

# FACULDADE DE DIREITO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA

## Mestrado em Direito e Prática Jurídica

Ano letivo 2024/2025

Exame

– Introdução ao Direito da Concorrência –

28-01-2024

Responda a duas das seguintes questões:

1.

A empresa GourmetTech, produtora de eletrodomésticos de cozinha de alta tecnologia, pretende expandir a sua presença no mercado da União Europeia, onde tem atualmente uma quota muito reduzida (inferior a 5%). Para tal, decide implementar um sistema de distribuição seletiva para os seus produtos, argumentando que as características técnicas dos produtos exigem revendedores especializados para garantir uma experiência de utilização adequada aos consumidores.

No âmbito deste sistema de distribuição, GourmetTech celebra contratos com distribuidores em vários Estados-Membros, contendo as seguintes cláusulas:

1. Cláusula de restrição de vendas online: Os distribuidores são proibidos de vender os produtos GourmetTech em marketplaces de terceiros, podendo apenas vendê-los através dos seus próprios websites autorizados.
2. Cláusula de preços mínimos de revenda (RPM): GourmetTech impõe um preço de revenda mínimo aos distribuidores, alegando a necessidade de preservar a perceção de qualidade dos produtos junto dos consumidores.

Analise a compatibilidade destas cláusulas com o n.º 1 do artigo 101.º do TFUE, tendo também em conta o Regulamento 2022/720 e possíveis justificações para as mesmas ao abrigo do n.º 3 do artigo 101.º do TFUE.

2.

Duas empresas líderes no setor da distribuição alimentar na União Europeia, FreshMart e EcoGroceries, operam em diversos Estados-Membros e disputam ativamente o mercado de produtos alimentares sustentáveis. Num esforço para melhorar a sua capacidade de previsão da procura e otimizar a cadeia de abastecimento, as empresas decidem criar uma plataforma conjunta de partilha de dados para trocar informações sobre:

1. Volumes de vendas semanais por região, permitindo ajustar melhor os níveis de stock.
2. Preços médios praticados em diferentes mercados, com o argumento de melhorar a transparência do setor.
3. Estratégias de expansão futura, incluindo planos de abertura de novas lojas e investimento em determinados segmentos de produtos.

Analise a compatibilidade desta iniciativa com o artigo 101.º do TFEU.

## FACULDADE DE DIREITO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA

3.

A empresa MediLife, um dos principais fabricantes de medicamentos na União Europeia, detém os direitos exclusivos de comercialização do CuraMax, um medicamento essencial utilizado no tratamento de uma doença crónica rara. A empresa detém uma quota de mercado superior a 85% na maioria dos Estados-Membros, sendo o único fornecedor viável devido à inexistência de alternativas terapêuticas eficazes.

Nos últimos três anos, MediLife aumentou progressivamente o preço do CuraMax em mais de 500%, justificando os aumentos com os seguintes argumentos:

1. Custos de Investigação e Desenvolvimento (I&D): A empresa alega que o aumento dos preços é necessário para recuperar investimentos contínuos em inovação e segurança do medicamento.
2. Garantia de Qualidade e Oferta Sustentável: MediLife argumenta que os preços mais elevados são essenciais para manter elevados padrões de fabrico e assegurar um fornecimento contínuo sem interrupções.
3. Comparação Internacional: A empresa defende que os preços praticados na UE estão alinhados com mercados internacionais como os EUA, onde os preços são tradicionalmente mais elevados.

Analise a compatibilidade desta prática face ao artigo 102.º do TFUE.

É permitida a consulta de legislação nacional e da União Europeia. Duração: 2 horas.

# FACULDADE DE DIREITO DA UNIVERSIDADE DE LISBOA

## Questão 1

- Caracterização como acordo vertical;
- Enquadramento do modelo de distribuição seletiva face ao Artigo 101.º TFUE;
- Aplicação da Comunicação de minimis e sua exclusão quanto a restrições da concorrência por objeto;
- Aplicação do Regulamento 2022/720;
- Conceito de restrições “hardcore”;
- Enquadramento de uma restrição de vendas online em marketplaces de terceiros no contexto de um sistema de distribuição seletiva (referência ao acórdão Coty Germany e ao artigo 4.º(e)(i) do Regulamento 2022/720);
- Enquadramento da fixação vertical de preços como restrição hardcore (artigo 4.º(a) do Regulamento 2022/720) e potencial restrição da concorrência por objeto (Acórdão Super Bock), após análise do teor do acordo, dos seus objetivos e do seu contexto económico e jurídico que revele um grau suficiente de nocividade para a concorrência para que se dispense uma análise de efeitos;
- Análise de uma possível justificação da fixação vertical de preços ao abrigo do n.º 3 do artigo 101.º TFUE, com base num eventual problema de free-ride associado à novidade do produto da GourmetTech.

## Questão 2

- Caracterização do acordo como cooperação horizontal;
- Distinção entre o conceito de restrição da concorrência por objeto e por efeito;
- Ausência de informação precisa sobre quota de mercado: indicar a relevância das quotas de mercado para a análise;
- Conceito de informação comercial sensível (Acórdão BPN/BIC Português);
- Classificação da troca de informação sensível como restrição por objeto em certas circunstâncias (Acórdão BPN/BIC Português);
- Avaliação dos três tipos de informação em função da sua aptidão para eliminar a incerteza quanto à atuação futura das empresas em causa no mercado – carácter particularmente sensível da troca de informação sobre preços e estratégia;

## Questão 3

- Conceito de posição dominante: capacidade de atuar de forma independente face aos concorrentes, fornecedores, clientes e consumidores;
- Definição de mercado relevante: relevância da análise da substituibilidade do lado da procura e da oferta;
- Quota de mercado como indicador de posição dominante;
- Conceito de abuso de posição dominante – abusos de exploração;
- Caracterização da prática de preços excessivos como abuso de posição dominante: (1) critério do diferencial do preço face aos custos de produção; (2) carácter não equitativo do preço, em si mesmo ou por comparação com produtos concorrentes;
- Possíveis justificações com base na defesa da eficiência: carácter especulativo dos benefícios para os consumidores; carácter desproporcional dos preços;