

RELAÇÕES COMERCIAIS ENTRE A DISTRIBUIÇÃO ALIMENTAR E OS FORNECEDORES

No passado dia 6 de Outubro, a Autoridade da Concorrência (AdC) apresentou em audição parlamentar conjunta da Comissão de Assuntos Económicos, Inovação e Energia e da Comissão de Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas, o Relatório Final sobre as Relações Comerciais entre a Distribuição Alimentar e os seus Fornecedores¹.

Em Dezembro de 2009, a AdC havia apresentado um Relatório Preliminar em que chegava já a algumas conclusões, designadamente que os potenciais problemas em torno das relações comerciais entre a Grande Distribuição Alimentar (“GDA”) e os seus fornecedores respeitam, sobretudo, aos Grandes Grupos Retalhistas (“GGR”)², dada a sua expansão nos mercados de aprovisionamento, com a correlativa diminuição de importância dos demais grupos, nomeadamente grossistas e cadeias de retalhistas de dimensão regional.

A principal conclusão do Relatório Final aponta para a existência de um desequilíbrio negocial entre os fornecedores e a grande distribuição, em geral desfavorável aos fornecedores, tendo sido identificadas quatro áreas onde este desequilíbrio se parece manifestar de forma mais acentuada: (i) imposição unilateral de condições contratuais (i.e. contratos-tipo); (ii) descontos e outras contrapartidas; (iii) penalizações; e (iv) prazos de pagamento.

Com efeito, a AdC conclui que os GGR se assumem, hoje, como verdadeiros “porteiros” (“gatekeepers”) no acesso do consumidor final aos produtos da indústria transformadora e que o crescente poder de mercado destes GGR na venda a retalho e enquanto clientes da indústria de aprovisionamento, potenciado pela tendência de alguns GGR para a centralização de compras e a integração vertical, tem contribuído para uma perda progressiva do poder de mercado da indústria, originando tensões ao nível das relações comerciais entre fornecedores e distribuidores.

A AdC conclui ainda que, embora os ganhos decorrentes do crescente poder de mercado dos GGR tendam hoje em dia a ser repercutidos favoravelmente nos consumidores, a expansão actual dos produtos da marca da distribuição (“MDD”) e o reforço tendencial do grau de concentração dos GGR podem suscitar preocupações quanto a possíveis efeitos futuros desta expansão, quer sobre a indústria de aprovisionamento, quer no que

“Sociedade de Advogados Portuguesa do Ano”

Chambers Europe Excellence 2009, IFLR Awards 2006 & Who’s Who legal Awards 2006, 2008, 2009, 2010

“Melhor Sociedade de Advocacia de negócios da Europa do Sul”

ACQ Finance Magazine, 2009

“Melhor Sociedade de Advogados no Serviço ao Cliente”

Clients Choice Award - International Law Office, 2008, 2010

“Melhor Departamento Fiscal do Ano”

International Tax Review - Tax Awards 2006, 2008

Prémio Mind Leaders Awards™

Human Resources Suppliers 2007

¹ A análise da AdC tem como principal enfoque os produtos de grande consumo não duradouros (“fast moving consumer goods” ou “FMCG”), cingindo-se aos produtos lácteos, arroz, massas alimentícias, farinhas lácteas e de uso culinário, cereais de pequeno-almoço, bolachas, produtos de gordura vegetal, hortofrutícolas, bebidas não alcoólicas de alta rotação e aos cafés e sucedâneos.

² O Relatório da AdC identifica nove grandes grupos retalhistas a actuar em Portugal: Aldi, Auchan, Minimpreço-Dia, El Corte Inglés, E. Leclerc, ITMI-Os Mosqueteiros, Jerónimo Martins, Sonae MC e Lidl.

O Relatório Final faz ainda um breve enquadramento do recente aumento do IVA a partir do passado dia 30 de Junho de 2010, concluindo que, da análise dos elementos remetidos à AdC, não resultaram indícios suficientes de que os GGR tenham repercutido sobre os seus fornecedores o referido aumento.

respeita aos efeitos de pass-through para o consumidor final. Neste sentido, a AdC alerta para o facto de o poder de compra dos GGR poder assumir um peso relativo suficientemente significativo no futuro para deixar de ser visto como um poder de mercado a priori pró-concorrencial, como acontece actualmente.

Por outro lado, a AdC afirma (i) que não é possível concluir que a rede de distribuição dos GGR possa ser considerada uma “infra-estrutura essencial” para escoamento dos produtos de marca da indústria fabricante (“MDI”), mesmo no caso em que existe concorrência dos MDD, e (ii) que o aumento das vendas dos MDD tende a resultar num efeito de expansão do mercado, quer por “democratizar” o consumo de produtos com um elevado grau de substituíbilidade com os MDI, quer por oferecer um produto cujo preço é mais baixo que o dos MDI comparáveis.

Em resultado, a AdC afirma que as preocupações por si identificadas não se enquadram estritamente nas proibições da Lei da Concorrência ou do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia. Apesar do desequilíbrio negocial detectado, a AdC esclarece que não se afigura que as disposições dos contratos analisados tenham por objecto ou como efeito impedir, falsear ou restringir de forma sensível a concorrência (artigo 4.º da Lei da Concorrência) e que, da análise efectuada, não resultam indícios de abusos de posição dominante (artigo 6.º da Lei da Concorrência) ou de abusos de dependência económica (artigo 7.º da Lei da Concorrência). No entanto, a AdC ressalva que algumas práticas analisadas podem ser enquadradas no âmbito da legislação sobre práticas comerciais restritivas, ao abrigo da qual devem continuar a ser objecto de uma fiscalização rigorosa, em especial no que respeita às “práticas negociais abusivas” e à “venda com prejuízo”.

O Relatório Final faz ainda um breve enquadramento do recente aumento do IVA a partir do passado dia 30 de Junho

de 2010, concluindo que, da análise dos elementos remetidos à AdC, não resultaram indícios suficientes de que os GGR tenham repercutido sobre os seus fornecedores o referido aumento.

Por fim, a AdC apresenta um conjunto de recomendações. A primeira, dirigida à CIP, APED e Centromarca enquanto associações mais representativas das partes envolvidas, diz respeito à necessidade de reactivar o Código de Boas Práticas CIP/APED de 97 ou de adoptar um novo Código de Conduta, com o objectivo de promover uma cultura de concorrência através de um efectivo processo de auto-regulação. Segundo a AdC, o Código deveria incluir um mecanismo de resolução de conflitos, a eventual criação de um “Provedor” e princípios a observar em contratos-tipo, por exemplo a exclusão da aplicação de penalizações à retroactividade dos efeitos do contrato, a obrigatoriedade de justificação atempada pelos GGR da retirada de linha de um MDI ou de uma redução significativa do seu espaço de prateleira e a definição consensual de regras relativas a prazos de pagamento.

A AdC sugere ainda a elaboração e a adopção de um documento-modelo definindo as condições-tipo de qualquer contrato que envolva uma relação de fornecimento, tendo como objectivo a promoção do equilíbrio e da transparência na negociação das condições contratuais entre os distribuidores e os fornecedores.

As duas outras recomendações são dirigidas ao Governo e dizem respeito (i) à regulamentação de práticas comerciais que têm sido apresentadas como problemáticas e que não são susceptíveis de ser enquadráveis no âmbito da legislação de concorrência nem do regime jurídico das práticas comerciais restritivas e (ii) à necessidade de reforçar a recolha, tratamento e difusão de informação estatística de preços ao longo da cadeia de abastecimento alimentar, complementada pela correspondente informação estatística de quantidades.

A presente Nota Informativa destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas e a informação nela contida é prestada de forma geral e abstracta, não devendo servir de base para qualquer tomada de decisão sem assistência profissional qualificada e dirigida ao caso concreto. O conteúdo desta Nota Informativa não pode ser reproduzido, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização do editor. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto contacte Sara Carvalho de Sousa-sara.carvalhosousa@plmj.pt.