

2.º CICLO DE ESTUDOS EM DIREITO
CIÊNCIAS JURÍDICO-ECONÓMICAS

Os contratos de distribuição e o seu novo enquadramento jusconcorrencial: o regime do Regulamento (UE) 2022/720

Lucas Filipe Correia Henrique

M

2023

Dissertação apresentada à Faculdade de Direito da Universidade do Porto para obtenção do grau de Mestre em Direito (Especialização em Ciências Jurídico-Económicas), sob a orientação do Professor Doutor José António do Carmo da Silva Sá dos Reis



AGRADECIMENTOS

*À Família de Portimão,
Às Amizades de Coimbra,
Ao Professor Doutor José Reis.*

RESUMO

A presente dissertação focar-se-á na temática dos contratos de distribuição e nos problemas que levantam, enquanto acordos verticais, ao nível do Direito da Concorrência, assim como as recentes soluções preconizadas pela União Europeia, no sentido de entender a simbiose existente entre a realidade económica subjacente àqueles contratos e o Direito da Concorrência.

Assim, importa antes de tudo, delimitar quais são contratos de distribuição e perceber em que medida estes acordos entre empresas são considerados como práticas comerciais restritivas da concorrência, abrangidas pelo âmbito de aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Neste sentido, procede-se à análise em pormenor da letra de um Regulamento de Isenção por Categoria, através do qual a Comissão vem solucionar os problemas levantados pelos contratos de distribuição, bem como a uma menção de específicas cláusulas inseridas naqueles contratos suscetíveis de restringir a concorrência, procurando-se estabelecer uma harmonização entre a figura contratual em estudo e as regras de defesa da concorrência.

PALAVRAS-CHAVE: Contratos de Distribuição; Restrição Vertical; Isenção por Categoria

ABSTRACT

This dissertation will focus on distribution contracts and the problems they raise, as vertical agreements, in terms of Competition Law, as well as the recent solutions advocated by the European Union, in order to understand the symbiosis between the economic reality underlying these contracts and Competition Law.

Thus, first of all it is important to delimit what are distribution agreements and to understand how these agreements between companies are considered commercial restrictive practices of competition, falling within the scope of article 101(1) TFEU.

In this sense, we proceed to a detailed analysis of the letter of a Block Exemption Regulation, through which the Commission solves the problems raised by distribution contracts, as well as to a mention of specific clauses inserted in those contracts that may restrict competition, seeking to establish a harmonization between the contractual figure under study and the antitrust rules.

KEYWORDS: Distribution Agreements; Vertical Restraints; Block Exemption

ÍNDICE

Introdução.....	7
I – Principais Contratos de Distribuição Comercial.....	8
1. Considerações Gerais Acerca dos Contratos de Distribuição Comercial	8
1.1 Breve Origem da Distribuição Comercial.....	8
1.2 Formas de Distribuição	9
2. Contrato de Agência.....	10
2.1 Noção	10
2.2 Elementos Definidores Essenciais	10
2.3 Regime Jurídico.....	11
3. Contrato de Concessão Comercial	13
3.1 Noção e Características	13
3.2 Regime Jurídico.....	14
4. Contrato de Franquia (<i>Franchising</i>).....	15
4.1 Noção e Características	15
4.2 Regime Jurídico.....	17
II – Práticas Comerciais Restritivas da Concorrência	17
1. Coligações entre Empresas.....	17
1.1 Acordos	18
1.2 Práticas Concertadas	19
1.3 Decisões de Associações de Empresas.....	19
2. Objeto ou Efeito da Restrição da Concorrência	20
3. Restrição Sensível da Concorrência	21
4. Isenção Individual e Isenção por Categoria	22
5. Abuso de Posição Dominante	23
6. Abuso de Dependência Económica.....	24
III – O Regulamento (UE) 2022/720 da Comissão de 10 de maio.....	25
1. Regulamentos de Isenção por Categoria para Acordos Verticais	25
1.1 Conteúdo e Atualizações do Regulamento (UE) 2022/720	26
1.2 Orientações da Comissão sobre Restrições Verticais de 2022.....	28
2. Âmbito de Aplicação do Regulamento	29
2.1 Aplicação do Regulamento aos Acordos Verticais	29
2.2 Limites à Aplicação do Regulamento	30

2.2.1 Associações de Empresas.....	30
2.2.2 Direitos de Propriedade Intelectual	30
2.2.3 Empresas Concorrentes	31
2.2.4 Prestação de Serviços de Intermediação em Linha	32
3. Condições de Aplicabilidade da Isenção por Categoria.....	33
3.1 Duplo Limiar de Quota de Mercado	33
3.2 Restrições que Eliminam o Benefício de Isenção por Categoria – “Restrições Graves”... ..	36
3.2.1 Imposição de Preços de Revenda	38
3.2.2 Restrições relacionadas com Sistemas de Distribuição Específicos	39
3.2.2.1 Distribuição Exclusiva	39
3.2.2.2 Distribuição Seletiva	41
3.2.2.3 Distribuição Livre	42
3.2.3 Restrições às Vendas Online	42
3.2.4 Restrições das Vendas de Peças Sobresselentes	43
3.3 Restrições Excluídas do Regulamento de Isenção por Categoria	44
3.3.1 Obrigações de Não Concorrência Durante a Vigência do Contrato.....	44
3.3.2 Obrigações de Não Concorrência Após o Termo do Contrato.....	45
3.3.3 Obrigações de Não Concorrência Impostas a um Sistema de Distribuição Seletiva	45
3.3.4 Obrigações de Paridade Retalhista entre Plataformas	46
4. Retirada da Isenção por Categoria e Não Aplicação do Regulamento	46
IV – Aplicação do artigo 101.º do TFUE aos Contratos de Distribuição	47
1. Condições de Aplicabilidade do artigo 101.º do TFUE	47
2. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Agência	49
3. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Concessão Comercial.....	51
4. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Franquia (<i>Franchising</i>)	52
Conclusão	55
Referências Bibliográficas	57
Jurisprudência Nacional Relevante	58
Jurisprudência Europeia Relevante	58
Decisões da Comissão Europeia	59
Legislação e Orientações Interpretativas da União Europeia.....	59

ABREVIATURAS

Ac. – Acórdão

BFD – Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra

CC – Código Civil

CEE – Comunidade Económica Europeia

Cfr. – Conforme

CIRE – Código da Insolvência e da Recuperação de Empresas

Comissão – Comissão Europeia

CPI – Código da Propriedade Industrial

CRP – Constituição da República Portuguesa

DUE – Direto da União Europeia

J.O. – Jornal Oficial da União Europeia

LCA – Lei do Contrato de Agência (Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho)

LCCG – Lei das Cláusulas Contratuais Gerais (Decreto-Lei n.º 446/85, de 25 de outubro)

LdC – Lei de Defesa da Concorrência (Lei n.º 19/2012, de 8 de maio)

N.º – Número

Op. Cit. – *Opus Citatum* (Obra Citada)

P(p). – Páginas

Proc.º – Processo

Rel. – Relator

S(s). – Seguintes

STJ – Supremo Tribunal de Justiça

TCE – Tratado da Comunidade Europeia

TFUE – Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia

TGUE – Tribunal Geral da União Europeia

TRL – Tribunal da Relação de Lisboa

UE – União Europeia

Vide – Veja-se

INTRODUÇÃO

“O contrato constitui, não apenas uma das mais importantes invenções do espírito humano e jurídico, como verdadeiramente uma instituição sem a qual as sociedades e economias modernas não seriam pensáveis, ou, pelo menos, não seriam como hoje as conhecemos.”¹

Atualmente, para se manterem no mercado, as grandes empresas de distribuição e respetivos fornecedores celebram contratos de distribuição comercial, uma figura contratual que têm assumido notória importância ao nível do comércio entre os Estados-Membros.

Na perspectiva do Direito da Concorrência, os contratos de distribuição configuram acordos verticais, uma vez que disciplinam relações jurídicas entre empresas que se encontram em diferentes níveis da cadeia de produção e distribuição de bens e/ou serviços. Ora, a reação do ordenamento jusconcorrencial é desencadeada sempre que o acordo entre produtor e distribuidor afete negativamente a concorrência – restrições verticais da concorrência.

Todavia, atendendo a uma perspectiva de balanço económico, pode ser possível concluir que tais acordos se revelem favoráveis à concorrência e, como tal, isentos de proibição. Neste sentido, importa estudar a (in)compatibilidade dos contratos de distribuição comercial com as regras do Direito da Concorrência, objeto sobre o qual se focará a presente dissertação.

No Capítulo I abordar-se-á as principais modalidades de contratos de distribuição e as formas de distribuição, concluir-se-á que *“é ao agente, ao concessionário e ao franquiado que cabe, hoje em dia, a tarefa de maior relevo no âmbito da distribuição comercial.”²*

No Capítulo II compreender-se-á quais as características para que uma prática comercial seja considerada como restritiva da concorrência e, conseqüentemente, proibida.

O Capítulo III consiste numa análise em pormenor ao regime do Regulamento (UE) 2022/720, que vem trazer mudanças com impacto para as empresas no âmbito dos acordos de distribuição comercial e das suas relações com fornecedores ou clientes *B2B*.

Por fim, o Capítulo IV versa sobre a aplicação do artigo 101.º do TFUE a específicas restrições verticais incluídas nas típicas modalidades de contratos de distribuição.

¹ ENGRÁCIA ANTUNES (2009), *op. cit.*, p. 19.

² Neste sentido, PINTO MONTEIRO (2009), *op. cit.*, p. 62.

CAPÍTULO I – PRINCIPAIS CONTRATOS DE DISTRIBUIÇÃO COMERCIAL

1. Considerações Gerais Acerca dos Contratos de Distribuição Comercial

1.1 Breve Origem da Distribuição Comercial

Os circuitos económicos modernos são caracterizados por uma gradual autonomização da função de distribuição comercial, que acaba por refletir a transformação dos sistemas económicos no decorrer das últimas décadas. Nas palavras de FERNANDO FERREIRA PINTO (2013), “(a) distribuição nasce para o mundo do direito quando os juristas se dão conta de que os modelos contratuais utilizados para organizar ou estruturar as relações entre operadores económicos (...) correspondem a evoluções ou adaptações de modelos tradicionais.”³

Numa perspetiva histórico-económica, pode dizer-se que, após a Revolução Industrial, assistiu-se à superação do método tradicional de colocação de bens e/ou serviços no mercado, e o produtor (real), a fim de fazer chegar os seus bens e/ou serviços a um número cada vez maior de consumidores⁴, passou a confiar a sua tarefa de comercialização a agentes económicos especializados – a figura do distribuidor (ou produtor aparente).⁵

Deste modo, com o advento da produção industrial em série e do consumo em massa, a integração do tecido empresarial no mercado passou a efetivar-se através da celebração de acordos de distribuição, adaptados de forma meticulosa às necessidades das partes envolvidas – os contratos de distribuição comercial.

Os contratos de distribuição comercial correspondem àqueles contratos, contemplados ou não em legislação geral ou especial, em que uma das partes, o distribuidor, se obriga a comercializar bens e/ou serviços produzidos pela outra parte, o produtor, com o objetivo de escoar produtos, conquistar mercados e angariar clientela.⁶

Note-se, aqueles acordos apenas disciplinam as relações jurídicas entre produtor e distribuidor, não são as relações com o consumidor que pertencem ao Direito da Distribuição.

³ FERREIRA PINTO (2013), *op. cit.*, p. 28.

⁴ A Lei n.º 24/96, de 31 de julho, define consumidor como “(...) todo aquele a quem sejam fornecidos bens, prestados serviços ou transmitidos quaisquer direitos, destinados a uso não profissional, por pessoa que exerça com caráter profissional uma atividade económica que vise a obtenção de benefícios.”

⁵ O Decreto-Lei n.º 383/89, de 6 de novembro, define produtor (real) como “(...) o fabricante do produto acabado, de uma parte componente ou de matéria-prima (...)” e distribuidor (ou produtor aparente) como “(...) quem se apresenta como tal pela aposição no produto do seu nome, marca ou outro sinal distinto.”

⁶ Nas palavras de ENGRÁCIA ANTUNES (2009): “Por contratos de distribuição entendemos (...) aqueles contratos, típicos ou atípicos, que disciplinam as relações jurídicas entre produtor e distribuidor com vista à comercialização dos bens e serviços do primeiro.”, p. 435.

Neste sentido, refere PINTO MONTEIRO (2009), “(...) *interessa para o efeito, não o acto final da transmissão do bem ao consumidor, antes a atividade desenvolvida a montante, de intermediação, instrumental e preparatória daquela transmissão.*”⁷

1.2 Formas de Distribuição Comercial

A distribuição pode assumir diferentes formas, devendo os produtores decidir acerca de um modelo distributivo que melhore efetue a comercialização dos seus bens e/ou serviços, a saber: *i*) distribuição direta, o próprio produtor encarrega-se de transmitir os bens diretamente para o consumidor final, seja através de pessoal dependente, ou através de sucursais ou de filiais; *ii*) distribuição indireta, o produtor renuncia à tarefa de comercialização e foca-se, exclusivamente, na função produtiva, confiando aquela tarefa a empresários especializados.⁸

Por sua vez, a distribuição indireta pode ser simples, se o produtor concede autonomia ao distribuidor no exercício da atividade empresarial distributiva, ou integrada, quando o distribuidor é inserido no âmbito da estratégia e rede de distribuição concebida pelo produtor, sujeitando-se às suas diretrizes.⁹

Dos vários esquemas de distribuição *supra* mencionados, importa reter que a distribuição comercial indireta (integrada) assume particular importância, sendo sobretudo aqui que se levantam problemas ao nível do Direito da Concorrência, nomeadamente em face da integração do distribuidor na rede de comercialização do produtor através de determinados instrumentos contratuais.

A este respeito, a doutrina especializada aponta como principais contratos de distribuição comercial: contrato de agência, contrato de concessão comercial e contrato de franquia (*franchising*), que se diferenciam entre si pela intensidade de orientação, controlo e fiscalização que o produtor exerce sobre o distribuidor.¹⁰

⁷ PINTO MONTEIRO (2009), *op. cit.*, p. 35.

⁸ Neste sentido, *vide* PINTO MONTEIRO (2009), p. 63.

⁹ Para MENEZES CORDEIRO (2016): “(...) – *distribuição indireta integrada: existe uma coordenação entre a produção e a comercialização, de tal modo que o distribuidor é integrado em circuitos próprios do produtor, sujeitando-se, eventualmente, às suas diretrizes; – distribuição indireta simples: não há tal coordenação, os distribuidores atuam sem concertação com os produtores*”, pp. 771-772.

¹⁰ *Vide*, por exemplo, PAULA VAZ FREIRE (2008), p. 391.

2. Contrato de Agência

2.1 Noção

A agência consiste no contrato pelo qual uma das partes (o agente) se obriga a promover por conta da outra (o principal) a celebração de contratos de modo autónomo e estável e mediante retribuição, podendo ser-lhe atribuída certa zona ou determinado círculo de clientes.¹¹

Ora, o conceito português de agência consagrado no artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho foi inspirado pelo Direito Italiano, que regula a figura no *Codice Civile* (artigos 1742.º a 1753.º), definindo o artigo 1742.º *contratto di agenzia* como um contrato em que "(...) una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata."¹²

De notar que o aprovado Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, foi ligeiramente modificado pelo Decreto-Lei n.º 118/93, de 13 de abril, por força da Diretiva 86/653/CEE, do Conselho, de 18 de dezembro, relativa à coordenação dos direitos dos Estados-Membros em matéria de Agentes Comerciais.¹³ Nomeadamente, da modificação resultou que a atribuição de uma zona ou círculo de clientes ao agente deixou de ser um elemento definidor do contrato.

2.2 Elementos Definidores Essenciais

O artigo 1.º da LCA ao consagrar a noção de agência, fá-lo enunciando os seus elementos definidores essenciais: obrigação de o agente promover a celebração de contratos, atuação por conta do principal, autonomia, estabilidade e onerosidade.

Ora, o mais relevante traço característico da agência consiste na obrigação de o agente de promover a celebração de contratos.¹⁴ Tal obrigação traduz-se, como refere ENGRÁCIA ANTUNES (2009), "(...) num conjunto variado de atos materiais, que vão desde a prospeção do mercado, a difusão publicitária dos produtos e serviços do principal, até à angariação de novos clientes, ao estabelecimento de negociações e à fidelização dos clientes já angariados."¹⁵

¹¹ Cfr. artigo 1.º, n.º 1 da LCA (Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho).

¹² O artigo 1742.º do Código Civil Italiano define "contrato de agência" como "um vínculo jurídico-negocial em que uma parte (agente) assume estavelmente o encargo de promover, por conta da outra (principal), mediante retribuição, a conclusão de contratos numa zona determinada".

¹³ Sobre a Diretiva 86/653/CEE, vide PINTO MONTEIRO (2009), pp. 84-86.

¹⁴ Refira-se, aliás, que a obrigação de o agente promover os negócios da outra parte é uma obrigação fundamental dos contratos de distribuição, que se estende aos contratos de concessão e de franquia, vide PINTO MONTEIRO (2009), p. 73.

¹⁵ ENGRÁCIA ANTUNES (2009), *op. cit.*, p. 441.

Observe-se, contudo, que a função do agente é apenas a de preparar e fomentar a conclusão futura do contrato pelo principal. O contrato de agência, por si só, não confere ao agente poderes para celebrar com terceiros os contratos que promove. Não obstante, pode o principal conceder ao agente poderes para celebrar aqueles contratos na qualidade de representante.¹⁶ Igualmente, mediante autorização, pode o agente efetuar a cobrança de créditos, embora a lei presuma tal autorização se o agente gozar de poderes de representação.¹⁷

Outra característica essencial do contrato de agência é a de que, no exercício da sua atividade e de acordo com a sua função, o agente atua sempre por conta do principal. Isto significa fundamentalmente duas coisas: *i*) em primeiro lugar, que os efeitos dos atos praticados pelo agente repercutem-se na esfera jurídica do principal – atuação por conta alheia; *ii*) em segundo lugar, que a atuação do agente deverá ser realizada em benefício do principal – ou seja, no interesse alheio.¹⁸

Em terceiro lugar, o agente goza de autonomia quanto à execução da sua obrigação de promover a celebração de contratos. Contudo, goza o agente de uma autonomia que não é absoluta, visto que tem de se conformar com as diretrizes que recebe, prestar contas da sua atividade e adequar-se à política económica da empresa.

Em quarto lugar, a agência constitui uma obrigação contratual duradoura, não se extingue por um ato de cumprimento. O agente realiza a sua atividade de uma forma estável e contínua, tendo em vista um número indefinido de operações que se prolongam no tempo.

Por fim, o contrato de agência é um contrato oneroso, visto que com o exercício da sua atividade o agente deve ser remunerado sob a forma de comissão, determinada com base no volume de negócios angariados em benefício do principal.¹⁹

2.3 Regime Jurídico

Ora, apenas o contrato de agência dispõe de regime legal próprio, consagrado na LCA, pelo que se lhe pode atribuir o estatuto de “*figura exemplar*”²⁰ da distribuição comercial.

¹⁶ Cfr. artigo 2.º, n.º 1 da LCA (Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho).

¹⁷ Cfr. artigo 3.º, n.º 2 da LCA (Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho).

¹⁸ Neste sentido, *vide* ENGRÁCIA ANTUNES (2009), p. 442.

¹⁹ Cfr. artigos 15.º a 18.º da LCA (Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho).

²⁰ Neste sentido, PINTO MONTEIRO (2009), *op. cit.*, p. 70.

Neste sentido, a jurisprudência²¹ e a doutrina portuguesas²² têm admitido a extensão analógica do regime da agência à concessão comercial e à franquia, que permanecem como contratos legalmente atípicos.

Note-se, contudo, que o recurso à analogia deve ser feito quando seja possível concluir pela existência de um certo grau de identidade entre os casos, ou seja, deve-se proceder a uma análise da *ratio* da norma a aplicar, para averiguar a sua adequação ao contrato em causa.

Ora, o regime legal do contrato de agência é fundamentalmente composto por dois grupos de disposições: normas relativas às posições das partes (direitos e obrigações dos contraentes) e à cessação do contrato.

Relativamente às obrigações, impende sobre o agente, para além da sua obrigação fundamental de promover por conta do principal a celebração de contratos, todo um conjunto de deveres coadjuvantes, decorrentes do artigo 7.º da LCA.

Impendem, ainda, sobre o agente, outros deveres, tais como: um dever de sigilo (artigo 8.º da LCA), um dever de não-concorrência, quando convencionado (artigo 9.º da LCA), um dever de garantia do cumprimento das obrigações de terceiros (artigo 10.º da LCA), um dever de avisar o principal de qualquer impossibilidade de cumprimento (artigo 14.º da LCA) e, finalmente, um dever de informação perante terceiros (artigo 21.º da LCA).

Quanto a direitos, para além do seu principal direito à retribuição (artigo 16.º da LCA), o agente tem o direito de receber do principal as informações e elementos necessários associados à sua atividade (artigo 13.º, als. a) a d) da LCA), um eventual direito a prestações retributivas suplementares (artigo 13.º, als. f) e g) da LCA), um direito a prestações indemnizatórias (artigo 33.º da LCA), bem como outros direitos secundários (artigos 20.º e 35.º da LCA).

²¹ Vide, por exemplo, Ac. STJ, de 05/04/2015, Proc.º n.º 4541/01.4TVLSB.L1.S1, Rel. Silva Gonçalves: “IV - Como é comumente aceite, integrando-se o contrato de concessão comercial no âmbito geral dos contratos de distribuição comercial, o regime jurídico do contrato de agência, inserindo-se na mesma realidade económica, aplica-se analogicamente, quando e na medida em que a analogia se verifica (...) ao contrato de concessão comercial, designadamente em matéria de cessação do contrato e de indemnização de clientela.”, disponível em www.dgsi.pt.

²² Nas palavras de MENEZES CORDEIRO (2016): “O Contrato de agência, hoje dotado de regime legal (...), não é apenas um contrato de distribuição (...) funciona como uma matriz de distribuição, isto é, como uma figura exemplar.”, p. 777.

Sobre as normas relativas à cessação do contrato de agência, determina-se que esta está sujeita às regras gerais de extinção dos contratos, que o legislador, com vista à proteção dos interesses do agente, rodeou de um conjunto de cautelas especiais (artigos 24.º a 36.º da LCA).

Por fim, não deixa de assumir particular importância a indemnização de clientela que é devida pelo principal ao agente, após a cessação, devido aos benefícios que o principal continuou a usufruir graças à clientela angariada pelo agente.²³ Este direito indemnizatório do agente depende, contudo, de requisitos cumulativos, a saber: *i*) é necessário que com a sua atividade o agente tenha aumentado a clientela ou tenha aumentado o volume de negócios do principal; *ii*) que o principal venha a beneficiar dos efeitos daquela atividade; *iii*) que o agente deixe de receber quaisquer atribuições patrimoniais pós-contratuais relativas àquela atividade.²⁴

3. Contrato de Concessão Comercial

3.1 Noção e Características

No contrato de concessão comercial uma das partes (o concedente) obriga-se a vender a outra (o concessionário), ficando esta última, por sua vez, obrigada a comprar à primeira certos produtos de elevado valor para revenda em nome e por conta próprios numa determinada área geográfica, e de acordo com as orientações da primeira.²⁵

Ora, é possível elencar quatro características essenciais do contrato de concessão comercial: obrigações de venda e de compra de produtos de valor considerável para revenda, atuação em nome e por conta próprios, autonomia e estabilidade.

Em primeiro lugar, a concessão comercial envolve obrigações recíprocas de compra e venda, isto é, o concedente fica obrigado a vender os seus produtos ao concessionário, ficando este último, por sua vez, obrigado a adquirir tais produtos e, sobretudo, a revendê-los a terceiros.

²³ Sobre a Indemnização de Clientela, *vide* BFD de ALEXANDRE DIAS PEREIRA (2014), pp. 2641-2656.

²⁴ Cfr. artigo 33.º da LCA (Decreto-Lei 178/86, de 3 de julho).

²⁵ Cfr. Ac. TRL, de 30/01/2014, Proc.º n.º 679/11.8TJLSB.L1-8, Rel. Ilídio Sacarrão Martins: “*III - A concessão comercial é, pois, um instrumento de integração económica mediante o qual a empresa do concessionário ingressa na rede comercial do concedente, adquirindo uma posição privilegiada na revenda dos produtos e essa posição tem o seu preço: o concessionário é obrigado a possuir instalações adequadas à actividade de revenda e assistência pós-venda, a especializar o seu pessoal, a dirigir a sua actividade ao incremento da clientela da marca, o que implica um considerável esforço financeiro.*”, disponível em www.dgsi.pt.

Em segundo lugar, ao revender os produtos adquiridos pelo concedente, o concessionário fá-lo atuando em nome e por conta próprios, assumindo na íntegra os riscos da comercialização.

Em terceiro lugar, a concessão comercial pressupõe a autonomia das partes envolvidas: concedente e concessionário são entidades distintas, sendo este último apenas um colaborador, usualmente titular de uma empresa própria, que se dedica à revenda dos produtos adquiridos, e não um trabalhador ao serviço do concedente.²⁶

Por fim, a concessão comercial constitui um contrato-quadro, na medida em que disciplina uma relação jurídica estável e duradoura entre as partes envolvidas, cuja execução pressupõe a obrigação das partes celebrarem futuramente sucessivos contratos, por norma de compra e venda, encadeados entre si ou com terceiros.

3.2 Regime Jurídico

Contrariamente à agência, a concessão comercial não carece de regime jurídico próprio, é um contrato atípico e inominado, com uma disciplina fixada pelas próprias partes, ou seja, assente na autonomia privada. Assim, tal como refere MENEZES CORDEIRO (2016), “(...) o seu regime resultará, antes de mais, da interpretação e da integração do texto que tenha sido subscrito pelas partes.”²⁷

Ora, perante eventuais lacunas, tratando-se de um contrato atípico, é metodologicamente correto aplicar, com recurso à analogia, as regras dos contratos mais próximos, *in casu*, o contrato de agência, que é o único contrato de distribuição comercial que dispõe de regime legal próprio.²⁸ Particularmente relevantes quanto a este aspeto são as normas respeitantes à cessação do contrato de agência e à indemnização de clientela (artigo 33.º da LCA).²⁹

Contudo, nem sempre o recurso à analogia constitui uma solução para as eventuais lacunas contratuais. Pense-se, por exemplo, nos bens em *stock* guardados pelo concessionário,

²⁶ Contudo, refere ENGRÁCIA ANTUNES (2009): “Esta autonomia jurídica e económica, todavia, é meramente relativa: com efeito, nota relevantíssima deste contrato é a sujeição do concessionário a certas obrigações destinadas a assegurar a sua integração na rede de distribuição do concedente, em matérias várias tais como a organização empresarial, a política promocional e comercial, e a assistência pós-venda a clientes.”, p. 449.

²⁷ MENEZES CORDEIRO (2016), *op. cit.*, p. 799.

²⁸ Lê-se, aliás, no Parágrafo (4) do Preâmbulo da LCA: “Relativamente a este último (contrato de concessão comercial), detecta-se no direito comparado uma certa tendência para o manter como contrato atípico, ao mesmo tempo que se vem pondo em relevo a necessidade de se lhe aplicar, por analogia – quando e na medida em que ela se verifique –, o regime da agência, sobretudo em matéria de cessação do contrato.”

²⁹ Vide, por exemplo, Ac. STJ, de 17/05/2012, Proc.º n.º 99/05.3TVLSB.L1.S1, Rel. Abrantes Geraldês, disponível em www.dgsi.pt.

ou seja, na questão de saber se, em caso de cessação contratual, estará o concedente obrigado à retoma de tais bens: a este respeito é discutida, na falta de cláusula contratual expressa, a atribuição ao concedente de uma obrigação de retoma dos bens em *stock* e ao concessionário de um direito de indemnização.

Além do *supra* exposto, importa também ter em mente a relevância das regras civis gerais (artigos 217.º e ss. do CC e LCCG) e das regras jusconcorrenciais (LdC e Regulamento da Autoridade da Concorrência n.º 9/2005, de 3 de fevereiro, Regulamento (UE) 2022/720 da Comissão, de 10 de maio).

4. Contrato de Franquia (*Franchising*)

4.1 Noção e Características

O contrato de franquia (*franchising*) consiste no contrato pelo qual uma das partes (o franquiador) concede a outra (o franquiado), a troco de uma retribuição, o direito de exploração da imagem empresarial por si criada e demais sinais distintos, de forma estável e em conformidade com o plano, método e diretrizes por si prescritas.³⁰

O Ac. *Pronuptia*³¹ e, posteriormente, o Regulamento (CEE) n.º 4087/88 da Comissão³² procederam a uma classificação da franquia em três modalidades distintas e que é, aliás, adotada pela doutrina³³: *i*) franquia de distribuição, refere-se à venda de bens produzidos pelo franquiador, o franquiado limita-se a vender aqueles bens, no seu próprio estabelecimento, sob as diretrizes do franquiador e de acordo com a sua fórmula empresarial; *ii*) franquia de serviços, que diz respeito a prestação de serviços por parte do franquiado, mas debaixo dos sinais distintos do franquiador e seguindo os moldes por ele determinados; *iii*) franquia de produção,

³⁰ O *franchising* nasceu e expandiu-se a partir do século XIX nos Estados Unidos da América, tendo rapidamente adquirido importância económica que reside no facto de o empresário (franquiador) deixar de produzir ou vender o seu produto ou prestar determinado serviço, fazendo-o através de terceiros autorizados a explorar o negócio. O pioneirismo do *franchising* é atribuído à *Singer Sewing Machine Company*, a maior empresa fabricante de máquinas de costura doméstica, que utilizou este modelo negocial com o principal objetivo de expandir a sua rede de distribuição sem utilizar capital próprio para tanto. Neste sentido, *vide* MODESTO SOUSA CARVALHOSA (2018), pp. 211-212.

³¹ Ac. TJUE, de 28/01/1986, Proc.º C-161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

³² Regulamento (CEE) n.º 4087/88 da Comissão, de 30 de novembro, relativa à aplicação do n.º 3 do artigo 85.º do Tratado a certas categorias de acordos de franquia, J.O. L 359 de 28/12/1988, pp. 46-52. Atualmente, os sistemas de distribuição por franquia já não são abrangidos pelos Regulamento (CEE) n.º 4087/88, que se encontra revogado, mas sim pelo Regulamento (UE) 2022/720, que será analisado mais à frente.

³³ Neste sentido, *vide*, por exemplo, MIGUEL PESTANA DE VASCONCELOS (2010), pp. 28-29.

o franquiado fabrica os próprios produtos que vende, mas sob controle do franquiador e utilizando a imagem empresarial deste.

Como principais elementos caracterizadores da franquia apontam-se a fruição da imagem empresarial por parte do franquiado, a transmissão de conhecimento decorrente da experiência e prestação de assistência técnica, a fiscalização e controle por parte do franquiador, a onerosidade e a estabilidade.

Um primeiro traço característico fundamental da franquia consiste na atribuição ao franquiado do direito de fruição da imagem empresarial criada pelo franquiador, bem como dos respetivos bens imateriais de suporte. No fundo, significa isto que o franquiado pode utilizar a marca, o nome, as insígnias e outros elementos estruturantes da imagem empresarial do franquiador.³⁴

Em segundo lugar, é essencial que o franquiador transmita o seu “*know-how*”³⁵ comercial ao franquiado, para que este possa preservar e reproduzir o modelo negocial concedido pelo franquiador. Deve, também, o franquiador fornecer ao franquiado a assistência técnica necessária durante a execução do contrato.

Em terceiro lugar, o franquiador fiscaliza e controla o franquiado, devendo este último respeitar as indicações e diretrizes que forem dadas pelo franquiador, com o principal intuito de proteção da marca.

Em quarto lugar, a franquia é um contrato oneroso, já que o franquiador fica obrigado ao pagamento de determinadas prestações pecuniárias pela atividade exercida pelo franquiado.

Por último, tal como a concessão comercial, a franquia é um contrato-quadro, na medida em que faz surgir entre o franquiador e o franquiado uma relação jurídica duradoura que potencia a celebração sucessiva de outros contratos futuros, em regra de compra e venda, entre as partes envolvidas ou com terceiros.

³⁴ Neste sentido, refere PINTO MONTEIRO (2009): “O franquiado (...) poupa, assim, investimentos que, de outro modo, teria de suportar, sem os riscos sempre inerentes ao lançamento de produtos e/ou serviços.”, p. 123.

³⁵ O artigo 1.º, n.º 1, al. j) do Regulamento (UE) 2022/720 define “saber-fazer” como “um pacote de informações práticas não patenteadas, resultantes de experiências e ensaios efetuados pelo fornecedor, secreto, substancial e identificado; “secreto” significa que o saber-fazer geralmente não é conhecido nem de fácil acesso; “substancial” significa que o saber-fazer é considerável e útil para o comprador para efeitos de utilização, venda ou revenda dos bens ou serviços contratuais; “identificado” significa que o saber-fazer deve ser definido de uma forma suficientemente abrangente, a fim de permitir verificar se cumpre os critérios de confidencialidade e substancialidade.”

4.2 Regime Jurídico

À semelhança do que acontece com a concessão comercial, também a franquia é um contrato atípico e inominado, desprovido de uma disciplina legal e de um “*nomen iuris*”, ou seja, o seu regime jurídico advém, em primeira linha, daquilo que for estipulado pelas partes, no âmbito da sua autonomia privada.

As eventuais lacunas contratuais podem, portanto, ser integradas mediante o recurso à extensão analógica, utilizando-se, para o efeito, mais uma vez, a disciplina legal do contrato de agência enquanto “*figura paradigmática*”³⁶ dos contratos de distribuição, já que é o único que carece de regime jurídico próprio, como já mencionado. Nomeadamente, são relevantes para o contrato de franquia as normas relativas à cessação do contrato de agência, à indemnização de clientela e à compensação de não-concorrência.³⁷

Para além do *supra* referido, outras regras legais demonstram-se relevantes, tais como: as regras civis gerais (artigos 217.º e ss. do CC), a legislação respeitante aos contratos de adesão (LCCG), as regras respeitantes à propriedade industrial (CPI), as regras jusconcorrenciais (LdC e Regulamento da Autoridade da Concorrência n.º 9/2005, de 3 de fevereiro, Regulamento (UE) 2022/720 da Comissão, de 10 de maio) e as próprias regras jusinsolvenciais (CIRE).

CAPÍTULO II – PRÁTICAS COMERCIAIS RESTRITIVAS DA CONCORRÊNCIA

1. Coligações entre Empresas

O artigo 101.º do TFUE estabelece a proibição geral de coligações entre empresas que restringem a concorrência e que requer a verificação cumulativa das seguintes condições: *i*) existência de um acordo ou prática concertada entre empresas, ou decisões de associações de empresas; *ii*) suscetibilidade de afetação do comércio entre os Estados-Membros; *iii*) que tenham por objeto ou por efeito impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado interno; *iv*) que o efeito restritivo da concorrência seja sensível, isto é, significativo.³⁸

Ora, é precisamente devido a comportamentos como a coligação e concertação empresariais (e abusos de posição dominante) que tenham por intuito proporcionar vantagens económico-financeiras aos seus autores, com prejuízo para o bom funcionamento do mercado,

³⁶ Neste sentido, ENGRÁCIA ANTUNES (2009), *op. cit.*, p. 440.

³⁷ *Vide*, por exemplo, Ac. STJ, de 09/01/2007, Proc.º n.º 06A4416, Rel. Sebastião Nóvoas, disponível em www.dgsi.pt.

³⁸ Entre nós, relativamente à proibição genérica prevista no artigo 101.º do TFUE, vale o artigo 9.º da LdC. *Vide*, neste sentido, CARLOS BOTELHO MONIZ (2016), pp. 84-86.

que surge a necessidade de, tal como aponta PACHECO DE AMORIM (2021), “(...) *criação de normas de defesa da concorrência que previnam e reprimam tais comportamentos: normas jurídicas que visam por meios «artificiais» a salvaguarda das normas económicas da concorrência (sendo estas últimas, na sua origem, pautas de comportamentos sociais de cariz natural ou espontâneo).*”³⁹

Portanto, a proibição de coligações entre empresas visa a proteção da concorrência no mercado interno, assim garantindo que as empresas não recorrem a práticas colusivas para criar obstáculos à livre circulação de mercadorias e barreiras à entrada de outros Estados-Membros nos mercados nacionais.

Neste contexto, importa analisar os acordos, as práticas concertadas e as decisões de associações de empresas que merecem especial atenção, já que são práticas que incluem formas de conluio, isto é, em causa estão combinações maliciosas ajustadas entre duas ou mais empresas com vista a impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado interno.

1.1 Acordos

Apesar de numa economia de mercado os acordos entre empresas serem absolutamente imprescindíveis ao funcionamento da atividade económica (artigos 61.º CRP e 405.º CC – liberdade de empresa⁴⁰ e liberdade contratual, respetivamente), pode acontecer as empresas em conluio se sirvam de tais acordos para eliminar o risco de não conseguirem gerar receitas suficientes para cobrir os custos de produção e proporcionar ao empresário uma remuneração atrativa, impedindo o funcionamento do mercado e prejudicando concorrentes e consumidores.

No âmbito do Direito da Concorrência são considerados acordos, designadamente, quaisquer contratos através dos quais se estabelecem vínculos obrigacionais para as partes, ou mesmo simples acordos que restringem a liberdade de agir ou de decisão autónoma de uma ou algumas das partes, e que não obedecem a qualquer forma, podem ser tácitos ou não assinados.⁴¹

Portanto, os acordos em questão não têm que obedecer a qualquer formalismo, basta que se demonstre a existência de uma vontade comum entre duas ou mais empresas no sentido de alinhar as suas práticas de mercado com a intenção de restringir a concorrência. Note-se,

³⁹ PACHECO DE AMORIM (2021), *op. cit.*, p. 244.

⁴⁰ Sobre a Liberdade de Empresa, *vide* PACHECO DE AMORIM (2021), pp. 385-406.

⁴¹ *Vide*, ANTÓNIO CARLOS DOS SANTOS, MARIA EDUARDA GONÇALVES, MARIA MANUEL LEITÃO MARQUES (2014), p. 330.

porém, que a expressão de vontade comum acordada pode ser implícita, devendo a empresa que não quer ser considerada parte no acordo distanciar-se formalmente, perante as restantes participantes, do conteúdo da reunião destinada à formação do acordo.⁴²

Facilmente se compreende que existem dificuldades de obtenção de prova destes acordos, medida em que além de não ser necessário que os acordos entre empresas sejam reduzidos a escrito ou assinados, podem ser feitos através de um intermediário que serve como eixo de comunicação entre as empresas, não existindo na maior parte dos casos qualquer acordo físico ou registo de comunicações feitas.

1.2 Práticas Concertadas

As práticas concertadas entre empresas surgem habitualmente em mercados nos quais, qualquer pequena variação dos preços (ou de outras condições de venda) pode provocar quebras importantes na procura e, como tal, as empresas tendem a alinhar os seus preços umas pelas outras sem que isso signifique que combinaram fazê-lo de forma ilícita. Assim, uma prática concertada revela-se habitualmente mediante um paralelismo de comportamentos (elemento material), traduzindo-se numa coordenação consciente entre empresas (elemento intelectual), e não de um acordo propriamente dito, com vista a substituir os riscos da concorrência por uma cooperação prática entre empresas.⁴³

Porém, tal alinhamento não é por si só suficiente para concluir que existe uma prática concertada, é imprescindível que o comportamento paralelo resulte de uma cooperação interempresarial consciente, ou seja, é necessária uma qualquer materialização de condutas que tenham como objetivo o alinhamento de práticas de mercado.

Para fazer prova de uma prática concertada é então necessário que se demonstre a existência de contactos diretos ou indiretos entre as empresas, como a troca de informações relativas aos preços ou aos clientes, o que nem sempre se afigura fácil tarefa.

1.3 Decisões de Associações de Empresas

Por fim, o Direito da Concorrência proíbe, igualmente, as decisões anticoncorrenciais de associações de empresas que nada mais são do que atos formalmente unilaterais,

⁴² Vide, neste sentido, Ac. TGUE, de 14/06/1998, Proc.º n.º T-325/94, *Mayr-Melnhof Kartongesellschaft*, parágrafo 65, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

⁴³ Vide, por exemplo, Ac. TJUE, de 14/07/1972, Proc.º n.º 48/69, *Imperial Chemical Industries Ltd. c. Comissão das Comunidades Europeias*, parágrafo 65 a 67, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

manifestados de entidades de tipo associativo que agregam várias pessoas singulares ou coletivas, com o intuito de representar os interesses dos seus membros.⁴⁴ Ora, tal decisão pode consistir num acordo concluído pela associação com outra entidade, numa recomendação de cláusulas gerais de contratação, ou qualquer outra forma documental para manifestar uma vontade de produção de efeitos anticoncorrenciais.

Portanto, se as empresas são sancionadas quando coordenam o seu comportamento através da sua própria conduta, não faz sentido que pudessem fazê-lo impunemente se utilizassem para o efeito uma terceira pessoa jurídica de tipo associativo que determinasse preços ou práticas de mercado que sejam comuns a todas, fazendo-o mesmo através dos órgãos eleitos pelos seus membros.

Ainda que em causa estejam decisões que sejam meras orientações não vinculativas, tais orientações servem como um guia pelo qual as empresas se podem guiar, equiparando-se nessa medida a verdadeiros acordos.

2. Objeto ou Efeito de Restrição da Concorrência

Um acordo apenas deve ser sancionado quando a restrição da concorrência for uma consequência inerente ao seu objeto, ou quando, não o sendo, seja um efeito expectável da sua concretização. Torna-se, portanto, fundamental proceder à distinção entre acordos por objeto e acordos por efeito.

Os acordos por objeto (ou *hardcore*) são aqueles que são sempre proibidos, independentemente dos efeitos concretos que se demostre virem a produzir, já que têm sempre por finalidade a restrição da concorrência. Ora, precisamente por serem acordos proibidos sem mais que, por si só, têm a intenção de restringir a concorrência, não se torna necessário proceder a uma qualquer análise dos seus efeitos concretos.⁴⁵

Os acordos por efeito, contrariamente aos acordos *hardcore*, são aqueles que não são proibidos por si só, aqui é necessário demonstrar a existência de efeitos negativos sobre a concorrência para que o acordo seja sancionado, isto é, tem de se provar que o acordo em questão restringe, ou irá presumivelmente restringir, a concorrência. Deve-se, para o efeito, proceder a uma análise casuística e atender ao contexto económico do mercado em causa.

⁴⁴ Por exemplo, Ordem dos Advogados.

⁴⁵ *Vide*, neste sentido, DAIMEN GERANDIN, ANNE LAYNE-FARRAR, NICOLAS PETIT (2012), pp. 396-397.

Contudo, tal prova pode ser demorada e dispendiosa, o conteúdo dos acordos por efeito não é sempre, nem necessariamente, tão nocivo como o dos acordos hardcore, e pode até ter efeitos positivos que compensem os negativos – tem de haver um esforço adicional por parte de quem queira demonstrar o seu caráter nocivo.

Ora, o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE dispõe de um elenco exemplificativo relativamente aos acordos que unicamente pelo seu próprio objeto são suscetíveis de afetar negativamente o mercado e, como tal, contrários ao Direito da Concorrência. Não obstante, podem estes acordos gozar da isenção prevista no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, cabendo às partes fundamentar a existência de efeitos pró-competitivos para que o acordo em questão seja justificado.

Designadamente, são suscetíveis de afetar negativamente a concorrência os acordos de fixação de preços, que subtraem as empresas ao risco de perder clientela em resultado da redução dos preços dos rivais, retirando-lhes incentivo para praticar o preço mais competitivo possível.⁴⁶

Note-se, se os concorrentes combinam preços, já não terão de competir pela sua quota de mercado, desaparecendo toda a dinâmica assente em concessões feitas pelas empresas na tentativa de ganhar clientela às suas rivais porque essas empresas passam a considerá-la desnecessária e lesiva dos seus próprios interesses.

Também podem afetar negativamente a concorrência os acordos de repartição de mercados, ao combinarem repartir determinado espaço geográfico ou carteira de clientes, as empresas estão a prescindir de concorrer entre si em relação ao espaço e clientes atribuídos aos demais e, portanto, a criar condições para o surgimento de monopólios.

Em conclusão, os acordos por objeto são os que traduzem uma maior segurança jurídica, já que são aqueles que o legislador identifica e, mesmo quando não o faz, a sua identificação advém do facto do objeto do acordo em si restringir a concorrência, sem que seja necessário verificar os seus efeitos sobre o mercado.

3. Restrição Sensível da Concorrência

O TJUE já veio afirmar que apenas as restrições “sensíveis” da concorrência (sejam elas por objeto ou por efeito) são abrangidas pela letra do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, isto é, a

⁴⁶ É neste contexto que se forma o designado “Equilíbrio de *Nash*”, ou seja, os operadores nada ganham com uma alteração da sua estratégia no mercado.

restrição tem de ser suficientemente digna a provocar efeitos indesejados na concorrência, pelo que acordos de reduzida importância acabam por não ser abrangido pelo artigo 101.º n.º 1 do TFUE.⁴⁷

Fala-se, aqui, na regra de *minimis*, cuja aplicação deve ter em conta a análise de um acordo idêntico a muitos outros acordos presentes no mesmo mercado, é ao cumulativo impacto de tais acordos idênticos que se deve atender para apreciar a sensibilidade da restrição, e não apenas ao impacto específico do acordo em questão.

Para aumentar a segurança jurídica na aplicação de tal critério, a Comissão publicou uma Comunicação na qual estabelece determinados níveis de quotas de mercado relevantes, abaixo dos quais se presume que um acordo não é suscetível de restringir a concorrência.

O *supra* exposto é abordado com maior ênfase no Capítulo IV da presente dissertação.

4. Isenção Individual e Isenção por Categoria

Um acordo cujo objeto seja contrário à concorrência pode ser economicamente justificado e a principal (mas não exclusiva) fonte de justificação dos acordos entre empresas, que de outra forma cairiam na proibição do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, é o n.º 3 do mesmo artigo.

Ora, o artigo 101.º, n.º 3 do TFUE prevê uma isenção individual, se um acordo preenche simultaneamente quatro pressupostos deve beneficiar de uma isenção da proibição genérica estabelecida no artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, a saber: *i)* só é admissível que dois concorrentes colaborem se o acordo em causa contribuir objetivamente para uma melhoria global da qualidade técnica ou da eficiência económica no setor em causa; *ii)* o ganho não pode beneficiar apenas as empresas, tendo uma parte equitativa dos benefícios de ser reservada aos utilizadores finais; *iii)* a restrição contida no acordo em questão deve respeitar um princípio de proporcionalidade entre fins e meios, não podendo impor às empresas em causa quaisquer restrições que não sejam indispensáveis à sua obtenção; *iv)* se o acordo proporcionar às empresas partes uma vantagem de tal forma grande que provoque a eliminação da concorrência, ele não deve ser autorizado.⁴⁸

⁴⁷ Vide, Ac. TJUE, de 09/07/1969, Proc.º n.º 5/69, *Völk c. Vervaecke*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

⁴⁸ Vide, ANTÓNIO CARLOS DOS SANTOS, MARIA EDUARDA GONÇALVES, MARIA MANUEL MARQUES LEITÃO (2014), p. 338.

Note-se, deve-se atender a um “balanço económico” entre os efeitos negativos e eventuais efeitos positivos do acordo em presença, bem como à ponderação dos interesses gerais ou particulares em questão. Existe assim, tal como refere MIGUEL MOURA E SILVA (2018), “(...) *uma evidente interligação entre estas duas disposições do art. 101.º (n.º 1 e n.º 3), sendo que quanto mais lato for o âmbito da proibição maior o alcance da exceção.*”⁴⁹

O artigo 101.º, n.º 3 do TFUE prevê, também, uma isenção por categoria relativamente a acordos considerados em bloco que apresentam características tipicamente pró-competitivas, pelo que não se justifica que tenham de ser alvo de uma apreciação individual por parte da Comissão cada vez que sejam concluídos.

Para o efeito, a aplicação do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE tem vindo a ser facilitada pela existência de Regulamentos de Isenção por Categoria que atribuem o benefício da inaplicabilidade do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE aos acordos que cumpram os respetivos requisitos.

No fundo, os acordos que sejam abrangidos pelo âmbito do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, mas que cumpram os requisitos estabelecidos num regulamento de isenção por categoria, são considerados, por força de lei, cumpridores dos requisitos do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.

5. Abuso de Posição Dominante

O artigo 102.º do TFUE proíbe a exploração de forma abusiva, por uma ou mais empresas, de uma posição dominante no mercado interno ou sobre parte substancial deste mercado, quando tal seja suscetível de afetar o comércio entre os Estados-Membros.⁵⁰

Portanto, o conceito de abuso de posição dominante combina dois conceitos cumulativos: *i)* a verificação de que uma empresa detém uma posição dominante numa parte substancial de determinado mercado previamente delimitado; *ii)* a constatação de que a empresa em causa adotou comportamentos abusivos, apenas exequíveis como decorrência daquela posição dominante, suscetíveis de afetar o comércio entre os Estados-Membros.

Se uma empresa se encontra sozinha em determinado mercado, ou se a concorrência que sofre não for capaz de fazer face às necessidades do mercado, pode tal empresa usar o seu poder para impor condições que os outros agentes não aceitariam em circunstâncias normais.

⁴⁹ MIGUEL MOURA E SILVA (2018), *op. cit.*, p. 501.

⁵⁰ Entre nós, relativamente à proibição prevista no artigo 102.º do TFUE, vale o artigo 11.º da LdC.

O principal elemento que determina a existência de uma situação de abuso de posição dominante é a quota de mercado da empresa em causa, que transmite o poder que a empresa detém, presumindo-se que existe uma situação de abuso quando a empresa em questão detém uma quota de mercado de, pelo menos, 50%.⁵¹ Além da quota de mercado, também outros fatores podem igualmente ser objeto de avaliação, tais como a dispersão do mercado, poder negocial das partes, existência de obstáculos à entrada de novos concorrentes, etc.⁵²

Por fim, não é de excluir a existência de posições dominantes coletivas, que ocorrem quando duas ou mais empresas que detenham, cada uma, 20% do mercado, organizam-se para exercer conjuntamente um domínio que nenhuma teria atuando isoladamente.⁵³

6. Abuso de Dependência Económica

Por fim, adicione-se, ainda, o abuso de dependência económica (ou abuso de posição dominante relativa), uma figura que não existe no DUE, mas apenas no ordenamento interno de alguns Estados-Membros – em Portugal tem consagração no artigo 12.º LdC.

No abuso de dependência económica, tal como no abuso de posição dominante, também existe um desequilíbrio na medida em que uma das partes detém mais poder do que a outra, contudo aqui o elemento típico consiste na ausência de alternativa equivalente por parte da empresa mais fraca, que acaba por ficar economicamente dependente da empresa com mais poder. Portanto, o domínio é exercido sobre outras empresas individualizáveis, que se encontram num estado de dependência económica relativamente à dominante – ou seja, este abuso é relativo por contraponto ao domínio sobre o mercado, que é absoluto.⁵⁴

Uma outra nota é a de que o campo preferencial de aplicação dos abusos de dependência económica são as relações de distribuição (relações verticais), nas quais o fornecedor goza de uma posição de grande predomínio sobre o distribuidor.

⁵¹ Vide, por exemplo, Ac. TJUE, de 03/07/1991, Proc.º n.º C-62/86, *Akzo Chemie BV contra Comissão das Comunidades Europeias*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

⁵² Vide, MIGUEL MOURA E SILVA (2018), pp. 883-896.

⁵³ Vide, neste sentido, ANTÓNIO CARLOS DOS SANTOS, MARIA EDUARDA GONÇALVES, MARIA MANUEL MARQUES LEITÃO (2014), p. 345.

⁵⁴ Vide, neste sentido, MARIANO PEGO (2001), pp. 89-90.

1. Regulamentos de Isenção por Categoria para Acordos Verticais

Com o principal objetivo de acelerar a economia processual e agilizar o funcionamento das instituições reguladoras da concorrência, foram criados os designados “blocos de isenção”, referentes a determinados tipos de acordos verticais que preenchessem as condições necessárias para beneficiarem de uma isenção relativamente à proibição genérica constante do atual artigo 101.º, n.º 1 do TFUE⁵⁶. Neste sentido, refere PAULA VAZ FREIRE (2008), “*(o) sistema de blocos de isenção, para isentar automaticamente certas categorias de acordos, foi assim o mecanismo encontrado para reduzir o trabalho da Comissão, – possibilitando que esta Instituição se concentrasse, de forma mais eficaz e célere, na apreciação de processos individuais de notificação e de outros processos de defesa da concorrência – mas, sobretudo para promover a segurança jurídica.*”⁵⁷

Assim, com base no Regulamento n.º 19/65/CEE⁵⁸ a Comissão adotou um conjunto de Regulamentos de Isenção por Categoria, que embora tivessem sido inicialmente pensados para obviar a pendência de centenas de processos, acabaram por ter uma outra importância para o Direito da Concorrência, que se traduz no facto de servirem para assegurar a legalidade dos acordos verticais que se revelem economicamente favoráveis à concorrência, assim proporcionando às empresas segurança jurídica na averiguação da legalidade das suas práticas no mercado.

Neste sentido, a Comissão adotou o Regulamento (CE) n.º 2790/1999⁵⁹, que seguiu um modelo mais progressista do que os seus antecessores, com linhas de força que foram, aliás, mantidas pelos Regulamentos sucessores, a saber: *i*) o Regulamento teve por objeto as restrições verticais em geral sem procurar tipificar determinados tipos de acordos, o que é compreensível atendendo ao elevado grau de substituíbilidade que existe entre os vários tipos de restrições verticais; *ii*) deixou de existir uma lista branca de cláusulas que beneficiavam de isenção, mesmo que em princípio não fossem afetadas pela proibição genérica constante do artigo 101.º,

⁵⁵ A partir de agora, todas as referências a artigos entendem-se feitas a disposições do Regulamento (UE) 2022/720, salvo indicação expressa em contrário.

⁵⁶ A partir de 1 de dezembro de 2009 o artigo 81.º do TCE passou a designar-se por artigo 101.º do TFUE.

⁵⁷ PAULA VAZ FREIRE (2008), *op. cit.*, p. 629.

⁵⁸ Regulamento (CEE) n.º 19/65 do Conselho, de 2 de março de 1965, relativo à aplicação do n.º 3 do artigo 85.º Tratado a certas categorias de acordos e práticas concertadas, J.O P 36, de 06/03/1965, p. 533.

⁵⁹ Regulamento (CE) n.º 2790/1999, de 12 de dezembro, relativo à aplicação do n.º 2 do artigo 81.º do Tratado CE a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas, J.O. L 336, de 29/12/1999, p. 21.

n.º 1 do TFUE; *iii*) o Regulamento abrangeu não só a compra de bens para revenda, como também a prestação de serviços.⁶⁰

Devido ao sucesso da aplicação das disposições do Regulamento (CE) n.º 2790/1999, que chegou ao termo da sua vigência em 31 de maio de 2010, a Comissão adotou o Regulamento (UE) n.º 330/2010⁶¹, que consistiu numa melhoria do seu antecessor, tendo sido introduzida a seguinte inovação: o acordo vertical em causa seria abrangido pela isenção desde que nem o fornecedor, nem comprador dispusessem de uma quota superior a 30% do mercado relevante, excetuando os acordos que incluam cláusulas proibidas de acordo com o artigo 4.º do Regulamento (UE) n.º 330/2010.⁶² Além disso, as Orientações da Comissão sobre Restrições Verticais de 2010⁶³ dispuseram instruções mais inteligíveis no que toca às vendas via internet.⁶⁴

Por sua vez, tendo em conta o êxito e a experiência adquirida com a aplicação das disposições do Regulamento (UE) n.º 330/2010, que chegou ao termo da sua vigência em 31 de maio de 2022, bem como o crescimento do comércio eletrónico e das vendas em linha, a Comissão adotou um novo Regulamento de Isenção – o Regulamento (UE) 2022/720⁶⁵, acompanhado de uma atualização das Orientações da Comissão sobre Restrições Verticais.

A presente dissertação focar-se-á na análise em detalhe do Regulamento (UE) 2022/720⁶⁶, que propicia às empresas orientações mais simples e transparentes para avaliação da compatibilidade dos seus contratos de distribuição com as regras de concorrência da UE.

1.1 Conteúdo e Atualizações do Regulamento (UE) 2022/720

A Comissão considera que determinados tipos de acordos, considerados em bloco, podem produzir efeitos pró-competitivos, por proporcionarem maior margem para obter ganhos de eficiência económica e beneficiarem, assim, o bem-estar dos consumidores finais.⁶⁷ Assim,

⁶⁰ Vide, neste sentido, MIGUEL MOURA E SILVA (2018), pp. 604-605.

⁶¹ Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 10 de abril, relativo à aplicação do artigo 101.º, n.º 3 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas, J.O. L 102, de 23/04/2010, p. 1.

⁶² Cfr. artigo 3.º, n.º 1 do Regulamento (UE) n.º 330/2010.

⁶³ Comunicação da Comissão – Orientações relativas às restrições verticais (2010/C 130/01), J.O. C 130, de 19/05/2010, p. 1.

⁶⁴ Vide, Pontos (52), (53) e (54) das Orientações *supra* mencionadas.

⁶⁵ Regulamento (UE) 2022/720 da Comissão, de 10 de maio, relativo à aplicação do artigo 101.º, n.º 3 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas, J.O. L 134, de 11/05/2022, p. 4.

⁶⁶ Também designado por RRV22.

⁶⁷ Consta, aliás, no Considerando (6) do Regulamento (UE) 2022/720: "Certos tipos de acordos verticais podem melhorar a eficiência económica no âmbito de uma cadeia de produção ou distribuição ao facilitar a coordenação

e nos termos de PAULA VAZ FREIRE (2008), “(...) *adoptando uma perspectiva do “balanço económico”, assume-se que esses efeitos de aumento da eficiência permitem compensar os efeitos anticoncorrenciais, resultantes das restrições contidas em acordos verticais.*”⁶⁸

Deste modo, tal como o seu antecessor, o RRV22 prevê que determinados acordos celebrados entre empresas que se situam em diferentes setores da cadeia de produção e distribuição podem beneficiar de uma isenção da proibição prevista no artigo 101.º, n.º 1 TFUE, desde que as quotas de mercado de cada uma das empresas seja inferior a 30%.⁶⁹

No fundo, através do RRV22 a Comissão estabelece uma “zona de segurança”: se os acordos celebrados entre empresas que operam em níveis diferentes da cadeia de abastecimento preencherem as condições previstas no Regulamento, serão isentos da proibição geral constante do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

No que a atualizações diz respeito, a Comissão considerou que as novas regras atualizadas excluem do âmbito de aplicação da zona de segurança: *i)* cenários de dupla distribuição, que ocorrem quando um fornecedor vende os seus bens e/ou serviços não só a distribuidores independentes, mas também diretamente a consumidores finais, ou seja, em concorrência direta com os seus próprios distribuidores – com a nova redação, o intercâmbio de informações entre fornecedor e distribuidor que não esteja diretamente relacionado com a implementação do acordo vertical fica excluído do benefício da isenção⁷⁰; *ii)* obrigações de paridade, que exigem que um vendedor ofereça à contraparte condições similares ou melhores que as oferecidas em outros canais de venda, como em plataformas online (cláusulas de paridade amplas) ou nos canais de venda direta do próprio vendedor (cláusulas de paridade restritas) – com a nova redação, as cláusulas de paridade amplas passam a constar da lista de restrições excluídas, e as cláusulas de paridade restritas continuam a beneficiar da isenção⁷¹.

Por outro lado, devido ao exponencial crescimento do comércio eletrónico, a Comissão considerou que as novas regras atualizadas ampliam o âmbito de aplicação da zona de segurança relativamente a: *i)* certas restrições respeitantes à possibilidade de um comprador abordar de

entre as empresas participantes. Em especial, estes acordos podem levar à redução dos custos de transação e distribuição das partes e à otimização das suas vendas e níveis de investimento.”

⁶⁸ PAULA VAZ FREIRE (2008), *op. cit.*, p. 642.

⁶⁹ Cfr. artigo 2.º.

⁷⁰ Cfr. Considerando (13) do Regulamento (UE) 2022/720.

⁷¹ Cfr. Considerando (16) do Regulamento (UE) 2022/720.

forma ativa grupos específicos de clientes ou determinados territórios – vendas ativas⁷²; ii) certas restrições respeitantes às vendas online, deixando o *dual pricing*⁷³ de ser considerado uma restrição grave, possibilitando-se que os fornecedores estabeleçam preços diferentes conforme os canais de venda a utilizar, considerando, em particular, os diferentes custos referentes ao uso de cada canal.

1.2 Orientações da Comissão sobre Restrições Verticais de 2022

As Orientações 2022 estabelecem princípios para a apreciação dos acordos verticais e das práticas concertadas abrangidas pelo artigo 101.º do TFUE e pelo RRV22, e estão divididas em oito secções que contêm regras que permitem auxiliar as empresas a efetuar a sua própria avaliação dos acordos verticais à luz das regras de defesa da concorrência da UE e simplificar a aplicação do artigo 101.º do TFUE.⁷⁴

A primeira secção é uma secção introdutória, na qual a Comissão explica a razão pela qual fornece orientações sobre os acordos verticais e define os objetivos e os critérios gerais de aplicação do artigo 101.º do TFUE àqueles acordos.

As segunda e terceira secções dizem respeito aos acordos verticais e abordam, respetivamente, os efeitos (positivos e negativos) dos acordos verticais e os acordos verticais que geralmente não são abrangidos pelo artigo 101.º, n.º 1 TFUE.

As quarta, quinta, sexta e sétima secções são as que merecem especial atenção, já que procuram interpretar e esclarecer a aplicação do RRV22 e contêm, respetivamente, orientações acerca: i) da zona de segurança, dos acordos verticais na economia das plataformas em linha, dos limites de aplicação do próprio RRV22, da forma como o Regulamento é aplicado aos cenários em que um acordo vertical é abrangido por outro Regulamento de Isenção por

⁷² O artigo 1.º, n.º 1, al. 1) define “vendas ativas” como “vendas em que os clientes são ativamente visados através de visitas, cartas, mensagens de correio eletrónico, chamadas telefónicas ou outros meios de comunicação direta ou através de publicidade e promoção direcionadas, fora de linha ou em linha, por exemplo através de meios de comunicação impressos ou digitais, incluindo meios de comunicação em linha, serviços de comparação de preços ou publicidade em motores de pesquisa dirigida a clientes de territórios específico ou grupos de clientes específicos, explorando um sítio Web com um domínio de topo correspondente a territórios específicos ou oferecendo num sítio Web línguas que são comumente usadas em determinados territórios, quando essas línguas são diferentes das habitualmente utilizadas no território em que o comprador está estabelecido.”

⁷³ “Dual Pricing” corresponde a um cenário em que ao distribuidor é cobrado um preço mais elevado pelos bens ou serviços que se destinam a serem revendidos online do que pelos bens ou serviços que se destinam a serem revendidos tradicionalmente.

⁷⁴ Note-se, as regras das Orientações 2022 não devem ser aplicadas de forma imediata, antes cada acordo deve ser apreciado no contexto das circunstâncias específicas que lhe são inerentes.

Categoria⁷⁵ e da descrição de tipos específicos de sistemas de distribuição, em especial os que constam no artigo 4.º; *ii*) da definição dos mercados relevantes e do cálculo das quotas de mercado, com base na Comunicação da Comissão de 1997 relativa à definição de mercado relevante⁷⁶; *iii*) das “restrições graves” e das “restrições excluídas” estabelecidas, respetivamente, nos artigos 4.º e 5.º; *iv*) dos casos em que a Comissão ou a Autoridade da Concorrência de um Estado-Membro pode retirar o benefício de isenção, de acordo com o artigo 29.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003⁷⁷ e de acordo com o artigo 6.º do RRV22, e dos casos em que o RRV22 não é aplicável, nos termos do seu artigo 7.º.

Por fim, na oitava secção a Comissão fornece indicações acerca da política de aplicação do artigo 101.º do TFUE a acordos verticais que não beneficiam da isenção conferida pelo RRV22, e dá orientações relativas à apreciação de restrições verticais específicas.⁷⁸

2. Âmbito de Aplicação do Regulamento

2.1 Aplicação do Regulamento aos Acordos Verticais

O RRV22 é aplicável a todos os acordos verticais que digam respeito à venda de todos os tipos de bens ou serviços, desde que tais acordos não contenham determinados tipos de restrições graves suscetíveis de causarem prejuízos ao bom funcionamento do jogo normal da concorrência.

Conforme refere o artigo 1.º, n.º 1, al. a), um acordo vertical consiste num “*acordo ou prática concertada entre duas ou mais empresas, cada uma das quais exerce, para efeitos desse acordo ou prática concertada, as suas atividades a um nível diferente da cadeia de produção ou distribuição, e que diz respeito às condições em que as partes podem adquirir, vender ou revender certos bens ou serviços.*”

Em suma, para que o RRV22 seja aplicado é necessário que se verifiquem as seguintes condições: *i*) existência de um acordo ou prática concertada, isto é, que as partes manifestem a sua concordância de vontades em se comportarem de uma determinada forma no mercado; *ii*) que o acordo seja celebrado entre duas ou mais empresas, e não entre pessoas singulares que

⁷⁵ Cfr. artigo 2.º, n.º 7.

⁷⁶ Comunicação da Comissão relativa à definição de mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência (97/C 372/03), J.O. C 372 de 09/12/1997, p. 5.

⁷⁷ Regulamento (CE) n.º 1/2003 do Conselho, de 16 de dezembro de 2002, relativo à execução das regras de concorrência estabelecidas nos artigos 81.º e 82.º do Tratado, J.O. L 1 de 04/01/2003, p. 1.

⁷⁸ Comunicação da Comissão – Orientações relativas às restrições verticais (2022/C 248/01), J.O. C 248, de 30/06/2022, p. 1. Vide, Pontos (297) a (397) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

atuem alheamente à sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional; *iii*) que essas duas ou mais empresas exerçam a sua atividade em diferentes níveis da cadeia de produção ou distribuição; *iv*) que o acordo se reporte às condições em que as partes “*podem adquirir, vender ou revender certos bens ou serviços*”.⁷⁹

2.2 Limites à Aplicação do Regulamento

2.2.1 Associações de Empresas

Além do *supra* exposto, o artigo 2.º, n.º 2 determina que o âmbito de aplicação da zona de segurança também se estende aos acordos verticais concluídos entre associações de empresas, sob reserva de determinadas condições.

Para que os acordos verticais celebrados entre uma associação e um dos seus membros individuais ou entre uma associação e um dos seus fornecedores individuais beneficie da isenção, é então necessário que todos os membros da associação se dediquem à comercialização de bens a retalho junto dos consumidores finais, e que nenhum desses membros retalhistas, “*em conjunto com as suas empresas ligadas*”, registre um volume de negócios total anual que seja superior a €50.000.000.⁸⁰

Note-se, porém, que se o número de membros que regista um volume de negócios superior àquele limiar representar, conjuntamente, menos de 15% do volume de negócios cumulado de todos os membros, a apreciação efetuada ao abrigo do artigo 101.º do TFUE não se altera.⁸¹

2.2.2 Direitos de Propriedade Intelectual

Do artigo 2.º, n.º 3 decorre a possibilidade de os acordos verticais que contenham disposições relativas à atribuição ou utilização de direitos de propriedade intelectual⁸² beneficiarem da isenção conferida pelo artigo 2.º, n.º 1, na medida em que estejam cumpridas determinadas condições.

Assim, as disposições relativas aos DPI previstas no contexto de um acordo vertical (ou seja, de um acordo através do qual as partes compreem, vendem ou revendem determinados bens

⁷⁹ Cfr. Pontos (53), (56), (57) e (59) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁸⁰ Para o valor de €50.000.000., veja-se a *Recomendação da Comissão 2003/361/CE, de 6 de maio de 2003, relativa à definição de micro, pequenas, e médias empresas*, J.O L 124, de 20/05/2003, p. 36.

⁸¹ Cfr. Ponto (69) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁸² Doravante designados por “DPI”.

ou serviços) gozam da isenção prevista no artigo 2.º, n.º 1 sob as seguintes condições: *i*) os DPI devem ser transferidos para o comprador ou deve ser concedida licença para este os utilizar, e não atribuídos ao fornecedor, independentemente de dizerem respeito à forma de fabrico ou distribuição; *ii*) o principal objeto do acordo vertical tem de ser a compra, venda ou revenda de bens ou serviços, e não a transferência ou a concessão de licenças de DPI, ou seja, as disposições relativas aos DPI devem servir apenas para a implementação do acordo vertical; *iii*) as disposições relativas aos DPI devem facilitar a utilização, venda ou revenda dos bens ou serviços pelo comprador ou pelos seus clientes⁸³; *iv*) as disposições relativas aos DPI não podem conter o mesmo objeto que nenhuma das restrições da concorrência previstas nos artigos 4.º e 5.º, ou seja, restrições verticais não isentas pelo RRV22.⁸⁴

2.2.3 Empresas Concorrentes

Estabelece o artigo 2.º, n.º 4 que os acordos verticais celebrados entre empresas concorrentes⁸⁵ ficam excluídos do âmbito de aplicação da isenção prevista no artigo 2.º, n.º 1.

Existem, porém, duas exceções referentes a cenários de dupla distribuição, determinando o Regulamento que a isenção prevista no artigo 2.º, n.º 1 aplica-se nos casos em que as empresas concorrentes celebram um acordo vertical não recíproco⁸⁶ e estejam cumpridas as condições previstas no artigo 2.º, n.º 4, al. a) ou no artigo 2.º, n.º 4, al. b).

A exceção do artigo 2.º, n.º 4, al. a) alude a situações em que o fornecedor vende os bens contratuais em vários estádios da atividade comercial, ou seja, atua a montante na qualidade de fabricante, importador ou grossista, mas também a jusante, como importador, grossista ou retalhista, em concorrência com os seus distribuidores independentes. Por outro lado, a exceção do artigo 2.º, n.º 4, al. b) abrange situações em que o fornecedor é um prestador de serviços em vários estádios da atividade comercial, e o comprador um prestador de serviços a nível

⁸³ É o que acontece, por exemplo, nos contratos de franquia, em que a comercialização constitui objeto de exploração dos DPI, o franquiado revende os bens que comprou ao franquiador, e fá-lo mediante licença para utilizar a imagem empresarial criada pelo franquiador.

⁸⁴ Cfr. Pontos (72), (74), (75), (76), (77) e (78) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁸⁵ O artigo 1.º, n.º 1, al. c) define “empresa concorrente” como “*um concorrente efetivo ou potencial; «concorrente efetivo», uma empresa que desenvolve atividade no mesmo mercado relevante; «concorrente potencial», uma empresa que, na falta do acordo vertical, é suscetível, numa base realista e não meramente teórica, de proceder, num prazo curto, aos investimentos adicionais necessários ou de incorrer noutros custos necessários para entrar no mercado relevante.*”

⁸⁶ Por “acordo vertical não recíproco” entende-se um acordo em que: *i*) ou o fornecedor é um fabricante e distribuidor de bens, e o comprador apenas um distribuidor e não uma empresa concorrente a montante; *ii*) ou, o fornecedor é um prestador de serviços em vários estádios da atividade comercial, e o comprador apenas fornece os bens ou serviços e nível retalhista e não é uma empresa no mesmo estádio da atividade comercial em que adquire os serviços contratuais.

retalhista, acabando este último por não ser uma empresa concorrente no estágio da atividade comercial em que adquire os serviços contratuais.⁸⁷

No fundo, se estiverem cumpridas as condições estabelecidas no artigo 2.º, n.º 4, al. a) ou al. b), então a isenção aplicar-se-á a todos os aspetos do acordo vertical em causa, incluindo até o eventual intercâmbio de informações entre fornecedor e comprador, mas apenas quando aquele intercâmbio de informações esteja diretamente relacionado com a aplicação do acordo vertical e contribua para efeitos pró-concorrenciais⁸⁸.

Note-se, contudo, que em cenários de dupla distribuição pode acontecer que a troca de informações entre as partes acabe por não aumentar a eficiência económica.⁸⁹ Por este motivo, o artigo 2.º, n.º 5 prevê que as exceções constantes do n.º 4 não se aplicam ao intercâmbio de informações que não estejam diretamente relacionadas com a implementação do acordo vertical, ou não sejam necessárias para melhorar a produção ou a distribuição dos bens ou serviços contratuais ou não cumpram nenhuma das duas condições.⁹⁰

Quando em causa esteja um intercâmbio de informações que não estejam diretamente relacionadas com a implementação do acordo vertical e que não promovam a eficiência económica ou não cumpram as condições previstas no artigo 2.º, n.º 4, deve o intercâmbio ser individualmente apreciado à luz do artigo 101.º do TFUE, embora não viole necessariamente aquele artigo. As restantes disposições do acordo vertical em questão podem, todavia, beneficiar da isenção prevista no artigo 2.º, n.º 1, desde que o acordo cumpra as condições previstas no RRV22.

2.2.4 Prestação de Serviços de Intermediação em Linha

O artigo 2.º, n.º 6 determina que o raciocínio relativo às exceções em matéria de dupla distribuição, estabelecidas no artigo 2.º, n.º 4, não se aplica aos acordos verticais relativos à prestação de serviços de intermediação em linha⁹¹ em que o prestador de serviços de

⁸⁷ Cfr. Pontos (93) e (94) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁸⁸ Por exemplo, informações que digam respeito à comercialização dos bens ou serviços contratuais, nomeadamente informações acerca de campanhas promocionais e sobre novos bens a fornecer ou serviços a prestar nos termos do acordo vertical em questão.

⁸⁹ Por exemplo, informações respeitantes aos futuros preços a que o fornecedor ou comprador pretende vender os bens ou serviços contratuais a jusante.

⁹⁰ Cfr. Ponto (96) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁹¹ O artigo 1.º, n.º 1, al. e) define “serviços de intermediação em linha” como “*serviços da sociedade da informação (...) que permitem que as empresas ofereçam bens ou serviços: i) a outras empresas, com vista a facilitar o início de transações diretas entre essas empresas, ou ii) aos consumidores finais, com vista a facilitar o início de*

intermediação seja igualmente uma empresa concorrente no mercado relevante para a venda dos bens ou serviços objeto de intermediação.

Certo é que os acordos verticais celebrados por prestadores de serviços de intermediação em linha que desempenham uma função híbrida podem suscitar problemas em matéria de concorrência, designadamente porque aqueles prestadores podem favorecer as suas próprias vendas e, assim, influenciar os resultados da concorrência entre empresas que utilizam os seus serviços de intermediação em linha.⁹²

Quando não beneficiam da isenção prevista no artigo 2.º, n.º 1, devem os acordos verticais relativos à prestação de serviços em intermediação em linha ser individualmente apreciados à luz do artigo 101.º do TFUE, embora não violem necessariamente a concorrência na aceção do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE ou podem até cumprir as condições para beneficiar da isenção individual prevista no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.

3. Condições de Aplicabilidade da Isenção por Categoria

O RRV22 contém determinadas condições que têm de ser preenchidas para que o artigo 2.º isente um determinado acordo vertical da proibição genérica prevista no artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Portanto, o seu regime apenas se aplica aos acordos verticais que respeitem um determinado limiar de quota de mercado, que não incluem quaisquer restrições graves e que observem as condições específicas nele previstas.⁹³

3.1 Duplo Limiar de Quota de Mercado

A já mencionada possibilidade de os acordos verticais proporcionarem ganhos de eficiência que compensem eventuais efeitos negativos sobre a concorrência depende do grau do poder de mercado das empresas participantes no acordo, existindo maior probabilidade de os efeitos positivos prevalecerem sobre os negativos quando aquelas empresas não detêm um

transações diretas entre essas empresas e os consumidores finais, independentemente de as transações serem ou não concluídas em última instância.”

⁹² Cfr. Pontos (104) e (105) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁹³ Lê-se, aliás, no Considerando (17) do Regulamento (UE) 2022/720: “A limitação da quota de mercado, a não isenção de certos acordos verticais e as condições previstas no presente regulamento asseguram, geralmente, que os acordos a que a isenção por categoria é aplicável não permitirão que as empresas participantes eliminem a concorrência em relação a uma parte significativa dos bens ou serviços em questão.”

poder de mercado significativo, porque aí enfrentam a concorrência de outros fornecedores de bens ou serviços considerados substituíveis pelo comprador.⁹⁴

A avaliação do poder de mercado é feita a partir da análise das quotas de mercado das empresas participantes no acordo vertical, que se demonstram decisivas para determinar a exequibilidade da aplicação da isenção prevista no artigo 2.º. Relativamente à lógica a seguir, mantém-se a do duplo limiar de quota de mercado que já constava do Regulamento (UE) n.º 330/2010, que reflete a necessidade de ter em consideração os distribuidores de dimensões relevantes, ou seja, deve-se atender não só à quota de mercado do fornecedor, como também à quota de mercado do comprador para determinar se um acordo vertical é ou não isento pelo Regulamento.⁹⁵

Nos termos do artigo 3.º, n.º 1, para que um acordo vertical beneficie da isenção prevista no artigo 2.º, nem a quota de mercado do fornecedor, no mercado em que vende os produtos ou serviços contratuais (mercado de oferta relevante), nem a quota de mercado do comprador, no mercado em que compra os produtos ou serviços contratuais (mercado de compra relevante), podem exceder 30%.⁹⁶ Assim, se cada empresa parte num acordo vertical detiver uma quota de mercado igual ou inferior ao limiar de 30% do mercado relevante, pode presumir-se que o acordo vertical em questão, desde que não contenha determinados tipos de restrições graves da concorrência, acabará por originar benefícios objetivos que ultrapassem os seus efeitos anticoncorrenciais, uma vez que pode conduzir a uma melhoraria da produção ou da distribuição dos bens ou serviços contratuais e, conseqüentemente, favorecer os consumidores finais ao proporcionar-lhes uma parte equitativa dos benefícios daí resultantes.⁹⁷

O artigo 3.º, n.º 2 estabelece ainda que, em caso de acordo vertical multilateral, que envolva três partes que se situem em diferentes estádios da atividade comercial, a quota de mercado de cada uma das partes não pode ultrapassar o limiar de 30% para que se aplique a isenção prevista no artigo 2.º. No fundo, se uma primeira empresa comprar os bens ou serviços contratuais a uma segunda empresa que seja parte no acordo vertical e os revender a uma terceira empresa que também seja parte no acordo, a isenção prevista no artigo 2.º do

⁹⁴ Cfr. Considerando (7) do Regulamento (UE) 2022/720.

⁹⁵ Para RICHARD WISH e DAVID BAILEY (2021): “*One of the key features of Regulation 330/2010 is the inclusion of a market share cap for determining which agreements would benefit from block exemption. It is a manifestation of the ‘economics-oriented approach’ that characterises the Regulation.*”, p. 694.

⁹⁶ Neste sentido, *vide* JEAN-FRANÇOIS BELLIS (2011), p. 28.

⁹⁷ Cfr. Considerandos (8) e (9) do Regulamento (UE) 2022/720.

Regulamento apenas se aplica se a quota de mercado da primeira empresa, enquanto compradora e fornecedora, não exceder o limiar de 30%.⁹⁸

Para determinar quotas de mercado, importa antes de tudo definir o mercado relevante em que as empresas em causa vendem ou comprem determinados bens ou serviços, pelo que se torna indispensável determinar o mercado do produto relevante e o mercado geográfico relevante. Assim, tal como refere MIGUEL SOUSA FERRO (2015), “(...) *através da definição de mercados (...) identificam-se, de modo aproximado e sistemático, as pressões concorrenciais efetivas e imediatas à concorrência na oferta de determinado produto/serviço, mais aptas a dissuadir um pequeno aumento de preços ou uma pequena redução da quantidade oferecida acima de níveis concorrenciais.*”⁹⁹

De acordo com a *Comunicação da Comissão de 1997 sobre a definição do mercado relevante*, o mercado do produto relevante é aquele que inclui “*todos os produtos e/ou serviços considerados permutáveis ou substituíveis pelo consumidor devido às suas características, preços e utilização pretendida.*”¹⁰⁰ Aqui, a substituíbilidade é a principal característica que provoca pressão concorrencial sobre as empresas e que, portanto, condiciona o seu poder de mercado, e decorre quer do lado da procura¹⁰¹, quer do lado da oferta¹⁰².

A referida Comunicação considera, por outro lado, que o mercado geográfico relevante é que aquele que “*compreende a área em que as empresas em causa fornecem bens ou serviços, em que as condições da concorrência são suficientemente homogêneas e podem distinguir-se de áreas geográficas vizinhas devido ao facto, em especial, de as condições da concorrência serem consideravelmente diferentes nessas áreas*”.¹⁰³ De referir que já o TJUE, através do

⁹⁸ Cfr. Ponto (173) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

⁹⁹ MIGUEL SOUSA FERRO (2015), *op. cit.*, p. 259.

¹⁰⁰ COMISSÃO EUROPEIA – *Comunicação da Comissão relativa à definição de mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência*, *op. cit.*, parágrafo 7.

¹⁰¹ Na substituíbilidade do lado da procura, a Comissão adotou em 1997 a metodologia seguida nos Estados Unidos da América do critério SSNIP (*small but significant and non-transitory price increase*), que também pode ser designado por critério do monopolista hipotético, que mede a influência ao nível dos consumidores e concorrentes efetivos resultante de um pequeno e duradouro, mas não desprezível, aumento do preço de um certo bem num determinado período de tempo. *Vide*, neste sentido, MIGUEL MOURA E SILVA (2018) pp. 176-177.

¹⁰² Na substituíbilidade do lado da oferta, importa determinar se, perante um aumento de preço por parte de determinada empresa, a sua empresa concorrente tem ou não condições de aumentar a produção em tempo útil, de forma duradoura e rentável, para satisfazer a procura adicional de que o seu produto pode passar a ser alvo e, assim, beneficiar reflexamente da estratégia do rival.

¹⁰³ COMISSÃO EUROPEIA – *Comunicação da Comissão relativa à definição de mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência*, *op. cit.*, parágrafo 8.

acórdão *United Brands*¹⁰⁴, tinha definido mercado geográfico relevante como uma “(...) zona geográfica claramente definida na qual é comercializado (o produto em causa) e onde as condições de concorrência são suficientemente homogêneas para se poder apreciar o efeito do poder económico da empresa em questão.”

Definido o mercado relevante das empresas em questão, procede-se ao cálculo das quotas de mercado, decorrendo do artigo 8.º, al. a) que as quotas de mercado do fornecedor e do comprador devem ser calculadas com base em dados sobre os valores, a quota do fornecedor é calculada com base no valor das vendas no mercado e a quota do comprador é calculada com base no valor das compras no mercado. No entanto, se aqueles valores não se encontrarem disponíveis, podem ser utilizadas estimativas devidamente fundamentadas baseadas noutras informações de mercado fiáveis, tais como dados sobre os valores transacionados.

3.2 Restrições que Eliminam o Benefício de Isenção por Categoria – “Restrições Graves”

O artigo 4.º contém uma lista de restrições da concorrência que, na maioria das situações, devem ser proibidas devido ao prejuízo que podem causar aos consumidores finais. No fundo, em causa estão restrições que eliminam o benefício de isenção por categoria, na medida em que quando um acordo vertical contém uma ou mais restrições graves, todo o acordo vertical em questão está excluído do âmbito de aplicação da zona de segurança conferida pelo artigo 2.º, mesmo nos casos em que as quotas de mercado do fornecedor e do comprador sejam inferiores a 30%.

Presume-se ainda improvável que um acordo vertical excluído do benefício de isenção por categoria pelos motivos *supra* referidos cumpra as condições do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, embora as empresas podem, no âmbito de uma análise individual, demonstrar que os efeitos pró-concorrenciais compensam os efeitos negativos, de modo a inverter a presunção negativa.¹⁰⁵

Em suma, mesmo nas situações em que um acordo vertical incluía uma restrição grave na aceção do artigo 4.º, pode acontecer que esse mesmo acordo obtenha um tratamento favorável nos termos do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, devendo a empresa em causa, para o efeito,

¹⁰⁴ Ac. TJUE, de 14/02/1978, Proc.º 27/76, *United Brands c. Comissão*. Parágrafo 11, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹⁰⁵ Cfr. Ponto (181) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

fundamentar a probabilidade da obtenção de ganhos de eficiência resultantes da inclusão da restrição grave no acordo vertical em questão.¹⁰⁶

A este propósito, as Orientações 2022 contêm alguns exemplos que ilustram situações excepcionais em que as restrições verticais podem ser objetivamente necessárias para aplicação de um acordo vertical específico, não sendo abrangidas pela aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Assim: *i*) uma restrição grave pode ser necessária para assegurar o cumprimento de uma proibição pública de venda de substâncias perigosas a determinados clientes por razões de segurança ou saúde¹⁰⁷; *ii*) no caso de um sistema de distribuição seletiva, os fornecimentos cruzados entre distribuidores autorizados devem, normalmente, continuar a ser possíveis – todavia, as restrições às vendas ativas podem, em casos individuais, preencher as condições previstas no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, por exemplo quando em causa estejam investimentos em atividades promocionais por parte dos distribuidores no território em que distribuem os bens ou serviços contratuais, com o intuito de auxiliar as vendas dos retalhistas autorizados, e não seja fácil especificar quais as obrigações contratuais de cariz promocional estipuladas no acordo¹⁰⁸; *iii*) no caso de um verdadeiro teste de um novo produto num território limitado ou junto de um grupo de clientes limitado, os distribuidores podem ver restringidas as suas vendas ativas a efetuar fora do mercado a ser testado ou fora do grupo de clientes junto dos quais o produto ainda não tenha sido introduzido.¹⁰⁹

Posto isto, e voltando ao artigo 4.º, é possível concluir que existem quatro tipos de restrições graves: *i*) imposição de preços de revenda, ou seja, a exigência de que o comprador fixe o seu preço de venda dentro de um determinado intervalo; *ii*) restrições relacionadas com sistemas de distribuição específicos: distribuição exclusiva, distribuição seletiva ou distribuição livre; *iii*) restrições às vendas online, *in casu* acordos verticais que proibam o comprador de utilizar a Internet para vender os bens ou serviços contratuais; *iv*) restrição da capacidade do fornecedor de vender componentes como peças sobresselentes a consumidores finais ou a estabelecimentos de reparação, a grossistas ou a outros prestadores de serviços de assistência não designados pelo comprador para reparação ou manutenção dos seus bens.

¹⁰⁶ Vide, sobre os ganhos de eficiência, Ponto (16) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁰⁷ Cfr. Ponto (180) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁰⁸ Cfr. Pontos (183) e (237) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁰⁹ Cfr. Ponto (184) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

3.2.1 Imposição de Preços de Revenda

Do artigo 4.º, al. a) resulta que a imposição de preços de revenda pelo fornecedor é insuscetível de ser abrangida pela isenção prevista no artigo 2.º, ou seja, os acordos verticais que, direta ou indiretamente, tenham por objeto a restrição da capacidade de o comprador estabelecer o seu preço de venda, incluindo os acordos que estabelecem um patamar mínimo ou fixo de preços de revenda a observar pelo comprador, ficam sob alçada do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE. Não obstante, não constituem restrições graves a imposição pelo fornecedor de um preço máximo de revenda nem a recomendação de um preço de revenda, desde que estes preços não estejam relacionados com incentivos à aplicação de um determinado intervalo de preços ou desincentivos à redução do preço.¹¹⁰

A imposição de preços de revenda pelo fornecedor pode ser aplicada por meios diretos, quando resulta diretamente do instrumento contratual que estabelece o preço de revenda que o comprador deve respeitar, que permite ao fornecedor fixar o preço de revenda e que proíbe o comprador cobrar abaixo de um determinado intervalo de preços¹¹¹, ou por meios indiretos, nomeadamente por meios de incentivos à observância de um preço mínimo ou desincentivos ao desvio de um preço mínimo.¹¹²

No âmbito de um contrato de agência, qualquer imposição sobre o agente de uma obrigação que o restrinja de partilhar a sua comissão com o cliente, independentemente de esta ser fixa ou variável, constitui uma restrição grave na aceção do artigo 4.º, al. a), devendo o agente ter a liberdade de reduzir o preço que o cliente efetivamente pagou sem diminuir as receitas devidas ao principal.¹¹³

¹¹⁰ Cfr. Pontos (185) e (188) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹¹¹ Vide, por exemplo, Decisão da Comissão, de 17/12/2018, Proc.º n.º AT.40428, *Guess*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹¹² São exemplos de meios indiretos de imposição de preços de revenda pelo fornecedor: acordos relativos à fixação da margem de distribuição ou relativos à fixação de níveis máximos de desconto, subordinação da concessão de reduções ou reembolsos de custos subordinados a um determinado nível de preços, imposição de políticas de preços publicitários mínimos, associação do preço de revenda estabelecido aos preços de revenda de concorrentes, ameaças, intimidações, avisos, sanções, atrasos ou suspensão de entregas ou cessação de contratos em função da observância de um determinado nível de preços. Cfr. Ponto (187) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹¹³ Vide, por exemplo, Decisão da Comissão, de 18/10/1991, Proc.º n.º IV/32.737, *Eirpage*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

3.2.2 Restrições relacionadas com Sistemas de Distribuição Específicos

O artigo 4.º, als. b), c) e d) contém uma lista de restrições graves e exceções aplicáveis de acordo com o tipo de sistema de distribuição utilizado pelo fornecedor: distribuição exclusiva, distribuição seletiva ou distribuição livre.

3.2.2.1 Distribuição Exclusiva

A restrição grave que consta do 4.º, al. b) refere-se aos acordos verticais que tenham por objetivo, direta ou indiretamente, a restrição do território ou do grupo de clientes a quem um comprador (distribuidor exclusivo), ao qual o fornecedor tenha atribuído a título exclusivo um determinado território ou grupo de clientes, pode vender ativa ou passivamente os bens ou serviços.

Portanto, o artigo 4.º, al. b) diz respeito às situações em que o fornecedor opera um sistema de distribuição exclusiva¹¹⁴, que comporta determinadas ameaças ao ambiente concorrencial: *i*) repartição do mercado, que pode facilitar a discriminação de preços, com a consequência de determinados consumidores pagarem um preço superior pelo mesmo produto, em comparação com outros consumidores; *ii*) facilitação da colusão, tanto ao nível do fornecedor como ao nível do distribuidor, ou seja, carteis *hub-and-spoke* que combinam características verticais e horizontais, já que procedem à coordenação de práticas entre concorrentes através da intervenção de um não concorrente; *iii*) evicção de outros distribuidores e, conseqüentemente, abrandamento da concorrência intramarca (ou seja, concorrência entre distribuidores dos bens ou serviços do mesmo fornecedor) e intermarcas (ou seja, concorrência entre distribuidores dos bens ou serviços de diferentes fornecedores).¹¹⁵

Existem cinco exceções à restrição grave estabelecida no artigo 4.º, al. b): *i*) o fornecedor pode restringir as vendas ativas a efetuar pelo distribuidor e pelos seus clientes diretos num território ou a um grupo de clientes reservado ao fornecedor ou exclusivamente atribuído pelo fornecedor a um máximo de cinco outros distribuidores exclusivos; *ii*) os distribuidores exclusivos podem restringir as vendas ativas e passivas por parte dos seus clientes a distribuidores não autorizados em territórios onde o fornecedor também opera um sistema de

¹¹⁴ O artigo 1.º, n.º 1, al. h) define “sistema de distribuição exclusiva” como “*um sistema de distribuição em que o fornecedor atribui um território ou um grupo de clientes exclusivamente a si próprio ou a um máximo de cinco compradores e restringe a possibilidade e todos os outros compradores venderem ativamente no território exclusivo ou ao grupo exclusivo de clientes.*”

¹¹⁵ Cfr. Ponto (119) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

distribuição seletiva para os bens ou serviços contratuais; *iii*) o fornecedor pode restringir o local de estabelecimento de um distribuidor exclusivo, o que significa que este último deve restringir os seus estabelecimentos e respetivos armazéns a um determinado endereço¹¹⁶; *iv*) o fornecedor pode restringir as vendas ativas e passivas a utilizadores finais por parte de um grossista exclusivo, o que significa que o fornecedor mantém separados os diferentes estádios da atividade comercial grossista e retalhista; *v*) o fornecedor pode restringir a capacidade de um distribuidor exclusivo para, ativa ou passivamente, vender componentes, fornecidos para efeitos de incorporação, a clientes que os utilizariam para fabricar bens do mesmo tipo que os produzidos pelo fornecedor.

De mencionar que à limitação de cinco distribuidores exclusivos¹¹⁷ subjaz uma lógica de proteção de territórios ou grupo de clientes atribuídos, na medida em que a distribuição exclusiva pode conduzir a situações de ganhos de eficiência através da realização de fortes investimentos iniciais por parte dos distribuidores na promoção e venda dos bens ou serviços do fornecedor.¹¹⁸ Para preservar os incentivos ao investimento, a Comissão Europeia refere que “(...) o fornecedor deve proteger os seus distribuidores exclusivos contra as vendas ativas, incluindo a publicidade em linha direcionada, no seu território exclusivo ou ao seu grupo de clientes exclusivo efetuadas pelos outros compradores do fornecedor.”¹¹⁹

Note-se, contudo, que a referida proteção não é absoluta, já que a fim de evitar a repartição do mercado, não podem ser restringidas as vendas passivas nos territórios ou grupos de clientes exclusivamente atribuídos.¹²⁰

Por fim, importa referir que podem os acordos de distribuição exclusiva beneficiar da isenção prevista no artigo 2.º, desde que a quota de mercado do fornecedor e do comprador não exceda o já referido limiar de 30% e o acordo em questão não contenha nenhuma restrição grave na aceção do artigo 4.º.

¹¹⁶ De referir que a criação e a utilização de uma loja online por parte do distribuidor exclusivo não correspondem à abertura de um estabelecimento físico e, como tal, não podem ser restringidas.

¹¹⁷ Acima de cinco distribuidores, existe uma forte possibilidade de se gerar um problema de parasitismo entre os investimentos dos distribuidores exclusivos, assim eliminando-se a eficiência que se pretende alcançar com a distribuição exclusiva.

¹¹⁸ Normalmente, estes ganhos de eficiência dizem respeito à criação de novos mercados, pelo que se torna necessária a proteção dos distribuidores exclusivos que têm de efetuar pesados investimentos iniciais para a implementação de uma nova marca ou de um novo produto, dos outros distribuidores no mesmo mercado.

¹¹⁹ Comunicação da Comissão – Orientações 2022, *op. cit.*, Ponto (219).

¹²⁰ Cfr. Ponto (222) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

3.2.2.2 Distribuição Seletiva

O artigo 4.º, al. c) consagra três restrições graves para os casos em que o fornecedor opera um sistema de distribuição seletiva¹²¹: i) acordos que tenham por objeto, direta ou indiretamente, a restrição do território em que ou dos clientes aos quais os distribuidores selecionados podem ativa ou passivamente vender os bens ou serviços contratuais¹²²; ii) fornecimento cruzados entre distribuidores selecionados no âmbito de um sistema de distribuição seletiva; iii) vendas ativas ou passivas a utilizadores finais por distribuidores selecionados que exercem atividade ao nível do comércio retalhista.¹²³

Ora, os sistemas de distribuição seletiva são precisamente aqueles em que, nas palavras de SÓNIA CARVALHO (2017), “(o) produtor constrói (...) um sistema de distribuição, no qual os produtos são comercializados exclusivamente através de revendedores (selecionados) que respondam a determinados parâmetros de competência profissional, qualidade de serviço e prestígio do ponto de venda fixados pelo produtor.”¹²⁴

Para selecionar os distribuidores autorizados, o fornecedor utiliza determinados critérios que podem ser qualitativos¹²⁵ ou quantitativos, ou então uma combinação de ambos. Nos critérios qualitativos o número de distribuidores é indiretamente limitado através da imposição de condições que apenas podem ser satisfeitas por determinados distribuidores – por exemplo, a formação do pessoal de vendas. Já nos critérios quantitativos o número de distribuidores autorizados para determinado produto é diretamente limitado – por exemplo, a imposição de um número fixo de distribuidores. Assim, a restrição ao nível dos distribuidores acaba por ser a principal característica dos acordos de distribuição seletiva, pelo que facilmente se compreende que a utilização de acordos de distribuição seletiva pode conduzir à diminuição drástica da concorrência intramarca, abrandando a concorrência quando há evicção de distribuidores.¹²⁶

¹²¹ O artigo 1.º, n.º, al. g) define “sistema de distribuição seletiva” como “um sistema de distribuição em que o fornecedor se compromete a vender os bens ou serviços contratuais, quer direta quer indiretamente, apenas a distribuidores selecionados com base em critérios especificados e em que estes distribuidores se comprometem a não vender tais bens ou serviços a distribuidores não autorizados no território reservado pelo fornecedor para o funcionamento de tal sistema.”

¹²² As exceções à restrição grave estabelecida no artigo 4.º, al. b) são as mesmas para a restrição grave estabelecida no artigo 4.º, al. c) com as devidas adaptações de terminologia.

¹²³ Cfr. Pontos (227), (234) e (237) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹²⁴ SÓNIA CARVALHO (2017), *op. cit.*, p. 440.

¹²⁵ Vide, Ac.TJUE de 25/10/1997, Proc.º 26/76, *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG contra Comissão das Comunidades Europeias*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹²⁶ Assim, tal como os acordos de distribuição exclusiva, também os de distribuição seletiva restringem as possibilidades de revenda. Contudo, enquanto que na distribuição exclusiva o distribuidor está protegido contra as

Por fim, é de referir que, também os acordos de distribuição seletiva (qualitativa e/ou quantitativa) podem beneficiar da isenção prevista no artigo 2.º, desde que as quotas de mercado do fornecedor e do comprador não sejam superiores a 30% e o acordo não contenha restrições graves na aceção do artigo 4.º.

3.2.2.3 Distribuição Livre

Por fim, a restrição grave estabelecida no artigo 4.º, al. d) diz respeito aos acordos que tenham por objeto, direta ou indiretamente, a restrição do território ou dos clientes aos quais um comprador de um sistema livre pode ativa ou passivamente vender os bens ou serviços contratuais¹²⁷ – portanto, reporta-se às situações em que o fornecedor não opera nem um sistema de distribuição exclusiva, nem um sistema de distribuição seletiva.¹²⁸

3.2.3 Restrições às Vendas Online

Por sua vez, o artigo 4.º, al. e) determina que os acordos verticais que tenham por objetivo, direta ou indiretamente, obstruir o comprador ou os seus clientes da efetiva utilização da Internet para efeitos de venda dos bens ou serviços contratuais em determinados territórios ou a determinados grupos de clientes constituem restrição grave e, portanto, são insuscetíveis de beneficiar da isenção prevista no artigo 2.º.¹²⁹

Na prática, são abrangidos pela restrição grave *supra* mencionada dois tipos de acordos. Desde logo, os acordos verticais que não tenham diretamente como objetivo proibir o comprador de utilizar a Internet para vender os bens ou serviços contratuais, mas antes impedi-lo a ele ou aos seus clientes de utilizarem efetivamente a Internet para efeitos de venda dos bens ou serviços contratuais em determinados territórios ou a determinados clientes¹³⁰. Mas também os acordos verticais que diretamente proibam o comprador de efetuar a venda dos bens ou serviços contratuais através da utilização da Internet, assim restringindo as vendas passivas a

vendas ativas provenientes do exterior do território a si exclusivamente atribuído, na distribuição seletiva o distribuidor está protegido contra as vendas ativas e passivas efetuadas por distribuidores não autorizados.

¹²⁷ As exceções às restrições graves estabelecidas no artigo 4.º, al. b) e al. c) são as mesmas para a restrição grave estabelecida no artigo 4.º, al. d), com as devidas adaptações de terminologia.

¹²⁸ Cfr. Ponto (238) das Orientações Sobre Restrições Verticais de 2022.

¹²⁹ A restrição a que se reporta o artigo 4.º, al. e) do RRV22 constitui uma novidade relativamente ao Regulamento (UE) n.º 330/2010, já que este último não fazia qualquer menção às vendas em linha e à publicidade em linha.

¹³⁰ Por exemplo, os acordos verticais que têm como propósito impedir que o comprador utilize um ou mais canais em linha inteiros, como os serviços de comparação de preços ou os motores de pesquisa para publicidade, ou até mesmo aqueles que têm por objetivo impedir o comprador de criar ou utilizar a sua própria loja em linha.

consumidores finais aos quais faria mais sentido a aquisição em linha por se encontrem localizados fora da zona comercial física do comprador.¹³¹

De referir que a classificação de uma restrição como grave na aceção do artigo 4.º, al. e) pode atender ao conteúdo e ao contexto da restrição, mas não deve depender das circunstâncias específicas do mercado ou das características pessoais das partes.

Note-se, por fim, que desde que as restrições às vendas em linha e à publicidade em linha não tenham por objetivo o *supra* referido, deverão beneficiar da isenção por categoria estabelecida no artigo 2.º. Pode, de igual modo, o fornecedor impor ao comprador, requisitos relacionados com a forma como os bens ou serviços contratuais devem ser vendidos em linha e que beneficiam dessa isenção.¹³²

3.2.4 Restrições das Vendas de Peças Sobresselentes

Por último, da restrição grave que consta do artigo 4.º, al. f) resulta que não são podem gozar da isenção prevista no artigo 2.º os acordos, celebrados entre um fabricante de peças sobresselentes e um comprador que as incorpora nos seus próprios produtos (fabricante de equipamento original), que impendem ou restringem, direta ou indiretamente, os utilizadores finais, os reparadores independentes, os grossistas e os prestadores de serviços de obterem aquelas peças diretamente junto do respetivo fabricante.¹³³

Finalizando, por tudo o *supra* explanado relativamente às restrições graves, importa relembrar que, mesmo nas situações em que um acordo vertical contém uma restrição grave na aceção do artigo 4.º, pode o acordo em questão cair sob a alçada do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, por gerar ganhos de eficiência.¹³⁴ Mas tenha-se presente que, quando as empresas consideram que a inclusão dessa restrição grave no acordo vertical gera ganhos de eficiência, devem estas ser capazes de fundamentar essa hipótese com elementos concretos e demonstrar que todas as condições do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE são cumpridas.¹³⁵

¹³¹ Cfr. Ponto (203) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹³² Por exemplo, requisitos destinados a garantir a qualidade ou o aspeto específico da loja em linha do comprador, ou requisitos que dizem respeito à apresentação dos bens ou serviços contratuais na loja em linha, como o número mínimo de artigo apresentados.

¹³³ Cfr. Ponto (245) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹³⁴ Por exemplo, no âmbito da imposição de preços de revenda, os preços de revenda fixos podem ser necessários para organizar uma campanha coordenada de preços baixos a curto prazo (por norma, de duas a seis semanas), em especial num sistema de franquia, em que o fornecedor aplica um formato de distribuição uniforme.

¹³⁵ Cfr. artigo 2.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003.

3.3 Restrições Excluídas do Regulamento de Isenção por Categoria

O artigo 5.º exclui do âmbito de aplicação da isenção prevista no artigo 2.º determinadas obrigações incluídas em acordos verticais, independentemente do duplo limiar de quota de mercado de 30% ter ou não sido ultrapassado. Note-se, tudo isto apenas significa que as obrigações enumeradas no artigo 5.º estão sujeitas a uma apreciação individual à luz do artigo 101.º do TFUE, não se pode presumir que são abrangidas pelo artigo 101.º, n.º 1 do TFUE nem que (não) cumprem as condições do artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.¹³⁶

De notar, também, que a exclusão a que se reporta o artigo 5.º, diz apenas respeito à obrigação específica, desde que a obrigação em causa possa ser dissociada do restante acordo vertical, o que significa que pode a isenção conferida pelo artigo 2.º continuar a aplicar-se à parte autónoma do acordo.

3.3.1 Obrigações de Não Concorrência Durante a Vigência do Contrato

Refere o artigo 5.º, n.º 1, al. a) que a isenção prevista no artigo 2.º não se aplica às obrigações de não concorrência¹³⁷ incluídas em acordos verticais e cuja duração seja indefinida ou superior a cinco anos.

Bastante comuns nos contratos de concessão comercial, as obrigações de não concorrência retratam uma pretensão de não concorrência associada a uma obrigação de compra de determinadas quantidades, isto é, o comprador fica impedido de adquirir bens ou serviços concorrentes ou as suas compras são limitadas a menos de 20% das suas aquisições totais.

Contudo, as obrigações de não concorrência tacitamente renováveis por uma duração superior a cinco anos podem gozar da isenção por categoria prevista no artigo 2.º, desde que não existam obstáculos que impeçam o comprador de renegociar ou pôr efetivamente termo ao acordo vertical que inclui a obrigação, num prazo de aviso prévio e a um custo aceitável, assim dando oportunidade ao comprador de mudar de fornecedor no final do período de cinco anos.¹³⁸

¹³⁶ Cfr. Ponto (246) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹³⁷ O artigo 1.º, n.º 1, al. f) define “obrigação de não concorrência” como “qualquer obrigação direta ou indireta que impeça o comprador de fabricar, adquirir, vender ou revender bens ou serviços que entrem em concorrência com os bens ou serviços contratuais, ou qualquer obrigação direta ou indireta, imposta ao comprador, de adquirir ao fornecedor ou a outra empresa designada pelo fornecedor de mais de 80% das suas compras totais dos bens ou serviços contratuais e respetivos substitutos no mercado relevante, calculados com base no valor, ou caso tal corresponda à prática normal do setor, com base no volume das suas compras no ano civil anterior.”

¹³⁸ Por exemplo, se o fornecedor conceder um empréstimo ao comprador, o reembolso de tal empréstimo não pode impedir o comprador de efetivamente pôr termo à obrigação de concorrência após o termo do prazo de cinco anos.

Por fim, de acordo com o disposto no artigo 5.º, n.º 2, o prazo máximo de cinco anos para as obrigações de não concorrência não se aplica quando o comprador revende os bens ou serviços contratuais a partir de instalações e terrenos que sejam propriedade do fornecedor ou tomadas de arrendamento pelo fornecedor a terceiros alheios ao comprador. Excepcionalmente, a obrigação de concorrência pode ser imposta por um período superior, desde que não ultrapasse o período de ocupação do ponto de venda por parte do comprador, o que se compreende, já que não é razoável esperar que um fornecedor permita que produtos concorrentes sejam vendidos a partir da sua propriedade sem a sua autorização.¹³⁹

3.3.2 Obrigações de Não Concorrência Após o Termo do Contrato

Por seu turno, a exclusão do benefício da isenção por categoria a que se refere o artigo 5.º, n.º 1, al. b) diz respeito à obrigação de não concorrência a partir do termo do acordo vertical, ou seja, obrigação de não concorrência impostas aos compradores por uma determinada duração após o termo do respetivo acordo.

Contudo, o artigo 5.º, n.º 3 derroga o *supra* exposto, ao salientar que a isenção por categoria prevista no artigo 2.º aplicar-se-á desde que a obrigação de não concorrência seja, cumulativamente, indispensável para proteger o saber-fazer transferido pelo fornecedor ao comprador; limitada às instalações e terrenos que constituem o ponto de venda a partir do qual o comprador operou durante o período contratual, e limitada a um período máximo de um ano após o termo do acordo.¹⁴⁰

3.3.3 Obrigações de Não Concorrência Impostas a um Sistema de Distribuição Seletiva

O artigo 5.º, n.º 1, al. c) diz respeito à venda de bens ou serviços concorrentes num sistema de distribuição seletiva. Ora, se o fornecedor impedir, quer direta quer indiretamente, os distribuidores por si selecionados de comprarem produtos para posterior revenda a um ou mais determinados fornecedores concorrentes, não pode essa obrigação beneficiar da isenção por categoria.

A lógica subjacente a esta exclusão é, precisamente, evitar que determinados fornecedores, que façam uso dos mesmos estabelecimentos de distribuição seletiva, impeçam outros concorrentes de utilizarem tais estabelecimentos para distribuição dos seus produtos.¹⁴¹

¹³⁹ Cfr. Ponto (249) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁴⁰ Cfr. Ponto (250) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁴¹ Cfr. Ponto (252) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

3.3.4 Obrigações de Paridade Retalhista entre Plataformas

A última exclusão, prevista no artigo 5.º, n.º 1, al. d), refere-se às obrigações de paridade que, direta ou indiretamente, impedem os compradores de serviços de intermediação em linha de oferecer, vender ou revender bens ou serviços a utilizadores finais em condições mais favoráveis, através de serviços de intermediação em linha concorrentes.

As obrigações de paridade de retalho entre plataformas impostas pelos prestadores de serviços de intermediação em linha podem resultar de cláusulas contratuais ou de outras medidas diretas ou indiretas, como incentivos cuja aplicação esteja dependente das condições em que o comprador dos serviços de intermediação em linha oferece bens ou serviços a utilizadores finais recorrendo a prestadores concorrentes de tais serviços.¹⁴²

De resto, todos os demais tipos de obrigação de paridade continuam a beneficiar da isenção prevista no artigo 2.º, incluindo as obrigações de paridade restritas, isto é, obrigações de paridade retalhista relacionadas com os canais de venda direta dos compradores de serviços de intermediação em linha.

4. Retirada da Isenção por Categoria e Não Aplicação do Regulamento

O artigo 6.º determina que a Comissão ou a Autoridade da Concorrência de um Estado-Membro pode retirar o benefício previsto no RRV22 quando se verifique que, num caso específico, um acordo vertical ao qual se aplica a isenção nele prevista tem, não obstante, efeitos incompatíveis com o artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, nos termos do artigo 29.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003.¹⁴³

A Comissão ou a Autoridade da Concorrência de um Estado-Membro também pode retirar o benefício do RRV22 quando um acordo vertical produz efeitos em combinação com acordos idênticos celebrados por fornecedores ou compradores concorrentes. Ora, tal deve-se

¹⁴² Por exemplo, quando o prestador de serviços de intermediação em linha aplica uma taxa de comissão mais baixa à concessão, pelo comprador, de condições de paridade face aos prestadores de intermediação em linha concorrentes, tal equivale a uma obrigação de paridade retalhista entre plataformas.

¹⁴³ O artigo 29.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003 não se refere aos órgãos jurisdicionais dos Estados-Membros, pelo que os Tribunais Nacionais não podem retirar o benefício da aplicação do Regulamento (UE) 2022/720, ficando tal competência apenas reservada à Comissão ou às Autoridades Competentes de cada Estado-Membro. Vide, neste sentido, Ac. TJUE, de 28/02/1991, Proc.º C-234/89, *Stergios Delimitis v. Henninger Bräu AG*, www.eur-lex.europa.eu.

ao facto de as redes paralelas de acordos verticais similares serem suscetíveis de produzir efeitos anticoncorrenciais cumulativos incompatíveis com o artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.¹⁴⁴

Em todo o caso, cabe à Comissão ou à Autoridade da Concorrência, caso retirem o benefício do Regulamento, o ónus de provar que o acordo vertical em questão restringe a concorrência na aceção do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE e que o acordo não cumpre, pelo menos, uma das quatro condições previstas no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.¹⁴⁵

Finalizando, de acordo com o artigo 1.º-A do Regulamento n.º 19/65/CEE, o artigo 7.º do RRV22 permite, a fim de reforçar o controlo das redes paralelas de restrições verticais idênticas que representem mais de 50% de um mercado relevante, que a Comissão adote regulamento para declarar a inaplicabilidade do RRV22 a acordos verticais que incluam restrições específicas relativas ao mercado em causa, assim plenamente aplicando-se o artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.¹⁴⁶

CAPÍTULO IV – APLICAÇÃO DO ARTIGO 101.º TFUE AOS CONTRATOS DE DISTRIBUIÇÃO

1. Condições de Aplicabilidade do artigo 101.º do TFUE

Como já se sabe, o artigo 101.º do TFUE proíbe determinadas práticas comerciais suscetíveis de afetar o comércio entre os Estados-Membros e que tenham por escopo impedir, restringir ou falsear de forma significativa a concorrência no mercado interno. Ora, significa isto precisamente que não são abrangidos pelo âmbito de aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE os denominados “acordos de menor importância”, isto é, acordos que não afetem sensivelmente as trocas comerciais entre os Estados-Membros ou que não restrinjam sensivelmente a concorrência.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Consta, aliás, no Considerando (20) do Regulamento (UE) 2022/720: “A fim de determinar se o benefício do presente regulamento deve ser retirado nos termos do artigo 29.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003, é necessário ter em especial atenção os efeitos anticoncorrenciais que podem decorrer da existência de redes paralelas de acordos verticais com efeitos similares, que restringem significativamente o acesso a um mercado relevante ou a concorrência nesse mercado. Tais efeitos cumulativos podem, em particular, surgir no caso de distribuição exclusiva, fornecimento exclusivo, distribuição seletiva, obrigações de paridade ou obrigações de não concorrência.”

¹⁴⁵ Vide, por exemplo, Decisão da Comissão, de 19/06/2013, Proc.º n.º AT.39226, *Lundbeck*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹⁴⁶ Cfr. Pontos (269), (270) e (271) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁴⁷ Vide, neste sentido, Ac. TJUE, de 13/12/2012, Proc.º n.º C-226/11, *Expedia Inc. v. Autorité de la concurrence*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

Conforme estabelecido na Comunicação de *minimis*¹⁴⁸ os acordos verticais celebrados por empresas não concorrentes não justificam a aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE se a quota de mercado de cada uma das empresas partes no acordo não ultrapassar 15% em qualquer um dos mercados relevantes afetados pelo respetivo acordo.¹⁴⁹ Existem, contudo, duas exceções. Desde logo, se a concorrência for restringida num mercado relevante pelo efeito cumulativo de redes paralelas de acordos, a quota de mercado é reduzida para 5%, já que a Comissão considera que os distribuidores ou fornecedores individuais com uma quota de mercado de 5% não contribuem sensivelmente para um efeito de exclusão cumulativo. Para além disso, e relativamente às restrições graves, o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE pode ser aplicável abaixo do patamar de 15% quando exista um efeito considerável sobre o comércio entre Estados-Membros e sobre a concorrência.¹⁵⁰

Não obstante, os acordos verticais celebrados entre empresas cuja quota de mercado exceda o limiar de 15% podem, ainda assim, não ter um efeito considerável no comércio entre os Estados-Membros ou podem não constituir uma restrição sensível da concorrência. Importa, pois, apreciar tais acordos no seu contexto jurídico e económico.

Refira-se ainda, a este nível, as orientações relativas à afetação do comércio¹⁵¹, que esclarecem o critério de afetação do comércio e indicam em que situações os acordos não são suscetíveis de afetar sensivelmente o comércio entre os Estados-Membros, a partir de uma presunção negativa ilidível que se aplica a todos os acordos na aceção do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE. Assim, os acordos verticais não são suscetíveis de afetar sensivelmente o comércio entre Estados-Membros se a quota de mercado agregada das partes em qualquer mercado relevante na União afetado pelo acordo não exceder 5% e se o volume de negócios anual combinado na União do fornecedor, gerado pelos produtos objeto do acordo, não ultrapassar 40 milhões de euros ou, quando em causa estejam acordos celebrados entre um comprador e vários fornecedores, as compras combinadas, do comprador, de produtos objeto do acordo, não ultrapassarem 40 milhões de euros.¹⁵²

¹⁴⁸ Comunicação da Comissão relativa aos acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do artigo 101.º, n.º 1, do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (2014/C 291/01), J.O. C 291 de 30/08/2014, p.1.

¹⁴⁹ Cfr. Ponto (8) da Comunicação *supra* mencionada.

¹⁵⁰ Cfr. Ponto (26) e (257) a (261) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁵¹ Comunicação da Comissão – Orientações sobre o conceito de afetação do comércio entre os Estados-Membros previsto nos artigos 81.º e 82.º do Tratado (2004/C 101/07), J.O. C 101 de 27/07/2004, p. 81.

¹⁵² Cfr. Ponto (52) da Orientações sobre o conceito de afetação do comércio entre os Estados-Membros.

Note-se, ainda, que a jurisprudência¹⁵³ e a doutrina¹⁵⁴ têm admitido que, para que o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE se aplique, a afetação do comércio entre os Estados-Membros não tem necessariamente que resultar de um acordo vertical celebrado por empresas sitas em Estados-Membros diferentes, o acordo celebrado entre duas empresas presentes no mesmo território pode mesmo ser suscetível de afetar o comércio entre os demais Estados-Membros.

Chegando a este nível, importa analisar a aplicação do artigo 101.º do TFUE aos principais contratos de distribuição comercial, mas sem esquecer que as orientações fornecidas no capítulo anterior no que diz respeito às restrições verticais são aplicáveis aos contratos em análise, sem prejuízo das observações específicas que se seguem.

2. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Agência

Relativamente aos contratos de agência, pode a relação entre um principal e o seu agente caracterizar-se pela circunstância de o agente deixar de atuar no quadro de um operador económico independente, situação em que o agente não suporta quaisquer riscos financeiros ou comerciais resultantes dos contratos celebrados por conta do principal.¹⁵⁵

Ora, um acordo é classificado como contrato de agência excluído do âmbito de aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE se o agente não suportar nenhum risco de índole financeira ou comercial, ou apenas suportá-lo de forma insignificante.¹⁵⁶ A situação do risco deve ser analisada de forma casuística à luz da realidade económica subjacente ao contrato, e não tanto à forma jurídica como o mesmo está construído.¹⁵⁷

Designadamente, sob pena de ao acordo em questão aplicar-se o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, existem três tipos de riscos financeiros ou comerciais que o agente não pode suportar na prática das atividades relativamente às quais foi nomeado enquanto tal pelo comitente. São eles: *i*) riscos diretamente relacionados com os contratos celebrados e/ou negociados pelo agente por conta do principal; *ii*) riscos relacionados com investimentos específicos e

¹⁵³ Vide, por exemplo, Ac. TJUE, de 24/09/2009, Proc.º n.º C-125/07 P, *Club Lombard – Erste Group Bank AG c. Comissão*: “(...) o facto de um acordo ter apenas por objeto a comercialização de produtos num único Estado-Membro não basta para excluir a possibilidade de afetar o comércio entre Estados-Membros. Com efeito, um acordo que abranja todo o território de um Estado-Membro tem como efeito, pela sua própria natureza, consolidar barreiras de carácter nacional, entravando assim a interpenetração económica pretendida pelo Tratado CE (...)”, parágrafo 38, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹⁵⁴ Nas palavras de MIGUEL GORJÃO-HENRIQUES (2019): “Um acordo celebrado entre duas empresas portuguesas pode ser suscetível de afetar o comércio entre os Estados-Membros.”, p. 643.

¹⁵⁵ Cfr. Ponto (30) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁵⁶ Neste sentido, vide JEAN-FRANÇOIS BELLIS (2011), pp. 38-39.

¹⁵⁷ Vide, neste sentido, MIGUEL MOURA E SILVA (2018), p. 553.

necessários para permitir que o agente desempenhe a atividade para a qual o agente foi nomeado pelo principal, além de irrecuperáveis, o que significa que, após o abandono da atividade específica, o ativo resultante dos investimentos não pode ser utilizado para outras atividades ou só pode ser vendido com prejuízos significativos; *iii*) riscos relacionados com outras atividades no mesmo mercado, na medida em que o principal exija ao agente que as exerça por conta própria, e não por conta do principal. Porém, note-se que não são relevantes para a apreciação os riscos que digam respeito à atividade de prestação de serviços de agência em geral, como o risco de as receitas do agente dependerem do seu êxito de atuação enquanto tal ou de investimentos gerais.¹⁵⁸

A título de exemplo, veja-se sumariamente a Decisão da Comissão comumente designada como *Mercedes-Benz*¹⁵⁹, na qual a Comissão refere que os agentes *in casu* suportavam uma série de riscos comerciais, desde logo o risco e custo de transporte de novos veículos, empregar recursos próprios na promoção de vendas de veículos, obrigação de prestar serviço pós-venda e de garantia e de efetuar reparações urgentes em oficina própria, entre outros, pelo que, no entender da Comissão, seria aplicável o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Porém, a *DaimlerChrysler AG*¹⁶⁰ recorreu para o TGUE¹⁶¹, que anulou a Decisão da Comissão, ao proclamar que os agentes em questão apenas desempenham uma mera função de intermediários nas transações e que os ditos agentes e a *Mercedes-Benz* formam uma unidade económica, não tendo sido demonstrado qualquer acordo entre empresas na aceção do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Refira-se, por fim, que quando um contrato de agência seja classificado como não abrangido pelo artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, a função de venda ou aquisição por parte do agente faz parte das atividades do principal, que suporta os riscos de índole financeira e comercial. Assumindo os riscos financeiros e comerciais, o principal determina livremente a estratégia comercial no que diz respeito a limitações relativas ao território e aos clientes a que o agente pode vender os bens ou serviços contratuais e relativas aos preços e condições em que o agente tem de vender ou adquirir os bens ou serviços contratuais.¹⁶²

¹⁵⁸ Cfr. Pontos (31) e (32) e (33) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁵⁹ Decisão da Comissão n.º 2002/758/CE, de 10/10/2001, Proc.º n.º COMP/36.264, *Mercedes-Benz*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹⁶⁰ Fusão entre as empresas *Daimler-Benz* e *Chrysler*.

¹⁶¹ Ac. TGUE, de 15/09/2005, Proc.º n.º T-325/01, *DaimlerChrysler AG c. Comissão*, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

¹⁶² Cfr. Ponto (41) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

3. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Concessão Comercial

Em relação aos contratos de concessão comercial, importa referir a cláusula de exclusividade que, apesar de não ser uma característica essencial do contrato ora em análise, é na prática bastante frequente.¹⁶³

Não raras as vezes a exclusividade estipulada num contrato de concessão comercial suscita problemas ao nível do Direito da Concorrência, em especial no que diz respeito à limitação territorial, aplicando-se, para o efeito, o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, revelando-se uma figura contratual capaz de interferir com as regras da concorrência.¹⁶⁴ Como refere MARIA HELENA BRITO (1990), “(o) contrato de concessão comercial pode exercer uma influência relevante na concorrência – ele traduz uma conduta de sujeitos económicos susceptível de alterar a estrutura e o comportamento competitivo no mercado.”¹⁶⁵

A exclusividade pode desde logo consubstanciar-se na obrigação do concessionário não comercializar, direta ou indiretamente, produtos concorrentes (cláusula de não concorrência), à qual está associada uma obrigação de aquisição de determinadas quantidades, ou seja, o concessionário tem que efetuar as suas compras exclusivamente junto do concedente. Deste modo, a liberdade comercial do concessionário acaba por ficar limitada, já que deixa de ter a possibilidade de selecionar os seus próprios fornecedores por ter de adquirir os produtos a partir do concedente, dificultando-se, assim, a entrada de novos fornecedores no mercado.¹⁶⁶

A par de tal exclusividade na compra e revenda, pode também haver lugar a uma exclusividade territorial, ficando o concessionário impedido de revender os produtos adquiridos ao concedente fora de determinada zona de atuação exclusiva estipulada no contrato.

Em segundo lugar, a exclusividade pode consubstanciar-se na obrigação do concedente não vender os seus bens ou serviços a outros concessionários estabelecidos na zona geográfica concedida (cláusula de distribuição exclusiva), o que na verdade acaba por se traduzir numa exclusividade estabelecida a favor do concessionário, já que, por via da bilateralidade existente, este detém o exclusivo de revenda na zona geográfica que o concedente lhe proporciona.

¹⁶³ Vide, por exemplo, Ac. TRL, de 01/10/2013, Proc.º n.º 4189/09.5TBOER.L1-7, Rel. Pimental Marcos, disponível em www.dgsi.pt.

¹⁶⁴ Recorde-se o mencionado relativamente aos artigos 4.º e 5.º.

¹⁶⁵ MARIA HELENA BRITO (1990), *op. cit.*, p. 243.

¹⁶⁶ Recorde-se o já mencionado conceito de obrigação de não concorrência previsto no artigo 1.º, n.º 1, al. f).

Ora, os efeitos nocivos de uma exclusividade territorial assumem maior proporção quando o concedente estipula uma obrigação de proteção territorial absoluta (exclusividade reforçada ou fechada), situação em que o concedente atribui determinada zona geográfica a um concessionário, abstendo-se o próprio concedente de ali comercializar os produtos, e proibindo que os demais concessionários revendam, direta ou indiretamente, na zona em questão. Sobre tal, defende CALVÃO DA SILVA (2013), “(...) *os acordos de exclusividade em geral: quando confirmam aos concessionários uma garantia de protecção territorial absoluta, proibindo-os de exportar os produtos para revenda nas zonas atribuídas a outros distribuidores ou de fazer importações paralelas, têm-se sempre por proibidos, sem possibilidade de isenção ao abrigo do art.101º, nº3, do Tratado (...) a proibição de exportar de um Estado-membro para outro Estado-membro da União Europeia constitui entrave à realização do objectivo de um mercado comum ou mercado único em todos os Estados-membros da União Europeia, impede a concorrência leal e afecta o comércio intracomunitário, gravemente atentatória do art.101º nº1, do Tratado.*”¹⁶⁷

Aliás, facilmente se entende quais são as ameaças que a estipulação de uma cláusula de exclusividade territorial comporta para o ambiente concorrencial, nomeadamente a repartição geográfica dos mercados, com entraves à entrada de novos concorrentes, limitando-se, conseqüentemente, a escolha dos consumidores. Acresce que, num ambiente de ínfima concorrência, existe sempre o incentivo para que os preços sejam praticados a um valor superior, prejudicando-se, igualmente, os consumidores finais.

Em todo o caso, na apreciação de obrigações de exclusividade, torna-se necessário proceder a uma análise casuística antes de se concluir por qualquer proibição, tendo designadamente em conta a posição que as partes ocupam no mercado, já que quanto maior for o poder de mercado do fornecedor, mais nefastos vão ser os efeitos sobre a concorrência, e a duração da obrigação de exclusividade, que em regra não pode ser superior a cinco anos.¹⁶⁸

4. Aplicação do artigo 101.º do TFUE ao Contrato de Franquia (*Franchising*)

Os contratos de franquia são acordos verticais que incluem licenças de DPI relativas, em especial, a marcas comerciais e *know-how* para a utilização e distribuição dos bens ou serviços contratuais. Também se caracterizam, como já referido, pelo facto de o franquizador

¹⁶⁷ CALVÃO DA SILVA (2013), *op. cit.*, p. 334.

¹⁶⁸ Cfr. artigo 5.º.

prestar assistência comercial ao franquiado durante a vigência do contrato, a qual, tal como a licença dos DPI, também faz parte integrante do método comercial franquiado.

Ora, normalmente os contratos de franquia incluem diversas restrições verticais indispensáveis à proteção dos DPI do franquiador, designadamente restrições que impedem o franquiado de utilizar o *know-how* e a assistência concedida pelo franquiador em benefício de concorrentes e obrigações de não concorrência em relação aos bens ou serviços adquiridos pelo franquiado necessários para preservar a identidade comum e a reputação da rede de franquia que, portanto, são excluídas do âmbito de aplicação do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE. Quanto mais importante é a transferência de saber-fazer, mais provável é que as restrições verticais originem ganhos de eficiência e, assim, satisfaçam as condições previstas no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE.¹⁶⁹ Exemplificando, são geralmente não abrangidas pelo artigo 101.º, n.º 1 do TFUE, as seguintes obrigações do franquiado não desenvolver, direta ou indiretamente, atividades comerciais semelhantes não divulgar a terceiros o saber-fazer licenciado pelo franquiador ou utilizá-lo para outros efeitos que não a exploração da franquia ou não ceder quaisquer direitos e obrigações resultantes do contrato de franquia sem o acordo do franqueador.

Foi precisamente através do Ac. *Pronuptia*, que o TJUE adotou uma posição favorável relativamente à admissão de restrições verticais incluídas nos contratos de franquia, ao sustentar que não violam automaticamente o disposto no artigo 101.º, n.º 1 do TFUE justamente as cláusulas que se revelem necessárias a impedir que o *know-how* licenciado e a assistência técnica prestada pelo franquiador beneficiem os seus concorrentes, bem como as cláusulas que se mostrem indispensáveis à manutenção da identidade comum e da reputação da rede de franquia. Acresce que o facto de o franquiador comunicar ao franquiado preços indicativos não constitui uma restrição à concorrência, desde que não exista, entre o franquiador e franquiados, ou entre estes, uma determinada prática concertada com vista à aplicação efetiva de tais preços.¹⁷⁰

Contudo, o TJUE veio proclamar que constituem restrições verticais na aceção do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE as cláusulas que impliquem uma repartição do mercado, entre o franquiador e franquiados, ou entre estes, e esclareceu que tais cláusulas são suscetíveis de afetar o comércio entre os Estados-Membros.

¹⁶⁹ Cfr. Pontos (165), (166) e (168) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

¹⁷⁰ Cfr. Ac. TJUE, de 28/01/1986, Proc.º C-161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, parágrafo 27, disponível em www.eur-lex.europa.eu.

Em suma, a jurisprudência o TJUE veio afastar quaisquer incertezas jurídicas quanto à apreciação de cláusulas restritivas, decidindo que a compatibilização dos contratos de franquia com o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE depende, pois, das cláusulas que integram o contrato em questão e do contexto económico em que este se enquadra. Assim, tal como refere MENEZES CORDEIRO (2016), “(o) contrato de franquia deve ser cuidadosamente conjugado com as regras da concorrência, designadamente as derivadas do Tratado de Roma (refira-se, TFUE) e introduzidas, depois, nas diversas ordens internas dos países que hoje compõem a União Europeia.”¹⁷¹

Não se esqueça, porém, que o *supra* exposto não altera o que já foi explanado em relação ao âmbito de aplicação dos artigos 4.º e 5.º, até porque, por exemplo, se o acordo em questão, direta ou indiretamente, restringir a capacidade de o franquiado estabelecer o preço dos produtos ou serviços que comercializa, então aplicar-se-á o artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Por fim, no contexto dos acordos de franquia, refira-se que para efeitos de cálculo de quota de mercado o franquiador deve ter em consideração o mercado em que os franquiados exploram o método comercial por si fornecido, ao basear-se no valor dos bens entregues ou serviços prestados pelos seus franquiados aos consumidores finais.¹⁷²

¹⁷¹ MENEZES CORDEIRO (2016), *op. cit.*, p. 812.

¹⁷² Cfr. Ponto (174) das Orientações sobre Restrições Verticais de 2022.

CONCLUSÃO

Por tudo quanto foi dito, conclui-se que na distribuição indireta (integrada) as partes envolvidas celebram entre si contratos de distribuição comercial, através dos quais o distribuidor integra a rede de comercialização do produtor, e que configuram acordos verticais no âmbito do Direito da Concorrência, o que significa que o acordo é celebrado entre empresas que se encontram em níveis diferentes da cadeia de produção e de distribuição.

Ora, enquanto coligações entre empresas, os contratos de distribuição podem incluir cláusulas suscetíveis de afetar negativamente o comércio entre os Estados-Membros, ao impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado interno, ficando sujeitos à proibição geral prevista no artigo 101.º, n.º 1 do TFUE.

Ao adotar uma perspetiva de balanço económico é possível constatar que por vezes determinados acordos verticais podem produzir efeitos de aumento da eficiência económica no âmbito de uma cadeia de produção ou distribuição que ultrapassem os efeitos anticoncorrenciais que resultam das restrições incluídas em tais acordos.

Assim, mediante apreciação individual, podem tais acordos gozar da isenção prevista no artigo 101.º, n.º 3 do TFUE, devendo as partes demonstrar a existência de efeitos pró-competitivos para que o acordo em questão seja justificado.

Também no sentido de harmonizar os acordos verticais com as regras da concorrência, a Comissão tem vindo a criar Regulamentos de Isenção por Categoria, que isentam da aplicação da proibição do artigo 101.º, n.º 1 do TFUE determinados acordos que preencham as condições nos Regulamentos previstas e que normalizam a aplicação daquele balanço económico.

Designadamente, o atual Regulamento (UE) 2022/720 e as novas Orientações demonstram-se mais progressista que os seus antecessores, nomeadamente ao atender ao crescimento do comércio eletrónico e às vendas em linha e ao oferecer diretrizes sobre a avaliação dos acordos verticais na economia das plataformas.

Contudo, ainda que o Regulamento (UE) 2022/720 seja relativamente recente existe um longo caminho a percorrer para fazer face à realidade económica atual e à necessidade que as empresas têm para se adaptar ao mercado, assim evitando qualquer incerteza jurídica aos operadores económicos.

De qualquer forma, reconhece-se que nem todos os acordos entre empresas são negativos, sendo autorizados aqueles que, embora restringindo sensivelmente a concorrência, contribuam para a maximização do bem-estar dos consumidores finais, ao preencherem determinados requisitos de isenção individual ou categorial.

Neste sentido, ainda que seja possível uma compatibilização entre os contratos de distribuição e o Direito da Concorrência, torna-se importante que tal compatibilização não seja levada a cabo de forma abstrata, puramente em função de critérios objetivos, mas antes tendo em consideração específicas cláusulas incluídas no contrato em questão, e principalmente o contexto económico em que o mesmo se insere.

Se assim não for, pode acontecer que se reprime práticas que apenas formalmente restringem a concorrência, acabando por se desestimular a celebração de acordos que produziriam efeito pró-concorrenciais e, conseqüentemente, dissuadir a promoção da eficiência económica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS CARVALHOSA, MODESTO SOUSA (2018), *Tratado de Direito Empresarial – Contratos Mercantis Vol. IV*, 2.^a Edição, São Paulo – Thomson Reuters, Revista dos Tribunais.

BELLIS, JEAN-FRANÇOIS (2011), *The New EU Rules on Vertical Restraints*, in *Revista de Concorrência e Regulação*, n.º 5, janeiro-março de 2011, pp. 24-42.

BOTELHO MONIZ, CARLOS (2016), *Lei da Concorrência Anotada*, Coimbra, Almedina.

BRITO HELENA, MARIA (1990), *O Contrato de Concessão Comercial*, Coimbra, Almedina

CALVÃO DA SILVA, JOÃO (2013), *Banca, Bolsa e Seguros*, 4.^a Edição, Coimbra, Almedina.

CARVALHO, SÓNIA (2017), “Algumas notas sobre o contrato de distribuição seletiva”, in MARIA DO ROSÁRIO ANJOS e PEDRO ARAÚJO BARROS, *Estudos de Homenagem a Fernando de Araújo Barros* (pp. 439-482), Porto, Edições ISMAI.

DIAS PEREIRA, ALEXANDRE LIBÓRIO (2014), *Denúncia e Indemnização de Clientes nos Contratos de Distribuição (Resenha de Jurisprudência Recente do STJ)*, Coimbra, BFD.

DOS SANTOS, ANTÓNIO CARLOS, GONÇALVES, MARIA EDUARDA, MARQUES LEITÃO, MARIA MANUEL (2014), *Direito Económico*, 7.^a Edição, Coimbra, Almedina.

ENGRÁCIA ANTUNES, JOSÉ A. (2009), *Direito dos Contratos Comerciais*, Coimbra, Almedina.

FERREIRA PINTO, FERNANDO A. (2013), *Contratos de Distribuição – Da tutela do distribuidor integrado em face da cessação do vínculo*, Lisboa, Universidade Católica Editora.

FERRO, MIGUEL SOUSA (2015), *A Definição de Mercados Relevantes no Direito Europeu e Português da Concorrência*, Coimbra, Almedina.

GERADIN, DAMIEN, LAYNE-FARRAR, ANNE, PETIT, NICOLAS (2012), *EU Competition Law and Economics*, Londres, Oxford University Press.

GORJÃO-HENRIQUES, MIGUEL (2019), *Direito da União – História, Direito, Cidadania, Mercado Interno e Concorrência*, 9.^a Edição, Coimbra, Almedina.

MARIANO PEGO, JOSÉ PAULO FERNANDES (2001), *A Posição Dominante Relativa no Direito da Concorrência*, Coimbra, Almedina.

MENEZES CORDEIRO, ANTÓNIO (2016), *Direito Comercial*, 4.^a Edição, Coimbra, Almedina.

MOURA E SILVA, MIGUEL (2018), *Direito da Concorrência*, 2.^a Edição, Lisboa, AAFDL.

PACHECO DE AMORIM, JOÃO (2021), *Direito Administrativo da Economia – Vol. I (Introdução e Constituição Económica)*, Coimbra, Almedina.

PESTANA DE VASCONCELOS, MIGUEL (2010), *O Contrato de Franquia (Franchising)*, 2.^a Edição, Coimbra, Almedina.

PINTO MONTEIRO, ANTÓNIO (2009), *Contratos de Distribuição Comercial*, Coimbra, Almedina.

VAZ FREIRE, MARIA PAULA DOS REIS (2008), *Eficiência Económica e Restrições Verticais – Os Argumentos de Eficiência e as Normas de Defesa da Concorrência*, Lisboa, AAFDL.

WISH, RICHARD e DAVID BAILEY (2021), *Competition Law*, 10.^a Edição, Londres, Oxford University Press.

JURISPRUDÊNCIA NACIONAL RELEVANTE

Ac. STJ, de 09/01/2007, Proc.º n.º 06A4416, Rel. Sebastião Nóvoas.

Ac. STJ, de 17/05/2012, Proc.º n.º 99/05.3TVLSB.L1.S1, Rel. Abrantes Geraldês.

Ac. STJ, de 05/04/2015, Proc.º n.º 4541/01.4TVLSB.L1.S1, Rel. Silva Gonçalves.

Ac. TRL, de 01/10/2013, Proc.º n.º 4189/09.5TBOER.L1-7, Rel. Pimental Marcos.

Ac. TRL, de 30/01/2014, Proc.º n.º 679/11.8TJLSB.L1-8, Rel. Ilídio Sacarrão Martins.

JURISPRUDÊNCIA EUROPEIA RELEVANTE

Ac. TGUE, de 14/06/1998, Proc.º n.º T-325/94, *Mayr-Melnhof Kartongesellschaft*.

Ac. TGUE, de 15/09/2005, Proc.º n.º T-325/01, *DaimlerChrysler AG c. Comissão*.

Ac. TJUE, de 09/07/1969, Proc.º n.º 5/69, *Völk c. Vervaecke*.

Ac. TJUE, de 14/07/1972, Proc.º n.º 48/69, *Imperial Chemical Industries Ltd. c. Comissão das Comunidades Europeias*.

Ac. TJUE, de 14/02/1978, Proc.º 27/76, *United Brands c. Comissão*.

Ac. TJUE, de 28/01/1986, Proc.º C-161/84, *Pronuptia de Paris GmbH v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*.

Ac. TJUE, de 28/02/1991, Proc.º C-234/89, *Stergios Delimitis v. Henninger Bräu AG*.

Ac. TJUE, de 03/07/1991, Proc.º n.º C-62/86, *Akzo Chemie BV c. Comissão das Comunidades Europeias*.

Ac. TJUE, de 25/10/1997, Proc.º 26/76, *Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. KG c. Comissão das Comunidades Europeias*.

Ac. TJUE, de 24/09/2009, Proc.º n.º C-125/07 P, *Club Lombard – Erste Group Bank AG c. Comissão*.

Ac. TJUE, de 13/12/2012, Proc.º n.º C-226/11, *Expedia Inc. v. Autorité de la concurrence*.

DECISÕES DA COMISSÃO EUROPEIA

Decisão da Comissão, de 18/10/1991, Proc.º n.º IV/32.737, *Eirpage*.

Decisão da Comissão, de 10/10/2001, Proc.º n.º COMP/36.264, *Mercedes-Benz*.

Decisão da Comissão, de 19/06/2013, Proc.º n.º AT.39226, *Lundbeck*.

Decisão da Comissão, de 17/12/2018, Proc.º n.º AT.40428, *Guess*.

LEGISLAÇÃO E ORIENTAÇÕES INTERPRETATIVAS DA UNIÃO EUROPEIA

COMISSÃO EUROPEIA, *Comunicação da Comissão – Orientações relativas às restrições verticais (2010/C 130/01)*, J.O. C 130, de 19/05/2010, p. 1.

COMISSÃO EUROPEIA, *Comunicação da Comissão – Orientações relativas às restrições verticais (2022/C 248/01)*, J.O. C 248, de 30/06/2022, p. 1.

COMISSÃO EUROPEIA, *Comunicação da Comissão – Orientações sobre o conceito de afetação do comércio entre os Estados-Membros previsto nos artigos 81.º e 82.º do Tratado (2004/C 101/07)*, J.O. C 101 de 27/07/2004, p. 81.

COMISSÃO EUROPEIA, *Comunicação da Comissão relativa à definição de mercado relevante para efeitos do direito comunitário da concorrência (97/C 372/03)*, J.O. C 372 de 09/12/1997, p. 5.

COMISSÃO EUROPEIA, *Comunicação da Comissão relativa aos acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do artigo 101.º, n.º 1, do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (2014/C 291/01)*, J.O. C 291 de 30/08/2014, p.1.

COMISSÃO EUROPEIA, *Recomendação da Comissão 2003/361/CE, de 6 de maio de 2003, relativa à definição de micro, pequenas, e médias empresas*, J.O L 124, de 20/05/2003, p. 36.

COMISSÃO EUROPEIA, *Regulamento (CEE) n.º 4087/88 da Comissão, de 30 de novembro, relativa à aplicação do n.º 3 do artigo 85.º do Tratado a certas categorias de acordos de franquia*, J.O. L 359 de 28/12/1988, pp. 46-52.

COMISSÃO EUROPEIA, *Regulamento (CE) n.º 2790/1999, de 12 de dezembro, relativo à aplicação n.º 3 do artigo 81.º do Tratado CE a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas*, J.O. L 336, de 29/12/1999, p. 21.

COMISSÃO EUROPEIA, *Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 10 de abril, relativo à aplicação do artigo 101.º, n.º 3 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas*, J.O. L 102, de 23/04/2010, p. 1.

COMISSÃO EUROPEIA, *Regulamento (UE) 2022/720 da Comissão, de 10 de maio, relativo à aplicação do artigo 101.º, n.º 3 do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas*, J.O. L 134, de 11/05/2022, p. 4.

CONSELHO, *Regulamento (CEE) n.º 19/65 do Conselho, de 2 de março de 1965, relativo à aplicação do n.º 3 do artigo 85.º do Tratado a certas categorias de acordos e práticas concertadas*, J.O P 36, de 06/03/1965, p. 533.

CONSELHO, *Regulamento (CE) n.º 1/2003 do Conselho, de 16 de dezembro de 2002, relativo à execução das regras de concorrência estabelecidas nos artigos 81.º e 82.º do Tratado*, J.O. L 1 de 04/01/2003, p. 1.