



## DIRETIVA ANTITRUST E A LEI DA CONCORRÊNCIA

### Índice

1	ÂMBITO E OBJETIVOS DA DIRETIVA .....	2
2	SANÇÕES POR VIOLAÇÕES E PROCEDIMENTO COM A AUTORIDADES DA CONCORRÊNCIA .....	2
2.1	Sanções .....	2
2.2	Conduta durante as buscas .....	3
3	A PROIBIÇÃO DE ACORDOS QUE RESTRINGEM A CONCORRÊNCIA .....	4
3.1	Restrições da concorrência horizontal .....	4
3.1.1	Proibidos acordos e contatos com concorrentes .....	5
3.1.2	Condutas para contatos proibidos de concorrentes .....	5
3.1.3	Contatos permitidos com concorrentes .....	6
3.1.4	Conduta durante discussões em reuniões de associações comerciais .....	6
3.1.5	Negociações com fornecedores .....	7
3.1.6	Venda para concorrentes / Compra a concorrentes .....	7
3.1.7	Obtenção de informações sobre concursos .....	7
3.2	Restrições da concorrência vertical .....	7
3.2.1	Restrição da concorrência pela manutenção do preço de revenda .....	8
3.2.2	Preços de revenda recomendados .....	8
3.2.3	Restrições territoriais à exportação por revendedores .....	9
3.2.4	Restrição da concorrência por acordos de distribuição (distribuição exclusiva e seletiva, restrição de clientes, exclusão do comércio online, venda conjunta, cláusulas de não concorrência) .....	9
4	ABUSO DE POSIÇÃO DOMINANTE NO MERCADO .....	10
4.1	Definição de posição dominante no mercado .....	11
4.2	Discriminação por posição dominante no mercado .....	11
4.3	Obstrução de concorrentes por empresas com posição dominante no mercado .....	11
4.4	Abuso do poder de mercado contra empresas dependentes .....	12
5	DISPOSIÇÕES GERAIS .....	12
5.1	Implementação .....	12
5.2	Pessoas de contato, notificações e provedor .....	12
	Principais Alterações .....	13

## 1 ÂMBITO E OBJETIVOS DA DIRETIVA

O Direito da Concorrência foi concebido para garantir a liberdade e eficácia dos mercados e, conseqüentemente, permitir que a concorrência funcione corretamente. Por esta razão, os acordos e condutas que restrinjam a concorrência são proibidas. A ALSO aborda a concorrência com base na qualidade e competência dos seus colaboradores e na ampla gama de serviços ao cliente. A Direcção do Grupo está convencida de que para além do estipulado legalmente, uma política empresarial baseada na concorrência leal e eficiente é a melhor forma de atender aos interesses empresa, seus clientes, seus acionistas e seus colaboradores. Para atender a esses interesses, esta diretiva detalha os regulamentos previstos no Código de Conduta da ALSO em matéria de Direito da Concorrência.

A diretiva aplica-se a todas as empresas e divisões do grupo ALSO. As especificações são obrigatórias para todos os colaboradores. Se a diretiva contradisser os regulamentos de um país específico, os regulamentos desta diretiva podem ser modificados. No entanto, o conteúdo básico e a finalidade em questão não devem ser alteradas. Tais excepções devem ser fundamentadas e estão sujeitas a revisão legal, a aprovação do Chief Compliance Officer e a autorização escrita da Administração do Grupo.

## 2 SANÇÕES POR VIOLAÇÕES E PROCEDIMENTO COM A AUTORIDADES DA CONCORRÊNCIA

### 2.1 Sanções

A autoridade da concorrência impõe coimas muito elevadas quando tratam de violações da Lei Antitrust. Isso significa que a Comissão Europeia pode aplicar multas de até 10 % do volume de negócios global de uma empresa. A quantidade da multa pode ser o dobro em caso de reincidência.

Nos últimos anos, a Comissão da UE impôs, entre outras coisas, as seguintes multas por práticas restritivas: cartel de pára-brisas de automóveis 1384 milhões (2008) (Saint-Gobain, Asahi, Pilkington, Soliver); elevadores e escadas cartel 992 milhões (2007) (ThyssenKrupp, Otis, KONE, Schindler); Cartel da cera 676 milhões (2008) (Shell, Sasol, Repsol, ExxonMobil, ENI, Tudapetrol, Hansen & Rosenthal, MOL, RWE, Total); cartes da borracha 519 milhões (2006) (ENI, Bayer, Shell, Dow, Unipetrol, Trade-Stomil); agentes de branqueamento 388 milhões (2006) (Solvay, Arkema, Akzo Nobel, Edison, FMC/Foret, Kemira, Snia).



**Violações da legislação da concorrência podem resultar em pesadas multas e indemnizações por danos de até 10% do volume de negócios global da ALSO que estaria condenada à morte!**

Os colaboradores envolvidos em infrações às regras da concorrência também podem ser responsabilizados, dependendo das circunstâncias da infração específica, como infração regulatória ou mesmo como ato criminal. A ALSO pode requerer indemnizações por danos aos colaboradores envolvidos e tomar medidas disciplinares. Se as coimas forem impostas a colaboradores seniores da empresa, elas não podem ser pagas antecipadamente pela ALSO ou posteriormente ser-lhe-ão reembolsadas pelos mesmos.



**Não vale a pena infringir as normas da Lei Antitrust e da Concorrência. Todos os colaboradores envolvidos podem e serão responsabilizados pelas suas ações.**

Contratos ou acordos que violem os regulamentos da concorrência são parcial ou totalmente nulos. Negócios ou organizações, concorrentes e outros participantes do mercado afetados por uma violação das leis da concorrência podem requerer medidas judiciais cautelares preventivas. Não menos importante, a parte envolvida terá o direito de reivindicar compensação por danos, mesmo por violações apenas negligentes.



**Uma violação dos regulamentos da Lei Antitrust e da Concorrência não requer intenção. Negligente conduta também pode ser ilegal. Mesmo um contacto aparentemente inofensivo pode ser interpretado como um tentar indicar a um concorrente a disposição de adotar um comportamento anticompetitivo.**

Considerando as coimas exorbitantes e as indemnizações por danos que a ALSO e os seus colaboradores podem enfrentar, cada um de nós deve estar ciente de que um acordo restritivo da concorrência nunca compensa!

## **2.2 Conduta durante as buscas**

Os colaboradores da Comissão Europeia e as autoridades nacionais de concorrência podem verificar todas as instalações da empresa e meios de transporte e, se necessário, até residências, se forem instruídos a realizar uma busca pelos tribunais.

Em particular, eles podem

- inspecionar documentos comerciais,
- fazer cópias,
- apreender documentos e computadores,
- selar instalações comerciais,
- exigir explicações verbais para fins de verificação ou
- entrevistar pessoas no local sobre o assunto.

As autoridades de concorrência devem receber assistência quando uma busca estiver a ser realizada. Os documentos são para ser submetidos às autoridades mediante solicitação. Se os documentos forem confiscados, uma investigação educada deve ser feita se os documentos podem ser copiados antes do confisco para permitir a continuidade das operações comerciais. Como porém, se o pedido for negado, a empresa não tem o direito de fazer uma cópia!



**As declarações podem ser recusadas e os documentos podem ser retidos se houver risco de autoincriminação.**

MAS



**É proibido:**

- **destruir documentos;**
- **manter conversas informais com os agentes que conduzem a busca;**
- **dar respostas erradas ou enganosas.**

### **3 A PROIBIÇÃO DE ACORDOS QUE RESTRINGEM A CONCORRÊNCIA**

De acordo com os regulamentos da Lei da Concorrência, acordos entre empresas, resoluções adotadas por associações comerciais e práticas cooperativas, que efetivamente impeçam ou pretendam impedir, restringir ou distorcer a concorrência, são proibidas. Isso pode ser feito não através de contratos escritos, mas também por todos os tipos de coordenação consciente de meios e mesmo por acordos apenas verbais. Essencialmente, o objetivo é a proibição de eliminar a concorrência e seus riscos inerentes por meio de um trabalho conjunto consciente de forma prática e, conseqüentemente, prejudicando as oportunidades de mercado de terceiros (outros distribuidores, fabricantes, revendedores ou clientes finais).



**Qualquer acordo com concorrentes, revendedores, fornecedores etc. que tenha como objetivo ou efeito impedir, restringir ou distorcer a concorrência, é proibido. A maneira pela qual um entendimento é alcançado não é importante e também pode estar implícita (um "acordo de cavalheiros").**

#### **3.1 Restrições da concorrência horizontal**

A regulamentação da concorrência proíbe restrições à concorrência horizontal entre concorrentes. Essas restrições têm um impacto adverso e sério sobre a concorrência. Para a ALSO, concorrentes broadline como a Ingram Micro, Tech Data ou distribuidores que operam apenas regionalmente são competidores diretos. Esse forma horizontal de restrição da concorrência é processada pelas autoridades com o maior vigor.

### 3.1.1 Proibidos acordos e contatos com concorrentes



**É proibido falar, trocar informações ou fazer acordos com concorrentes nos seguintes assuntos:**

- **preços e custos**
  - preços de venda ou compra, incluindo componentes de custo associados
  - preços mínimos, preços padrões ou preços de tabela
  - aumentos ou reduções de preços, mesmo programados, e avaliação dos mesmos, por exemplo. discussões sobre o atual nível de preços ou discussões sobre a restrição dos níveis de stock para aumentar os preços
  - fatores relacionados com o preço, como descontos por pagamento antecipado, margens, métodos de cálculo, fórmulas
  - termos e condições de venda ou compra, gerais ou relacionados ao projeto
- **alocando clientes, parceiros de negócios ou projetos**  
por exemplo. se as vendas podem ou não ser feitas a clientes regulares de concorrentes ou se as vendas devem ou não ser feitas para clientes específicos e não para outros
- **dividindo mercados ou áreas**
  - atribuição de quotas de mercado
  - discussões ou acordos sobre quotas de mercado
  - estipulação de quotas de compras e/ou vendas
- **troca de informações de mercado sensíveis** relevantes para a concorrência e não disponíveis publicamente que normalmente são mantidos em segredo numa concorrência normal, pois permitem compreender o comportamento dos concorrentes
- **acordos sobre ações conjuntas contra outros concorrentes**

### 3.1.2 Condutas para contatos proibidos de concorrentes



**É proibido tolerar uma abordagem de contato inadmissível de um concorrente.**

As autoridades da concorrência avaliam até mesmo tolerar passivamente uma transferência de informações por um concorrente como um indicador para coordenação de conduta. Se um representante de um concorrente tentar falar sobre assuntos relacionados com a concorrência de forma proibida, o colaborador da ALSO a quem se dirige deverá tomar as seguintes providências:

**STOP:** Explique que discutir esse assunto é proibido e peça-lhe para deixar o tema.

**SAIR:** Se a outra pessoa não desistir do assunto, o colaborador da ALSO deve encerrar a discussão ou sair da reunião. Antes disso, se houver ata da reunião, o colaborador da ALSO deverá nela registar que protestou contra todas as discussões que pudessem restringir a concorrência. Se nenhuma ata estiver em redação ele deve declarar verbalmente às outras pessoas presentes porque está saindo da reunião.

**RELATÓRIO:** Notifique imediatamente o Local Compliance Officer ou o Chief Compliance Officer.

### **3.1.3 Contatos permitidos com concorrentes**

Desde que não existam assuntos que influenciem a concorrência, as empresas podem manter contactos comerciais gerais e normais com os concorrentes.

Contactos permitidos com concorrentes podem ser:

- discussões em reuniões associativas - discussões com fornecedores - negociações relativas a acordos lícitos;
- reuniões de projeto com fornecedores ou clientes - projetos de M&A - participação em plataformas de internet (B2B);
- reuniões a título pessoal ou encontros casuais.

Os acordos permitidos com concorrentes podem assumir a forma de: - vendas a um concorrente - compras de um concorrente - apresentação conjunta de uma oferta - aquisição conjunta

Uma reunião agendada com um concorrente deve ser registada na sua agenda juntamente com uma explicação compreensível e motivo aceitável para a reunião. Geralmente, também deve haver uma ordem de trabalhos e ser minutada uma ata. Se aconselhável/aplicável, um consultor jurídico deve estar presente.

Entrevistas de emprego com pessoas que trabalham para um concorrente também são aceitáveis. Na situação de candidatura a emprego, o candidato representa-se a si mesmo, e não o concorrente – que normalmente não é informado da candidatura. Em caso de dúvida, o Chief Compliance Officer deve ser envolvido com bastante antecedência para impedir que qualquer regulamentação legal seja violada.

### **3.1.4 Conduta durante discussões em reuniões de associações comerciais**

As empresas podem participar de discussões realizadas em associações comerciais. Os funcionários devem participar e serem especialmente cuidadosos com o que dizem, já que normalmente tais reuniões também terão a presença de concorrentes. Declarações que podem de fato ser mal interpretadas devem ser evitadas, para evitar até mesmo a simples aparência de se discutirem acordos proibidos. Acima de tudo, os acordos proibidos pela lei da concorrência não devem ser substituídos por outros concretizados através das associações.

Se a ordem de trabalhos indicar que serão discutidos temas delicados, a associação deve ser notificada durante a preparação da reunião para rever os trabalhos e verificar se os mesmos são compatíveis com os alei da concorrência. Existindo dúvidas, a presença deve ficar condicionado à comparência de um assessor jurídico, sob pena da ALSO e os colaboradores se deverem abster de comparecer na reunião. Isto aplica-se sobretudo às reuniões em que se trate de temas sobre vendas e marketing ou questões legais. Outros temas como, por exemplo, diretivas e padrões, formação e educação geralmente podem ser discutidos sem a presença de um consultor jurídico.



### **3.1.5 Negociações com fornecedores**

Poderão participar de reuniões com fornecedores e participar de discussões sobre novos conceitos propostos por o fornecedor é permitido. Os colaboradores da ALSO também podem participar de reuniões marcadas por fornecedores ou clientes se tais reuniões também são possivelmente assistidas por concorrentes. Claro, nenhum assunto relacionado à restrição de concorrência pode ser discutido nessas reuniões. Não deve haver uma parte “não oficial” antes ou depois da reunião em que são discutidos temas relacionados com a concorrência.

### **3.1.6 Venda para concorrentes / Compra a concorrentes**

Produtos ou serviços podem ser vendidos ou comprados a um concorrente. Ao fazê-lo, a colaboração deve ser estritamente limitada à finalidade do contrato de aquisição. Diante disso, os preços de compra acordados com outros fornecedores não devem ser divulgados. Se o departamento de compras receber uma oferta direta de um concorrente as informações não devem ser compartilhadas com outros departamentos da empresa. Excepcionalmente deve, no entanto, se for necessário repassarem-se as informações internamente para a transação comercial específica.

Deve ficar evidente na transação comercial que a informação foi solicitada, recebida ou fornecida como cliente ou fornecedor e não como concorrente. Se tais informações tiverem que ser guardadas internamente, o nosso papel como clientes ou fornecedores deve ser evidenciado, pelo menos, no contexto geral da transação comercial.

### **3.1.7 Obtenção de informações sobre concursos**

Para simplesmente manter seu próprio espaço no mercado, a ALSO está autorizada a recolher informações sobre o concurso, desde que por meios legítimos. Em geral, as informações que não estão disponíveis ao público e revelam a conduta dos concorrentes no mercado não deve ser trocada. Isso inclui, por exemplo, aumento do volume de negócios, quotas de mercado, lucros e perdas, pedidos, fornecedores, investimentos, preços ou estratégias de preços. Exceções permitidas devem ser aplicadas para informações adquiridas durante uma revisão de *due diligence* realizada em conexão com projetos de M&A.

O recebimento ou posse de informações de mercado não gerará, no entanto, quaisquer ressalvas nos termos do Lei da Concorrência nos casos em que a informação provém do domínio público, da internet por exemplo, ou em casos individuais de um cliente ou outro terceiro que não seja concorrente da ALSO. Publicações, informações relacionadas com o comércio e outras fontes acessíveis ao público também podem ser usadas. Se tais informações forem armazenadas internamente, a fonte de tais informações deve ser mencionada claramente quando for arquivada. O objetivo é evitar a simples aparência de que essas informações possam ter vindo de um concorrente.

## **3.2 Restrições da concorrência vertical**

A Lei Concorrência também proíbe restrições à concorrência vertical. Uma restrição vertical da concorrência é definida por acordos ou comportamentos coordenados de empresas em diferentes níveis da cadeia de produção ou distribuição (fabricante, distribuidor, revendedor). Como distribuidor a ALSO pode se encontrar como o agente activo (agindo contra os revendedores), mas também como vítima, por ex. como destinatário de preços fixos impostos pelo fabricante.

### 3.2.1 Restrição da concorrência pela manutenção do preço de revenda

Como distribuidor, estamos entre o fabricante e o revendedor. Neste contexto é de fundamental importância para uma concorrência efetiva que o distribuidor ou revendedor seja livre de fixar preços. Consequentemente, a concorrência não deve ser restringida por preços fixos e, acima de tudo, um fornecedor (fabricante ou distribuidor) deve não estabelecer preços de revenda fixos para suas mercadorias a serem observados pelo revendedor (distribuidor ou revendedor).

Medidas ilegais para impor um determinado preço são, por exemplo:

- estipulação de preços fixos ou mínimos, margens de venda, descontos máximos de preços ou prazos para descontos de preço para o distribuidor e/ou tais estipulações por um distribuidor para o retalhista;
- declarando preços de revenda vinculativos ou limites de preços de revenda mais baixos em formulários de pedidos pré-impresos ou outros documentos, estipulação de preços de campanha de vendas específicos que são uma pré-condição para a concessão de fundos de desenvolvimento ou descontos de montante fixo;
- acordos entre fabricantes e distribuidores e/ou entre distribuidores e retalhistas sobre o aumento dos preços de revenda, quando o preço de compra do revendedor é aumentado.

**Outras formas de conduta** ainda não constituem em si uma violação da lei, mas, no entanto, incluem um risco e podem ser percebidas como conduta ilegal, em determinadas circunstâncias.

#### **Exemplos:**

- Trazer o assunto dos preços de revenda para discussão sem explicação dos motivos da recomendação preços de revenda recomendados e a explicação básica da estratégia quanto ao posicionamento e comercialização dos produtos.
- Participação ou envolvimento na observação sistemática dos preços de revenda que possam ser considerados como supervisão.
- Fornecimento de auxiliares de cálculo ou de instruções para calcular os preços pelo fabricante aos revendedores e retalhistas
- Impressão de preços de revenda em embalagens ou materiais com o objetivo de demonstrar preços praticados numa loja ou se forem mencionados em anúncios sem a informação "não vinculativo, preço recomendado preço".

### 3.2.2 Preços de revenda recomendados



**Um preço recomendado pode ser estabelecido se nenhuma pressão for aplicada para implementá-lo.**

#### **MAS**



**Exercer influência para reter o preço recomendado, seja exercendo pressão ou é proibido oferecer benefícios.**

**A recomendação deve permanecer jurídica e factualmente não vinculativa.**

Mesmo uma pequena pressão pode ser suficiente como evidência de uma presunção de violação. O preço recomendado consequentemente, perderá a sua natureza não vinculativa.

Exemplos de desvantagens para a implementação ilegal de um preço recomendado não vinculativo:

- Rescisão, atraso, suspensão da relação contratual;
- A imposição de termos e condições inferiores;
- Restrição de canais de distribuição;
- Multas, por ex. redução unilateral de valores faturados.

Exemplos de benefícios pela implementação ilegal de um preço recomendado não vinculativo:

- Posicionamento de marca ou descontos de manutenção de preço;
- Suporte de preço de campanha de vendas;
- Descontos;
- Pagamentos/reivindicações de compensação de margem.

Por outro lado, é **legal** que um fornecedor simplesmente entregue uma lista com preços recomendados a uma empresa para a produção de etiquetas com o preço recomendado. O fornecedor também pode explicar os motivos para os seus preços recomendados e explicar qual a estratégia está a seguir.

### 3.2.3 Restrições territoriais à exportação por revendedores



**É proibido impedir um revendedor de revender bens ou serviços a clientes finais residentes em outro país da União Europeia ou da Associação Europeia de Comércio Livre (EFTA) que o da residência do revendedor.**

EFTA= Noruega, Suíça, Islândia e Liechtenstein

Não são abrangidas por esta regra as restrições às garantias de que determinados bens ou serviços (por exemplo, serviços em nuvem) são em conformidade com outras leis além das leis da residência do revendedor.

Se um fornecedor solicitar a um colaborador da ALSO que influencie um revendedor a interromper as atividades de exportação para outros países da EU ou países da EFTA que não seja o da residência do revendedor, o colaborador da ALSO pode solicitar orientação do Local Compliance Officer ou o Chief Compliance Officer. Existem raras exceções quando tal restrição pode ser legalmente aceitável, mas as condições quase nunca são atendidas no canal ITC.

### 3.2.4 Restrição da concorrência por acordos de distribuição (distribuição exclusiva e seletiva, restrição de clientes, exclusão do comércio online, venda conjunta, cláusulas de não concorrência)

Além disso, a concorrência pode ser restringida verticalmente por meios ilegais em acordos de distribuição que tornam provisão para uma seleção de parceiros de distribuição ou clientes ou limitar o número de associados de vendas do início. Se tais acordos são legais depende das circunstâncias do caso individual. (por exemplo, o respectivas quotas de mercado do fabricante e distribuidor). Os seguintes acordos de venda

podem, portanto, apenas ser celebrado se uma revisão confirmando o cumprimento da Lei Antitrust tiver sido conduzida previamente pelo Diretor de Conformidade:

- **acordos de distribuição exclusiva** - O fabricante fornece um único distribuidor num determinado território;
- contratos em que um distribuidor/revendedor é obrigado a fornecer um determinado produto a apenas um único comprador (**fornecimento exclusivo**);
- contratos nos quais os compradores são obrigados a adquirir todos ou uma proporção considerável de produtos específicos de apenas um revendedor/fabricante (**single branding**);
- contratos de distribuição seletiva (O fabricante seleciona seus revendedores por critérios qualitativos ou critérios quantitativos e proíbe o distribuidor de revender os produtos a revendedores não licenciados). O objetivo da **distribuição seletiva** qualitativa é, por exemplo, garantir os mesmos padrões de qualidade para suporte ao produto, em toda a gama de produtos ou atendimento ao cliente. Com distribuição seletiva quantitativa o número de pontos de venda possíveis é limitado diretamente, por exemplo, limitando o número de revendedores numa área específica ou limitando-os a um volume de negócios específico;
- contratos excluindo ou limitando a revenda a **revendedores online**
- venda conjunta, que tornam a venda de um produto dependente da aquisição de outros bens ou serviços;
- contratos incluindo uma **cláusula de não concorrência** (o distribuidor/retalhista é obrigado a não oferecer quaisquer bens ou serviços para venda que estejam em concorrência com os bens ou serviços contratuais);
- contratos incluindo uma **restrição territorial** que não permitam à ALSO distribuir os bens ou serviços em todos os países da UE e EFTA.

A análise realizada pelo Chief Compliance Officer não substitui a exigência de revisão posterior de acordo com outros regulamentos internos. A revisão do cumprimento desta diretiva deve ser conduzida da mesma forma se um acordo for feito apenas verbalmente, uma comunicação unilateral por escrito ou compromisso verbal dado pela ALSO, ou se a ALSO pretende obter tal compromisso de um revendedor.

#### 4 ABUSO DE POSIÇÃO DOMINANTE NO MERCADO

As empresas que detêm uma posição dominante no mercado estão a agir ilegalmente se abusarem da sua posição no mercado.



**As declarações a seguir assumem que uma empresa tem uma posição dominante no mercado. Deve-se presumir que a ALSO NÃO detém uma posição dominante no mercado. As administrações das empresas do grupo ALSO devem, no entanto, verificar o share de mercado detido por sua empresa, pelo menos uma vez ao ano, e notificar o Chief Compliance Officer se houver uma mudança significativa.**



Mesmo que a empresa local não tenha posição dominante no mercado, a interferência na concorrência, conforme descrito, deve ser evitada sem uma revisão legal prévia pelo departamento jurídico ou por consultores jurídicos externos, pois tal conduta pode, no entanto, causar problemas legais por outros motivos de acordo com a lei local aplicável.

#### **4.1 Definição de posição dominante no mercado**

Se uma empresa tem uma posição dominante no mercado, isso é avaliado pelo tamanho da sua quota no mesmo. Em qualquer caso considera-se que uma empresa detém essa posição dominante se for capaz de obstruir uma concorrência efectiva. O mesmo se aplica se uma empresa não tiver concorrentes de destaque, não enfrentar qualquer concorrência significativa, ou tem uma posição no mercado que supera de longe os seus concorrentes. Em alguns países a legislação assume que este já é o caso com uma quota de mercado de um terço. Na EU presume-se normalmente que uma empresa apenas detém uma posição dominante com uma quota de mercado mais elevada.

O mercado relevante é determinado principalmente com base no seu produto e nas suas dimensões geográficas:

- Um mercado de produto relevante compreende todos os produtos e/ou serviços considerados permutáveis ou substituíveis pelo consumidor em razão das características dos produtos, seus preços e uso pretendido;
- um mercado geográfico relevante compreende a área em que as empresas envolvidas estão envolvidas na oferta de produtos ou serviços e em que as condições de concorrência sejam suficientemente homogéneas.

Uma vez definidos o mercado do produto e o mercado geográfico, os fornecedores e consumidores intervenientes têm de ser verificados. Com base nessas informações, o tamanho do mercado pode ser determinado. Com base nos números de vendas dos produtos relevantes na área relevante, as quotas de mercado dos fornecedores individuais podem ser determinadas.

#### **4.2 Discriminação por posição dominante no mercado**

Uma empresa com posição dominante no mercado não deve diferenciar o tratamento dos seus clientes sem outras circunstâncias específicas. É, por exemplo, proibido praticar preços ou descontos diferentes para o mesmo tipo de clientes nas mesmas circunstâncias. Por outro lado, é legal conceder a clientes diferentes descontos diferentes ou termos e condições de venda diferentes, se fornecerem serviços especiais.

#### **4.3 Obstrução de concorrentes por empresas com posição dominante no mercado**

Uma empresa com posição dominante no mercado não deve bloquear o acesso aos clientes ou aos concessionários para os seus concorrentes.

Exemplos de obstruções aos concorrentes são:

- venda abaixo do preço de custo (dumping), com o objetivo de excluir concorrentes do mercado.
- Boicote e/ou recusa factualmente injustificada de fornecimento.

- descontos de fidelidade e sistemas de bônus projetados para promover a retenção de clientes. O negócio seria fortalecido e ainda mais a sua posição no mercado, porque os consumidores comprariam ainda mais para obter o desconto.
- “Cláusula inglesa” nos contratos. De acordo com tais contratos, os clientes podem adquirir produtos de concorrentes apenas se o nome do concorrente, os preços e a quantidade de mercadorias forem mencionados antes à compra.
- venda conjunta: As mercadorias, em cujo mercado uma empresa detém uma posição dominante, são vendidas apenas em conjunto com outros bens.

#### **4.4 Abuso do poder de mercado contra empresas dependentes**

Por fim, a Lei Antitrust também proíbe a exploração do poder de mercado. Esta proibição tem como alvo grandes empresas, desde que fornecedores menores ou médios de bens específicos dependam delas na medida em que praticamente não têm oportunidade de buscar negócios alternativos.

A dependência de um fornecedor ou revendedor é assumida se um tratamento preferencial especial for obtido deles, além dos descontos de preço ou outro pagamento por acordos de desempenho normais no comércio, e estes não sendo concedidos a clientes similares. Uma margem garantida não pode ser exigida dos fornecedores ALSO. Isso significa que a alteração posterior dos termos e condições, como resultado do facto de um concorrente da ALSO oferecer um produto comparável para venda a um preço mais barato, não for permitidos.

## **5 DISPOSIÇÕES GERAIS**

### **5.1 Implementação**

As administrações locais das empresas do grupo são obrigadas a informar os seus colaboradores sobre o conteúdo desta diretiva e a garantir a adesão a ela por meio de instruções e controlos claros.

### **5.2 Pessoas de contato, notificações e provedor**



**Em caso de dúvidas, todos os colaboradores têm que dirigir as suas reservas ao seu superior, ao Local Compliance Officer ou ao Chief Compliance Officer. Essas pessoas estão disponíveis para quaisquer outras questões relativas a esta diretiva ou ao Programa de Compliance.**

**Informações, também anónimas, sobre infrações ao disposto nesta diretiva, podem ser endereçadas ao Local Compliance Officer ou ao Chief Compliance Officer e ao provedor do grupo. Como advogado, o Provedor está profissionalmente obrigado à confidencialidade e manterá a identidade do colaborador informante estritamente confidencial.**



## Principais Alterações

Revisão	Principais Alterações
REV00	Versão em Português (Directive on Antitrust and Competition Law v. 2.2, 21.07.2016)