, as associações de empresas e os seus associados devem estar alerta para decisões ou comportamentos adotados no seu seio que podem passar a fronteira da legalidade e constituir infrações à Lei da Concorrência. As associações de empresas são particularmente vulneráveis a infrações às regras de concorrência quando reúnem sob a sua égide todos ou grande parte dos concorrentes em determinado setor de atividade. Com efeito, as decisões de associações de empresas suscetíveis de alterar o livre funcionamento do mercado, quando promovam ou facilitem a uniformização do comportamento dos seus associados e de eventuais terceiros, podem violar a Lei da Concorrência.





A Autoridade da Concorrência (AdC) tem por missão assegurar o respeito pelas regras de promoção e defesa da concorrência, tendo como preocupação fundamental garantir a autonomia comercial das empresas e o livre jogo concorrencial, no interesse da maximização do bem-estar dos consumidores e da competitividade da economia.

Neste contexto, algumas associações de empresas foram condenadas pela AdC pela adoção de decisões anticoncorrenciais, devendo as associações evitar interferir na autonomia comercial dos seus associados.

Por essa razão, a AdC entende como útil e pertinente alertar as associações de empresas, os seus órgãos dirigentes, os seus órgãos de fiscalização e respetivos membros, bem como as empresas suas associadas para o modo de evitar infrações à Lei da Concorrência.

Assim, apresentamos este Guia, especialmente dedicado às associações de empresas, com o objetivo de proporcionar um meio de esclarecimento e uma orientação no desenvolvimento das suas atividades em matérias em que é aplicável a Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (Lei da Concorrência).

# AS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS E O DIREITO DA CONCORRÊNCIA

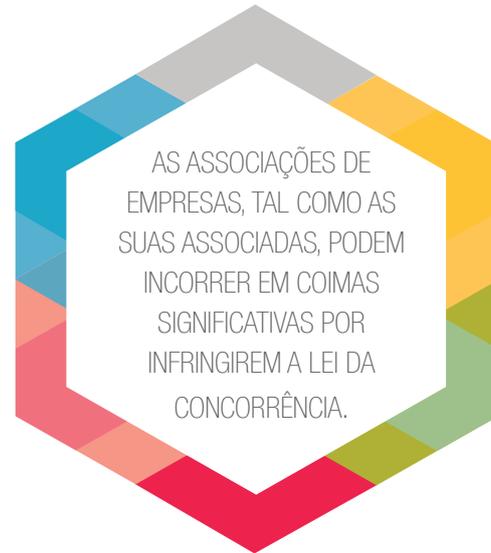


## COMO AJUDA ESTE GUIA AS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS?

Este guia tem por objetivo dar a conhecer às associações de empresas e às suas associadas as decisões ou comportamentos a evitar, de forma a assegurar o respeito pelas regras de concorrência, bem como os riscos que enfrentam em caso de infração à Lei da Concorrência.

## QUAIS OS BENEFÍCIOS DA CONCORRÊNCIA?

As regras de concorrência visam garantir o funcionamento eficiente dos mercados, a afetação ótima dos recursos e os interesses dos consumidores. A concorrência incentiva a eficiência e a inovação das empresas, amplia a escolha dos consumidores, contribui para reduzir os preços e melhorar a qualidade da oferta.



## **A LEI DA CONCORRÊNCIA APLICA-SE ÀS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS OU APENAS ÀS EMPRESAS?**

A Lei da Concorrência aplica-se tanto às empresas como às associações de empresas. Importa notar que as ordens profissionais são consideradas associações de empresas para efeitos da Lei da Concorrência.

## **O QUE DEVEM AS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS TER EM CONTA PARA NÃO INFRINGIR A LEI DA CONCORRÊNCIA?**

As associações de empresas assumem um importante papel enquanto representantes dos interesses das empresas perante poderes e instituições públicos e privados e exercem funções de autorregulação na definição de boas práticas e de padrões de qualidade.

O facto de as associações agregarem os concorrentes de um deter-

minado setor, não é, em si mesmo, restritivo da concorrência. No entanto, as associações de empresas, ao constituírem fóruns de encontro entre empresas concorrentes e de defesa dos respetivos interesses, têm de estar cientes que as suas decisões e iniciativas podem ser restritivas da concorrência caso viabilizem ou promovam a coordenação do comportamento estratégico das empresas, interferindo com o livre jogo da concorrência e com a autonomia dos agentes económicos.

As associações de empresas devem ter em conta que existem determinadas práticas que são contrárias à Lei da Concorrência e que não podem ser adotadas sob pena de subverter a missão das associações, de comprometer a eficiência dos mercados, a autonomia dos agentes económicos e o livre jogo da concorrência. Os exemplos constantes deste guia pretendem oferecer orientação às associações de empresas em matéria de práticas proibidas pela Lei da Concorrência, não pretendendo constituir uma lista exaustiva da prática decisória e da jurisprudência aplicáveis.

**A Lei da Concorrência proíbe que as associações de empresas, através dos seus estatutos ou das suas iniciativas, instituíam limitações à liberdade de atuação dos seus associados ou potenciem a sua concertação.**

### **O QUE SÃO “DECISÕES DE ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS” PARA EFEITOS DO DIREITO DA CONCORRÊNCIA?**

As decisões de associações de empresas são puníveis nos termos da Lei da Concorrência, por constituírem formas institucionalizadas de cooperação entre os associados, que visam orientar o seu comportamento comercial.

As decisões tanto podem abranger normas dos estatutos ou regulamentos internos das associações, como decisões ou recomendações adotadas ao abrigo dessas normas.

Estas decisões e recomendações não têm de ser vinculativas ou obrigatórias para os associados, podendo manifestar-se através dos mais diversos meios: boletins informativos, circulares, cartas, mensagens de correio eletrónico, declarações a meios de comunicação social por representantes dos órgãos dirigentes, entre outros.

### **UMA DECISÃO DE UMA ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS PODE SER SANCIONADA PELA AdC?**

Caso a AdC venha a determinar a existência de uma decisão de associação de empresas que seja restritiva da concorrência, a associação será sancionada, sendo responsável pelo pagamento da coima aplicada.

As pessoas singulares que desempenhem funções de direção ou de fiscalização da atividade da associação poderão, de igual modo, ser sancionadas, sendo responsáveis, a título individual, pelo pagamento da coima aplicada.

As empresas cujos representantes, ao tempo da infração, eram membros dos órgãos diretivos de uma associação de empresas que seja condenada por uma prática restritiva da concorrência e que seja objeto de uma coima, são solidariamente responsáveis pelo pagamento da mesma, exceto se tiverem manifestado por escrito a sua oposição à decisão que constitui a infração ou da qual a mesma resultou.

# FORMAS MAIS COMUNS DE INFRAÇÃO AO DIREITO DA CONCORRÊNCIA



As decisões e recomendações de preços, de repartição de mercados e de outras condições comerciais, os boicotes, a troca de informação entre empresas associadas, a uniformização de especificações, os contratos-tipo e a publicidade, na medida em que possam influenciar a definição autónoma por parte das empresas da respetiva política comercial, são suscetíveis de infringir a Lei da Concorrência.



**Cada empresa deve determinar de modo autónomo a sua política comercial, assim gerando imprevisibilidade/concorrência no mercado.**



**É problemática qualquer iniciativa que reduza a liberdade individual de definição da política comercial dos concorrentes.**



## **DECISÕES E RECOMENDAÇÕES DE PREÇOS, DE REPARTIÇÃO DE MERCADOS E DE OUTRAS CONDIÇÕES COMERCIAIS**

A AdC considera como particularmente graves as decisões e recomendações de associações de empresas que sejam suscetíveis de limitar a liberdade das empresas de determinar autonomamente a sua política comercial.

Sempre que uma associação assuma uma posição que possa influenciar a autonomia dos seus membros, designadamente a nível de fixação de preços, de divisão de mercados ou na definição de outras condições comerciais relevantes, poderá, através da sua atuação, suscitar a intervenção da AdC. Estas decisões impedem a fixação de preços mais competitivos, reforçando obstáculos à entrada no mercado e privando o consumidor da possibilidade de escolha e de negociação na aquisição de bens e serviços ao melhor preço.

Decisões e recomendações de preços, de repartição de mercados e de outras condições comerciais, na medida em que afetam a autonomia das empresas e condicionam a oferta e a liberdade de escolha dos consumidores, são proibidas pela Lei da Concorrência.

- ▶ **A fixação de um preço por uma associação de empresas, mesmo que meramente indicativo ou recomendado, considera-se restritivo da concorrência, uma vez que é suscetível de influenciar a política comercial dos associados, permitindo-lhes prever com razoável grau de certeza qual será a política comercial dos seus concorrentes.**
- ▶ **A criação, por parte de uma associação de empresas, de condições que permitam aos seus associados a repartição entre eles de mercados geográficos, de produtos ou de clientes, considera-se restritiva da concorrência, porquanto tal repartição condiciona a oferta e a liberdade de escolha dos consumidores, podendo ainda refletir-se no nível de preços praticados.**

## ORDEM DOS MÉDICOS DENTISTAS E ORDEM DOS MÉDICOS VETERINÁRIOS

Em 2005 a AdC condenou a Ordem dos Médicos Dentistas pela imposição de preços mínimos na prestação de serviços médicos dentários através da sua Tabela de Honorários e do respetivo Código Deontológico.

No mesmo ano, a AdC condenou igualmente a Ordem dos Médicos Veterinários pela definição e imposição aos médicos veterinários, em regime liberal, de tabelas de preços mínimos de acordo com normas constantes do seu Código Deontológico, tendo a Ordem nesse contexto enviado uma circular aos seus membros. Estas tabelas de honorários e preços designavam o tipo de intervenção ou serviço a prestar pelos médicos dentistas e veterinários, bem como os preços mínimos e máximos de cada intervenção. Caso os médicos dentistas e veterinários não as cumprissem incorriam em sanções disciplinares, que poderiam determinar a aplicação de sanções pecuniárias ou mesmo da sanção de expulsão.

A AdC considerou que as tabelas adotadas pelas ordens configuravam uma decisão de associação de empresas e restringiam a concorrência porquanto obstavam à formação do preço dos serviços de medicina dentária e veterinária pelo livre jogo do mercado.

Pelas infrações foram aplicadas coimas a ambas as ordens.



## ASSOCIAÇÃO DOS AGENTES DE NAVEGAÇÃO DE PORTUGAL (AGEPOR)

A AGEPOR foi outra das associações de empresas objeto de uma condenação pela AdC, devido à prática de fixação de preços através da elaboração, aprovação e publicação de tabelas de preços máximos dos serviços prestados pelos agentes de navegação. A AGEPOR representava mais de 80% dos Agentes de Navegação a operar nos principais portos nacionais (Sines, Lisboa, Aveiro, Leixões, Viana do Castelo, Figueira da Foz, Açores e Setúbal).

As tabelas de preços máximos aprovadas pela AGEPOR foram seguidas não só pelos seus associados mas igualmente por agentes de navegação não associados. Em decorrência da divulgação das tabelas pela AGEPOR, que as distribuía aos seus associados, os preços praticados eram em muitos casos coincidentes, ao cêntimo, em relação às tabelas da associação que, no período em causa, constituíram uma referência para todas as empresas do setor.

Num dos casos detetados pela AdC, o preço do serviço “assistência à tripulação”, praticado por um não associado, subiu de 4.99€ para 106€, preço cerca de 21 vezes superior, por alinhamento com o estabelecido na tabela da AGEPOR.

Em 2005 a AdC considerou que a AGEPOR procurou influenciar a livre fixação dos preços no mercado, inibindo os agentes de navegação de fixarem autonomamente os seus preços. Pela infração foi aplicada uma coima à AGEPOR.

## ORDEM DOS MÉDICOS

A Ordem dos Médicos foi condenada pela AdC em 2006 pela imposição de preços máximos e mínimos nos serviços prestados pelos médicos no exercício da sua atividade em regime independente.

A fixação pela Ordem dos Médicos da Tabela de Honorários resultou da conjugação do Código Deontológico, do Código de Nomenclatura e do Regulamento dos Laudôs, tendo para tanto sido invocada a necessidade de garantia da qualidade dos atos médicos e a defesa da dignidade da profissão médica. A este respeito salientou o Tribunal de Comércio de Lisboa (Sentença de 09.03.2001) que: *“A promoção da dignidade de qualquer profissão liberal não passa seguramente pela atribuição de honorários mínimos e muito menos pela sua consagração no respetivo código deontológico”*.

A AdC considerou que a fixação do valor dos honorários pela Ordem restringiu a concorrência ao permitir aos médicos prever com um grau de certeza razoável, a política de preços dos seus concorrentes, sobretudo, na medida em que o desvio dos valores de honorários fixados era suscetível de ser sancionado. Pela infração foi aplicada à Ordem dos Médicos uma coima.

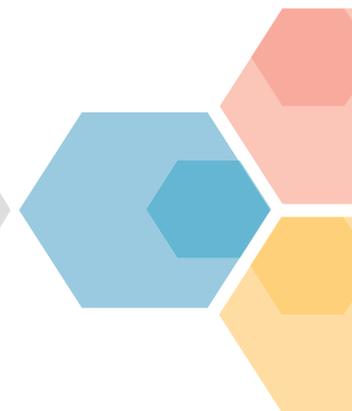
Na pendência do processo, o Conselho Nacional Executivo da Ordem dos Médicos decidiu revogar as disposições em causa, facto que foi tido em conta para efeitos de cálculo da coima.

## ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EMPRESAS DE PARQUES DE ESTACIONAMENTO (ANEPE)

Mais recentemente, em 2010, a AdC condenou a ANEPE pela adoção de um conjunto de recomendações com o objetivo de determinar a política de preços das empresas associadas nos parques de estacionamento por si geridos ou explorados.

A ANEPE comunicou às suas associadas que o fracionamento dos preços de estacionamento em períodos de quinze minutos, definido no Decreto-Lei n.º 81/2006, de 20 de abril, que estabelece o regime relativo às condições de utilização dos parques e zonas de estacionamento, teria como consequência a perda de receita para as empresas. Neste contexto, recomendou que passasse a ser aplicado um “preço de ingresso” (ou seja, um montante fixo a pagar pelo utilizador, pela entrada no parque de estacionamento), a acrescentar à primeira fração de 15 minutos de estacionamento, juntamente com um aumento do preço de 2,5%, ou, em alternativa, um aumento do preço de 15%.

A AdC considerou que, com esta recomendação, a ANEPE procurou assegurar que as suas associadas, na alteração dos respetivos preços (unilateralmente ou por acordo com as entidades concedentes), aplicavam critérios e pressupostos idênticos, conduzindo à fixação de “preços de ingresso” nos parques de estacionamento, ou ao aumento dos preços aplicáveis. A AdC aplicou uma coima à ANEPE pela infração.



## SINDICATO NACIONAL DE ATIVIDADE TURÍSTICA, TRADUTORES E INTÉRPRETES (SNATTI)

Também o SNATTI foi condenado em 2010 pela AdC devido à prática de fixação de preços através da aprovação e divulgação de tabelas de preços para os profissionais de informação turística.

As tabelas eram aprovadas em Assembleia Geral do SNATTI e eram posteriormente objeto de comunicado dirigido aos filiados e às agências de viagem. A esse comunicado era, frequentemente, junta uma lista de profissionais que haviam “subscrito” as tabelas. O SNATTI reconheceu, no processo, que continuou “durante 10 anos a promover a emissão de tabelas, votadas em Assembleia Geral e divulgadas junto da classe e agências de viagens”.

A AdC considerou que a aprovação e divulgação das tabelas teve por efeito a redução da concorrência entre as empresas filiadas, beneficiando-as economicamente e impedindo a livre determinação dos preços de mercado.

A prática mereceu a aplicação de uma coima.

## ORDEM DOS TÉCNICOS OFICIAIS DE CONTAS (OTOC)

Em 2010, a AdC condenou a Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas (OTOC) por ter efetuado uma segmentação artificial do mercado da formação obrigatória para o exercício da atividade de Técnico Oficial de Contas através da aprovação e publicação do Regulamento de Formação de Créditos.

A AdC considerou que, através deste regulamento, a OTOC efetuou uma segmentação artificial do mercado de formação, reservando-se o exclusivo da prestação de um terço da formação obrigatória e estipulando critérios pouco claros e transparentes, assentes na sua discricionariedade, para a admissão de outras entidades formadoras e para a aprovação das respetivas ações de formação. Desta forma, a OTOC criou injustificadas barreiras à entrada no mercado da formação obrigatória para o exercício da atividade de Técnico Oficial de Contas, em que ela própria atuava como entidade formadora.

Por esta infração foi aplicada à OTOC uma coima. Atendendo a que a infração ainda se mantinha em vigor à data da decisão, a AdC ordenou à OTOC que, no prazo de 90 dias a contar do trânsito em julgado da decisão, adotasse as providências indispensáveis à cessação dessas práticas e dos seus efeitos, aplicando-lhe, para o efeito, sanção pecuniária compulsória no quantitativo de 500 euros por cada dia de atraso, caso a OTOC não acatasse a decisão da AdC. Atenta a gravidade da infração praticada, a AdC condenou ainda a OTOC à publicação de um extrato da decisão, em Diário da República e em jornal de expansão nacional!

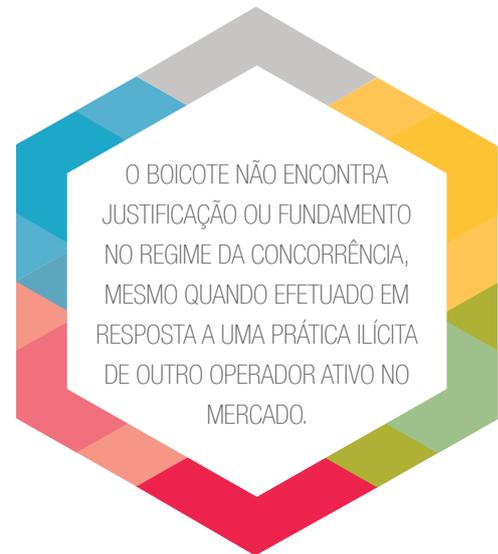


## BOICOTES

O boicote ou a recusa coletiva de bens ou serviços como forma de pressão e de restrição da liberdade individual de um operador de mercado, seja fornecedor, cliente ou concorrente, constitui uma das práticas restritivas da concorrência com um efeito mais nocivo no mercado.

O boicote pode assumir várias formas mas, em termos gerais, traduz uma posição concertada das empresas associadas que visa prejudicar diretamente outro operador, restringindo a sua liberdade de atuação.

Estas situações devem ser objeto de denúncia à AdC e não de resposta igualmente ilícita por parte das associações de empresas.



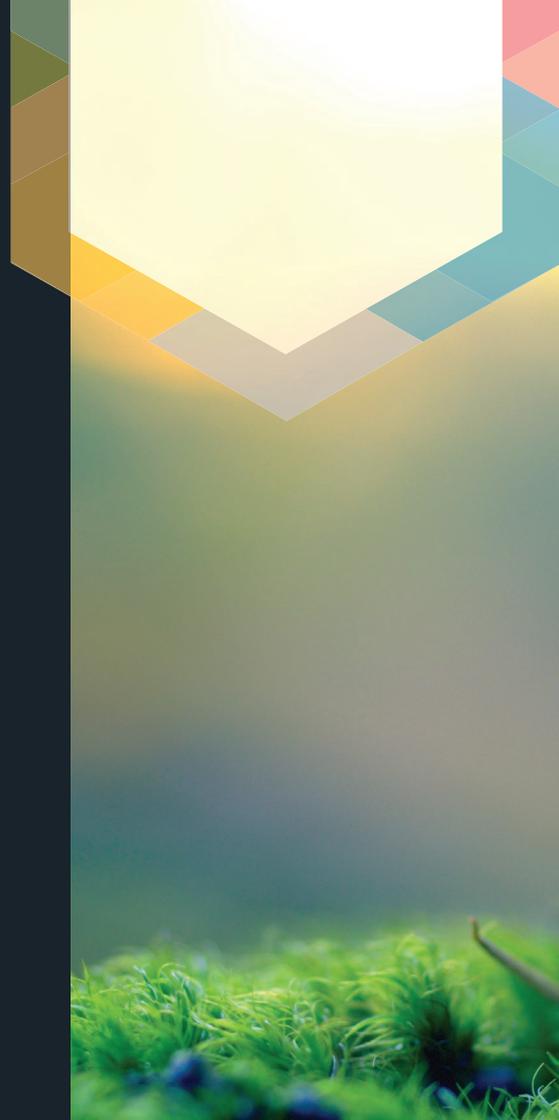
## TROCA DE INFORMAÇÃO ENTRE EMPRESAS ASSOCIADAS

No âmbito da atividade das associações de empresas, poderão ocorrer iniciativas que visam promover a troca de informação entre as empresas associadas e entre estas e a associação, consubstanciadas na recolha de informação de interesse comum relativa à indústria e sua posterior divulgação entre os seus membros que, desta forma, a obtêm de forma mais rápida e eficiente do que se procurassem obtê-la de forma individual.

A título de exemplo, poderá ser recolhida e divulgada informação sobre o funcionamento geral do setor, sobre a atividade económica, incluindo circulares, boletins, relatórios estatísticos, bases de dados.

Sucedem, porém, que a troca de informação realizada no seio de uma associação de empresas pode suscitar problemas de concorrência.

Com efeito, dependendo do tipo, atualidade, nível de agregação, características do mercado e forma em que a informação é partilhada e divulgada, a troca de informação poderá ser anticoncorrencial.



## Tipo, atualidade e nível de agregação

Entre as informações que são suscetíveis de ser proibidas pelo direito da concorrência incluem-se informações desagregadas ou individualizadas, comercialmente sensíveis ou informações estratégicas, em particular, qualquer informação que possa reduzir a incerteza quanto ao comportamento futuro de um ou mais concorrentes, por exemplo a nível de preços, cotações de preços, promoções, descontos, comissões ou quaisquer outros fatores que concorram para a determinação de preços. O mesmo sucede com informações relativas a capacidade, produção, quotas de mercado ou informações sobre o estado de negociações com fornecedores ou clientes.

Se a informação é fundamental para a estratégia das empresas, e é normalmente reservada, ou se determina uma vantagem competitiva sobre as empresas concorrentes, a mesma não deve ser disponibilizada por uma associação ou ser trocada entre concorrentes. Mesmo que esta informação (ou parte dela) esteja no domínio público, a troca pode ainda assim reduzir a incerteza estratégica entre os operadores que a trocam ou que à mesma têm acesso através de uma associação.

- ▶ **Verifica-se uma presunção de efeitos anticoncorrenciais quando as informações trocadas respeitam ao preço futuro ou à quantidade futura de um determinado produto ou serviço. O intercâmbio de informações relativas a preços ou dados de produção atuais, ou relativamente recentes, é também suscetível de violar as regras de concorrência.**
- ▶ **A troca de informação dita estratégica e comercialmente sensível, como, por exemplo, informações individualizadas sobre a política de preços de cada associada, do seu volume de vendas ou da sua produção, da sua estrutura de custos ou planos de comercialização, é usualmente considerada restritiva da concorrência.**
- ▶ **Quanto mais recente e maior o nível de desagregação da informação trocada, maior o potencial efeito restritivo da concorrência no mercado.**



## Características do mercado

A legalidade de uma prática de intercâmbio de informações irá depender não apenas da natureza das informações trocadas, mas igualmente do contexto em que as mesmas são trocadas, em particular, face às características dos mercados em que ocorrem.

Assim, a troca de informações em mercados concentrados, envolvendo produtos que não são particularmente complexos e em que as quotas de mercado das empresas são relativamente estáveis e simétricas será mais suscetível de constituir uma prática anticoncorrencial.

## Forma

No que respeita à forma que assume a troca de informação, note-se que a mesma pode ser proibida pelo direito da concorrência mesmo que a divulgação de informações assuma caráter informal e não recíproco, ou que seja efetuada através de anúncios públicos.

Com efeito, o Direito da Concorrência pode presumir a existência de um comportamento coordenado restritivo da concorrência quando uma empresa, individualmente, ou através de uma associação de empresas, solicita ou recebe informações estratégicas ou sensíveis de empresas concorrentes, mesmo que tal divulgação assuma a forma de anúncios públicos ou seja publicamente divulgada pela respetiva associação.

# PREOCUPAÇÕES CONCORRENCIAIS

## TROCA DE INFORMAÇÃO

### RISCO MODERADO

CONTEÚDO  
ATUALIDADE  
AGREGAÇÃO  
COBERTURA  
ALVO



PROBABILIDADE **REDUZIDA** DE  
CONSTITUIR ILÍCITO CONCORRENCIAL

### RISCO ELEVADO

Preços / quantidades /  
capacidade  
Recente/futura  
Desagregada  
Grande parte  
Privada



**FORTE** PROBABILIDADE DE  
CONSTITUIR ILÍCITO CONCORRENCIAL

Por princípio, as associações de empresas devem assumir especial cautela relativamente às discussões que promovem, ou que permitem que as suas associadas desenvolvam, também no contexto das reuniões realizadas no seio das associações.

As empresas devem centrar as suas discussões, tanto dentro como fora de reuniões formais ou outros eventos promovidos pelas associações, em matérias que não restrinjam a liberdade comercial e a atuação autónoma de cada uma dessas empresas. Devem, igualmente, ponderar com prudência as vantagens e riscos da respetiva participação nas atividades associativas.

Também as associações deverão centrar as suas reuniões em matérias que não restrinjam a liberdade comercial e estratégica das empresas suas associadas, não facilitem o encerramento do mercado ou a exclusão de empresas concorrentes e não reduzam a respetiva incerteza em matéria de negociações e atuação comercial.





Deste modo, os participantes nas reuniões deverão expressamente abster-se de qualquer discussão sobre preços, capacidade, produção, quotas de mercado e / ou negociações com clientes comuns ou fornecedores, bem como de discutir e divulgar informações gerais sobre os seus negócios e estratégias comerciais individuais, mesmo que de forma mais agregada ou de cariz genérico. Com efeito, semelhante troca de informação estratégica, promovida pelas associações, pode facilitar o acordo ou a concertação de práticas entre associadas concorrentes, sendo considerada uma forma de fixação de preços e de outras condições comerciais ou de repartição de mercados, proibidos pela Lei da Concorrência.

Caso surjam tópicos ou condutas que possam levar a uma troca de informações comerciais sensíveis entre empresas concorrentes, com ou sem o envolvimento da associação, que potenciem a redução da incerteza estratégica no mercado, deve ser a respetiva discussão ou prática imediatamente interrompida, registando-se a ocorrência, e procurando aconselhamento que permita garantir o cumprimento da lei.

## ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS DE PANIFICAÇÃO DE LISBOA (AIPL)

A AdC condenou a AIPL pela prática de uma infração de troca de informação sobre preços, tendo concluído que esta associação, entre 2002 e 2005, desenvolveu um sistema de troca de informações sobre preços de venda de pão ao público com as suas associadas. Com tal conduta, a AIPL promoveu a distorção do livre funcionamento do mercado da venda de pão ao consumidor final, num setor fundamental como o dos bens alimentares essenciais.

A AIPL solicitava e obtinha informação sobre preços praticados pelas empresas suas associadas, através do pedido das tabelas de preços do pão, praticadas e a praticar pelas mesmas, o que, motivado pela difusão da informação pela associação, permitiria às empresas associadas aceder a essa informação. Tais solicitações indicavam expressamente quais os objetivos da associação em obter a informação em causa, como seja a necessidade de controlar e monitorizar os preços praticados e orientar o setor da panificação.

Os preços praticados pelas empresas associadas apresentaram uma evolução anual, em média, 1% superior à média da evolução do preço do pão a nível nacional, a qual era já, segundo os dados estatísticos disponibilizados pelo INE, das mais elevadas a nível dos produtos alimentares. Pela infração foi aplicada à AIPL uma coima.

## UNIFORMIZAÇÃO

As associações de empresas podem ser chamadas, por razões de eficiência, de garantia de qualidade ou ainda de segurança, a definir requisitos técnicos ou qualitativos que terão de ser cumpridos pelas suas associadas relativamente aos produtos ou serviços que oferecem no mercado.

Não obstante, são proibidos pela Lei da Concorrência a definição de requisitos de uniformização que introduzam restrições desnecessárias à concorrência, por exemplo, na medida em que criem obstáculos à entrada de novos concorrentes ou comprometam a inovação.

## CONTRATOS-TIPO

A utilização de contratos-tipo por parte de empresas concorrentes no mercado são contrários aos princípios subjacentes à economia de mercado, que pressupõe a liberdade de contratação e a definição pelas empresas da sua política comercial.

A imposição por associações de empresas de contratos-tipo pode comprometer a liberdade de atuação e de contratualização das empresas associadas ao promover a sua concertação e o alinhamento do seu posicionamento estratégico no mercado.

Deste modo, a adoção de contratos-tipo pelas empresas num determinado mercado reduz a capacidade dos consumidores para escolher entre diferentes ofertas, no que respeita ao preço, à qualidade, bem como a outras condições comerciais. A imposição ou recomendação da utilização generalizada destes contratos consideram-se, em geral, contrárias à Lei da Concorrência, exceto se os benefícios decorrentes da respetiva utilização forem superiores aos efeitos nocivos que a mesma pode encerrar.

## PUBLICIDADE

As iniciativas publicitárias por parte das associações de empresas podem ser benéficas para os consumidores e para a concorrência ao permitirem um melhor conhecimento do mercado, dos seus operadores, das características dos produtos e/ou serviços.

Contudo, as práticas publicitárias que possam constituir um veículo para a concertação entre empresas ou que possam restringir a própria liberdade das associadas, no que respeita à promoção da sua atividade, dos seus produtos e/ou serviços são contrárias à Lei da Concorrência.

- ▶ **Uma campanha publicitária lançada por uma associação de empresas que promova a recomendação ou que facilite a concertação no que respeita a preços e/ou outras condições comerciais, bem como instigue ao boicote ou favoreça a repartição de mercados, é restritiva da concorrência.**



# CONSEQUÊNCIAS DA INFRAÇÃO DO DIREITO DA CONCORRÊNCIA



## **A AdC PODE DECLARAR NULAS AS DECISÕES DAS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS?**

A Lei da Concorrência considera nulas, i.e., desprovidas de quaisquer efeitos jurídicos, as decisões das associações de empresas, bem como os acordos entre empresas, que sejam tidos como restritivos da concorrência.

## **QUE COIMAS PODEM SER APLICADAS POR INFRAÇÕES DAS ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS À LEI DA CONCORRÊNCIA?**

Uma associação de empresas que seja condenada por infringir a Lei da Concorrência será responsável pelo pagamento de uma coima até 10% do volume de negócios agregado das empresas associadas. A título de sanção acessória, a associação poderá ainda ver publicada no Diário da República e num jornal de maior circulação nacional, regional ou local, um extrato da decisão pela qual foi condenada.

As empresas cujos representantes, ao tempo da infração, eram membros dos órgãos diretivos de uma associação de empresas, são solidariamente responsáveis pelo pagamento da coima, exceto se, por escrito, tiverem lavrado a sua oposição à decisão que constitui a infração ou da qual a mesma resultou.



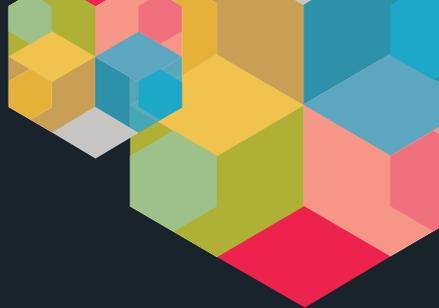
## **OS TITULARES DOS ÓRGÃOS DIRIGENTES E DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS PODEM SER RESPONSABILIZADOS?**

Os titulares dos órgãos dirigentes e dos órgãos de fiscalização da associação poderão ser responsabilizados pela prática restritiva da concorrência quando tenham atuado, em nome e no interesse coletivo da associação ou, quando conhecendo ou devendo conhecer a prática da infração, não adotem as medidas adequadas para lhe por termo imediatamente.

## **QUAL A COIMA APLICÁVEL AOS TITULARES DOS ÓRGÃOS DIRIGENTES E DOS ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO?**

A coima aplicável aos titulares dos órgãos dirigentes e dos órgãos de fiscalização da associação pode ascender a 10% da sua remuneração anual bruta.

# BOAS PRÁTICAS



## ASSOCIAÇÕES DE EMPRESAS

- ✓ Seja transparente nos assuntos cuja discussão promove entre os associados.
- ✗ Não divulgue entre os associados informação desagregada que permita aceder aos dados individuais dos outros associados.
- ✓ Se pretender divulgar elementos estatísticos, divulgue dados históricos e agregados.
- ✗ Não divulgue tabelas ainda que indicativas de preços e condições comerciais.
- ✓ Privilegie a divulgação alargada a associados e público em geral.
- ✗ Não comprometa os interesses dos seus associados facilitando e promovendo a sua concertação.

## EMPRESAS

- ✓ Tenha presente que as associações servem para acautelar os seus interesses, mas não para promover a concertação entre concorrentes.
- ✓ Tenha cuidado com a informação que é divulgada, discutida e veiculada nas reuniões promovidas pela associação.
- ✗ Não discuta assuntos de natureza estratégica e comercialmente sensível nas reuniões da associação.
- ✗ Não se deixe levar por iniciativas com o carimbo oficial da associação que ponham em risco a sua autonomia enquanto operador independente.
- ✓ Pugne pela transparência e peça o registo em ata de todos os pontos discutidos nas reuniões da associação.
- ✓ Se exercer um cargo na associação, proteja-se e manifeste por escrito a sua discordância e oposição a eventuais decisões da associação contrárias ao Direito da Concorrência.
- ✓ Denuncie à Autoridade da Concorrência quaisquer decisões das associações de empresas que sejam contrárias ao Direito da Concorrência.



AUTORIDADE DA  
**CONCORRÊNCIA**

Av. de Berna, n.º 19  
1050-037 Lisboa

217 902 000

217 902 099

[adc@concorrenca.pt](mailto:adc@concorrenca.pt)

[concorrenca.pt](http://concorrenca.pt)



**AUTORIDADE DA  
CONCORRÊNCIA**  
concorrencia.pt



**FAIR PLAY.**  
Com concorrência  
todos ganhamos.