

Regras de conduta na concorrência (Diretiva de competição)

21 de junho de 2022

1.	Introdução.....	4
1.1.	O que é lei da concorrência?	4
1.2.	Instruções em termos da lei da concorrência e informações complementares	5
2.	Evitar infrações da legislação anti-trust	5
2.1.	Acordos restritivos à concorrência e práticas concertadas	6
2.1.1	Restrições horizontais	6
2.1.1.1	Acordos sobre preços ou condições de entrega com concorrentes atuais ou potenciais (os chamados acordos horizontais).....	6
2.1.1.2	Acordos sobre segmentação de mercado com concorrentes atuais ou potenciais.....	7
2.1.1.3	Boicotes	7
2.1.1.4	Associações comerciais	8
2.1.1.5	Empresas conjuntas (Joint Ventures).....	8
2.1.1.6	Nomeadamente, propostas	8
2.1.1.7	Troca de informação	9
2.1.2	Acordos verticais.....	10
2.1.2.1	Preços de revenda dos distribuidores.....	10
2.1.2.2	Proteção territorial/exclusividade	11
2.1.2.3	Cláusula de concorrência	12
2.1.2.4	Patentes, direitos de autor, know-how ou marcas registadas	12
2.2.	Proibição de abuso de uma posição de mercado dominante	12
2.2.1	Discriminação/condições de venda diferentes.....	13
2.2.2	Obstrução dos concorrentes	13
2.2.2.1	Condições de compra exclusivas	13
2.2.2.2	Descontos de fidelidade e descontos com efeito comparável.....	13
2.2.2.3	Preços de dumping	14
2.2.2.4	Tying.....	14
2.2.2.5	Agrupamento	14
2.2.2.6	Cláusula inglesa	15
2.2.2.7	Recusa de fornecimento.....	15
2.2.2.8	Discriminação geográfica de preços	16
2.3.	Proibição de abuso da posição de empresa com poder de mercado relativo.....	16
2.3.1	Discriminação/condições de venda diferentes.....	17
2.3.2	Descontos de fidelidade e descontos com efeito comparável	17
2.3.3	Tying	18
2.3.4	Recusa de fornecimento	18
2.3.5	Rescisões de contratos	18

2.3.6	Discriminação geográfica de preços	19
3.	Procedimento em caso de suspeita de violação de anti-trust	19
4.	Investigações anti-trust	20
5.	Concorrência desleal.....	21
6.	Entrada em vigor	22
	Anexo 1: Modelo de ficha informativa para busca domiciliária – Receção.....	23
	Anexo 2: Modelo de ficha informativa para busca domiciliária – Administração.....	25
	Anexo 3: Guia para os colaboradores durante buscas domiciliárias	29

1. Introdução

1.1. O que é lei da concorrência?

No seu Código de Conduta, a Arbonia AG e as empresas do seu Grupo (doravante designadas conjuntamente por "Arbonia", ou uma empresa individual do Grupo, doravante designada por "Empresa do Grupo") comprometem-se a adotar uma conduta justa e baseada no mérito da concorrência e a não se envolverem em práticas de concorrência ilegais nem participarem em acordos anti-trust.

A lei da concorrência de um país é aplicável se uma violação da concorrência tiver efeitos nesse país, mesmo que a violação tenha ocorrido no estrangeiro. Enquanto grupo ativo a nível mundial, a Arbonia é obrigada e esforça-se por cumprir todas as leis e regulamentos nacionais e internacionais relevantes em matéria de lei da concorrência.

Tendo como pano de fundo a complexa legislação e jurisprudência em termos da lei da concorrência, o objetivo da presente diretiva é aprofundar a compreensão da lei da concorrência por parte de todos os colaboradores da Arbonia e fornecer indicações e recomendações concretos para a conduta no trabalho quotidiano. Os colaboradores devem ser colocados em posição de reconhecer ou questionar criticamente factos problemáticos em termos da lei da concorrência e de tomar as medidas necessárias.

Para o efeito, é indispensável que, nestes casos, a administração e o departamento jurídico da Arbonia sejam imediatamente informados e envolvidos. Isto aplica-se, em particular, a todos os acordos celebrados com concorrentes atuais ou potenciais e/ou a acordos de fornecimento e compra a longo prazo com clientes e/ou fornecedores. No entanto, outros tipos de acordos com parceiros comerciais, como a cooperação em matéria de investigação & desenvolvimento, devem igualmente ser examinados quanto à sua legitimidade em termos da lei da concorrência.

A concorrência das empresas é o motor da nossa economia nacional e, por conseguinte, o requisito para o crescimento, o emprego e a prosperidade. A legislação anti-trust desempenha um papel importante na proteção da concorrência. A legislação anti-trust proíbe restrições não razoáveis da concorrência, como a fixação de preços ou a partilha de mercados entre concorrentes e qualquer tipo de abuso de posição de mercado dominante.

Cada empresa do grupo deve sempre verificar por si própria se a sua conduta é compatível com a lei anti-trust. Esta avaliação nem sempre é fácil. Mesmo uma conduta concertada ou conversas informais que visem ou provoquem uma restrição de concorrência são proibidos. Mesmo a aparência de tal atividade conspiratória deve ser evitada.

1.2. Instruções em termos da lei da concorrência e informações complementares

A responsabilidade pela conduta de acordo com a lei da concorrência cabe a cada colaborador.

Em caso de dúvida, deve ser solicitado aconselhamento ao respetivo superior ou ao Head of Compliance ou deve ser efetuada uma comunicação de conduta relevante em termos da lei da concorrência.

A lei da concorrência deve ser respeitada por todos os colaboradores da Arbonia em todo o mundo. Cada colaborador é responsável pelo cumprimento dos regulamentos aplicáveis em termos da lei da concorrência. As infrações podem ser punidas pela Arbonia. Os colaboradores infratores são passíveis de sanções ao abrigo do direito civil, penal e disciplinar, que podem ir até ao despedimento imediato. Em casos individuais, a Arbonia reserva-se o direito de isentar o colaborador infrator de responsabilidades.

Através de um sistema de comunicação funcional (ver também as instruções de denúncia de irregularidades) e a sensibilização dos colaboradores para os factos relevantes em termos da lei da concorrência, pretende-se a excluir ou reduzir as desvantagens para a Arbonia e os seus colaboradores (ver secção 2), a comunicar e investigar quaisquer incidentes críticos em termos da lei da concorrência e a reagir corretamente no caso de uma investigação ao abrigo da lei da concorrência (ver 3 e 4).

2. Evitar infrações da legislação anti-trust

Qualquer violação da legislação anti-trust pode ter consequências graves para a Arbonia e os seus colaboradores. As violações da legislação anti-trust são punidas com coimas elevadas, que são frequentemente seguidas de pedidos de indemnização consideráveis. Além disso, as violações da legislação anti-trust conduzem à invalidade de contratos e prejudicam a integridade e a credibilidade da Arbonia e/ou da empresa do grupo em causa perante os clientes e o público. Em certos países, a violação da legislação anti-trust pode também conduzir a sanções penais (por ex., pena de prisão). Por esta razão, é importante evitar qualquer acordo ou práticas concertadas que restrinja a concorrência (ver secção 2.1), bem como qualquer tipo de abuso de uma posição de mercado dominante (ver secção 2.2) ou de uma posição de empresa com poder de mercado relativo (ver secção 2.3).

Os seguintes princípios devem ser tidos em conta em relação a qualquer contacto comercial:

2.1. Acordos restritivos à concorrência e práticas concertadas

Todos os tipos de acordos, bem como as práticas concertadas de empresas, no mesmo nível ou em níveis diferentes do mercado, que tenham por objeto ou efeito restringir a concorrência, são considerados ilegais ao abrigo da restrição de concorrência.

Assim, não só os acordos escritos são abrangidos pelo âmbito de aplicação da legislação anti-trust, mas também os acordos orais e as chamadas práticas concertadas, ou seja, a cooperação consciente ou meramente intencional entre empresas individuais que, embora não constitua ainda a conclusão de um acordo efetivo, substitui deliberadamente a cooperação prática por uma concorrência que envolve riscos.

2.1.1 Restrições horizontais

Restrições horizontais são acordos ou práticas concertadas entre empresas que operam ao mesmo nível do mercado, por exemplo, acordos entre concorrentes ou potenciais concorrentes (concorrentes); Ex.: Acordos de preços, de quantidade ou territoriais.

2.1.1.1 Acordos sobre preços ou condições de entrega com concorrentes atuais ou potenciais (os chamados acordos horizontais)

✘ **É proibido,**

- fixar, direta ou indiretamente, preços de venda ou de compra;
- decidir conjuntamente sobre aumentos ou reduções de preços ou coordenar de outra forma entre si;
- estabelecer conjuntamente determinados preços mínimos ou fixos ou um determinado intervalo de preços;
- determinar conjuntamente quantidades de produção, de compra, ou de entrega, ou acordar reduções e aumentos;
- acordar conjuntamente descontos, reduções de preços, ou outras condições de entrega ou medidas relacionadas com os preços (por ex., condições de pagamento, períodos de crédito, juros de mora e âmbito de garantias);
- trocar informações relevantes para os custos ou preços (por ex., informações sobre a fixação de preços, descontos, reduções de preços, condições de crédito, valores de vendas, listas de clientes ou outros fatores de custo importantes);
- Acordos de compra com concorrentes, especialmente se os fornecimentos em causa representarem um elemento de custo importante.

✓ **Após consulta com o Head of Compliance, é por princípio autorizado:**

- criar e utilizar instrumentos comuns de ajudas de cálculo, desde que a ajuda de cálculo seja utilizada por razões pró-concorrenciais, em conformidade com as regras da Comissão da Concorrência para ajudas de cálculo, e que não haja troca de condições de preços ou de aspetos de fixação de custos e/ou preços.

✓ **É permitido,**

- A pesquisa unilateral e independente das tarifas atuais de concorrentes ("*rate shopping*"), por exemplo, através da Internet ou da observação de tarifas publicadas sem qualquer troca de impressões com os concorrentes; deve ser registado que as informações foram encontradas e registadas sem qualquer troca de impressões com os concorrentes.
- Aceitar informações não solicitadas pelos clientes sobre as tarifas dos concorrentes se não foram sistematicamente pesquisadas. Deve ser registado que a informação foi fornecida de forma não solicitada por um cliente.

2.1.1.2 Acordos sobre segmentação de mercado com concorrentes atuais ou potenciais

✗ **É proibido,**

- atribuir ou repartir mercados relativamente a territórios geográficos, produtos, clientes ou fontes de aprovisionamento específicas;
- fixar quotas de produção, de compras ou de vendas;
- Acordar proibições de concorrência.

2.1.1.3 Boicotes

✗ **É proibido**

- a celebração de acordos de não fornecer a determinados clientes e de não aquisição de mercadorias de determinados fornecedores;
- a celebração de acordos que fazem depender a entrega ou a compra de mercadorias de determinadas condições.

2.1.1.4 Associações comerciais

✘ **É proibido,**

- Trocar informações, direta ou indiretamente, sobre preços, reduções de preços, condições de entrega, margens de lucro, estruturas de custos, volumes de produção, cálculo de preços, práticas de marketing e vendas, territórios de fornecimento, fornecedores, clientes, etc., em eventos de associações comerciais.

✓ **É permitido,**

- aderir a uma associação comercial, na qual se reúnem os concorrentes;
- chegar a acordo no seio de uma associação comercial sobre apresentações e petições conjuntas, assuntos oficiais e temas comparáveis;
- recolher e disponibilizar material estatístico, na medida em que se trate de dados históricos recolhidos por um organismo independente e publicados de forma agregada.

2.1.1.5 Empresas conjuntas (Joint Ventures)

Em acordos entre concorrentes que digam respeito à formação de uma empresa conjunta (por ex., empresa conjunta para I+D, produção ou vendas, etc.), a aprovação do Head of Compliance deve ser sempre obtida numa fase inicial.

2.1.1.6 Nomeadamente, propostas

Os acordos de apresentação de propostas entre concorrentes são proibidos tanto pela lei anti-trust como pela lei de aquisição e podem também dar origem a pedidos de indemnização ao abrigo do direito civil.

✘ **É proibido,**

- Trocar antecipadamente com outros concorrentes o conteúdo e as condições das ofertas (preços, condições de venda, etc.);
- Celebrar acordos diretos ou indiretos sobre a adjudicação;
- Envio de propostas preenchidas aos concorrentes, que, por sua vez, apresentam ofertas de apoio;
- Estabelecer fixação de preços antes da apresentação de propostas e durante as rondas de licitação;
- Formar grupos de trabalho silenciosos em que todos concorrem, mas a adjudicação já está determinada internamente;

- Criar pontos de comunicação onde todos os interessados se possam inscrever e ver a quem vai receber a adjudicação;
- Estabelecer mecanismos de atribuição que determinem a que concorrente é adjudicado o contrato, quando e em que condições;
- no caso de uma posição de mercado dominante, oferecer preços de dumping (preços abaixo do custo de aquisição);
- Influenciar decisores de concursos através de presentes ou benefícios indevidos;
- Celebrar acordos com concorrentes para participar num concurso com uma proposta fictícia;
- retirar-se de um concurso público na condição de ser indemnizado por essa retirada por um competidor;
- Informar os concorrentes se Arbonia participa num concurso;
- Perguntar aos concorrentes se participam num concurso.

✓ **É permitido,**

- Formar grupos de trabalho e apresentar uma proposta conjunta como um grupo de trabalho, desde que o grupo de trabalho seja divulgado ao cliente e a formação do grupo de trabalho permita que as empresas apresentem uma oferta ou se a proposta do grupo de trabalho for manifestamente melhor do que as propostas individuais das empresas;
- Convidar quaisquer grossistas a participar num concurso público, sem fixar os preços do grossista ou coordenar as ofertas do grossista.

2.1.1.7 Troca de informação

A troca de informação relevante em termos de concorrência entre concorrentes não é permitida. As informações relevantes em termos de concorrência são informações não públicas que uma empresa normalmente não divulgaria aos seus concorrentes porque poderiam influenciar uma decisão ou estratégia comercial dos seus concorrentes. As seguintes informações são consideradas relevantes em termos de concorrência e não podem ser partilhadas com os concorrentes:

- Preços (por exemplo, preços e reduções de preços atuais, aumentos de preços previstos, baixas de preços e descontos), condições de compra ou outros termos e condições de negócio
- Clientes, fornecedores, mercados ou territórios
- Custos de produção, quantidades de produção, capacidades, volumes de negócios, valores de vendas ou parâmetros de qualidade;
- Planos de marketing, estratégias de vendas ou avaliação do risco de mercado

- propostas planeadas ou apresentados, incluindo informações sobre a participação num concurso;
- Tecnologias, programas de I+D e respetivos resultados, e outros investimentos; tal como
- qualquer outra informação suscetível de proporcionar uma vantagem competitiva a um concorrente.

Se receber informações de um concorrente, relevantes em termos de concorrência, informe imediatamente a administração e/ou o Head of Compliance. Alternativamente, pode também apresentar uma denúncia aos pontos de comunicação mencionados nas "Instruções de denúncia de irregularidades".

2.1.2 Acordos verticais

Os acordos verticais são contratos entre empresas que operam em diferentes níveis de produção e distribuição. Os parceiros contratuais normalmente não são concorrentes, mas sim distribuidores, clientes, licenciados, licenciantes e fornecedores. O tratamento dos acordos verticais pode diferir em função da legislação aplicável, desta forma, certas categorias de acordos verticais não infringem a lei da concorrência europeia desde que sejam abrangidas pelo âmbito de aplicação do regulamento de isenção por categoria relevante, enquanto o mesmo tipo de acordos pode não ser autorizado noutra ordem jurídica.

2.1.2.1 Preços de revenda dos distribuidores

✘ É proibido (para o fabricante),

- fixar ou prescrever, direta ou indiretamente, os preços de revenda dos distribuidores ou comerciantes em listas, catálogos, anúncios, brochuras, formulários de encomenda, orçamentos ou de qualquer outra forma comparável;
- exigir que os distribuidores respeitem o preço de venda recomendado;
- pôr termo à relação comercial com um distribuidor devido à recusa de aplicar os preços de venda recomendados ou ameaçar com a rescisão neste caso;
- Impedir que os distribuidores ofereçam descontos e condições preferenciais;
- Fornecer aos distribuidores instruções ou fórmulas para o cálculo dos preços;
- pré-definir a margem de lucro do distribuidor;
- Estabelecer limites fixos ou mínimos para os preços de venda;
- Acordar cláusulas de nação mais favorecida que proibam os distribuidores de concederem condições de compra mais favoráveis a outros compradores do que a eles próprios;

- coordenar a política de preços com o distribuidor em função da situação do mercado;
- controlar sistematicamente os preços de revenda do comerciante.

✓ **É permitido,**

- formular uma recomendação de preço não vinculativa para a revenda de mercadorias, desde que não seja utilizada qualquer obrigação direta ou indireta (por ex., através da concessão de descontos) ou outras medidas (por ex., a representação automática da recomendação de preço no sistema de caixa registadora do comerciante) para impor a recomendação e que a recomendação de preço não tenha o efeito de uma fixação de preços de facto no mercado;
- Determinar preços máximos de revenda, desde que esses preços máximos não tenham o efeito de facto de preços fixos ou mínimos.

2.1.2.2 Proteção territorial/exclusividade

✗ **É proibido,**

- Impor proibições de exportação;
- impor que os distribuidores de fora do território de exclusividade acordado não podem ser fornecidos de forma passiva (ou seja, a pedido do cliente de fora do território de exclusividade);
- proibir um distribuidor de ceder as mercadorias a outros canais de distribuição, mediante pedido;
- celebrar acordos de fornecimento exclusivo que prevejam entregas exclusivamente a um cliente específico sem a autorização expressa do Head of Compliance;
- Recusar encomendas de comerciantes que exportam os produtos (vendas passivas) com base no argumento de restrições territoriais;
- proibir um distribuidor de efetuar publicidade ou distribuição através da Internet.

✓ **É permitido,**

- conceder direitos exclusivos de distribuição, compra, franquia ou licença num determinado território;
- proibir uma política de vendas ativa fora do território de exclusividade se a quota de mercado da empresa do grupo for inferior a 30% e se a publicidade e a distribuição através da Internet não forem proibidas;

- informar o parceiro comercial sobre as diferenças que afetam a aceitação do produto noutros países ou para chamar a atenção para os requisitos legais noutros países;
- limitar temporariamente a quantidade de mercadorias a vender a um parceiro comercial devido a problemas de capacidade justificados.

2.1.2.3 Cláusula de concorrência

✘ **É proibido,**

- proibir um distribuidor ou licenciado de fabricar e vender produtos concorrentes durante o período de vigência do contrato por um período indeterminado ou por um período superior a 5 anos a contar do início do acordo;
- proibir um distribuidor ou licenciado de fabricar e vender produtos concorrentes após a cessação do acordo (a chamada não concorrência pós-contratual).

✔ **É permitido,**

- proibir um distribuidor ou licenciado de fabricar e vender produtos concorrentes durante a vigência do acordo, até um máximo de 5 anos, desde que a quota de mercado não seja superior a 30%.

2.1.2.4 Patentes, direitos de autor, know-how ou marcas registadas

✘ **É proibido,**

- celebrar qualquer acordo de licenciamento de patentes, direitos de autor, know-how ou marcas registadas sem a autorização expressa do Head of Compliance;
- proibir o parceiro comercial de contestar a validade jurídica da patente licenciada;
- fixar o preço que o licenciado cobra pelo seu produto;
- celebrar acordos com outros titulares de patentes sobre as taxas cobradas por patentes concorrentes.

2.2. **Proibição de abuso de uma posição de mercado dominante**

Uma empresa em posição dominante de mercado está proibida de utilizar o seu poder de mercado de forma desleal e discriminatória. A posição de mercado dominante e as consequências que lhe estão associadas devem ser sempre analisadas no contexto destas instruções se a quota de mercado de uma empresa num determinado mercado for superior a 40%.

Para determinar a quota de mercado, o mercado relevante deve ser delimitado em termos de produtos, geográficos e temporais. Geralmente, os produtos pertencem ao mesmo mercado do produto (mercado material) se forem razoavelmente permutáveis (substituíveis) do ponto de vista da contraparte do mercado. O mercado geograficamente relevante é definido como o território em que prevalecem condições de concorrência idênticas ou comparáveis. Esse mercado pode, por exemplo, ser constituído por um único, vários ou todos os Estados-Membros da UE/EFTA e a Suíça, mas também por regiões individuais desses países.

Em caso de constatação de uma posição de mercado dominante, as instruções seguintes são obrigatórias:

2.2.1 Discriminação/condições de venda diferentes

✘ **É proibido,**

- como empresa dominante de mercado, conceder condições de venda diferentes (preços, descontos) ou termos e condições de negócio a parceiros comerciais semelhantes (distribuidores, clientes ou fornecedores) nas mesmas condições.

2.2.2 Obstrução dos concorrentes

2.2.2.1 Condições de compra exclusivas

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa dominante de mercado, bloquear significativamente o acesso dos concorrentes aos clientes ou comerciantes através de condições de compra exclusivas.

2.2.2.2 Descontos de fidelidade e descontos com efeito comparável

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa dominante de mercado, atribuir descontos que são concedidos a um comprador sob a condição de este cobrir as suas necessidades exclusivamente do fornecedor dominante de mercado (conhecidos como descontos de exclusividade ou descontos de fidelidade);
- enquanto empresa dominante de mercado, conceder descontos totais sobre as vendas que desencadeiam um efeito de atração a favor da empresa dominante de mercado e que afetam as vendas de produtos de diferentes mercados;
- como empresa dominante de mercado, conceder descontos por objetivos que são adaptados individualmente ao volume de vendas de um cliente ou fornecedor específico;

- enquanto empresa dominante de mercado conceder descontos por quantidades em determinadas categorias de produtos sem a autorização expressa do Head of Compliance;
- enquanto empresa dominante de mercado conceder descontos sobre vendas de determinadas categorias de produtos sem a autorização expressa do Head of Compliance, determinados com base numa indicação prévia da quantidade da encomenda.

2.2.2.3 Preços de dumping

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa dominante de mercado, solicitar preços abaixo do custo de aquisição;
- enquanto empresa dominante de mercado, oferecer deliberadamente produtos ou serviços abaixo do preço de aquisição.

2.2.2.4 Tying

✘ **É proibido,**

- Subordinar o fornecimento de um produto dominante no mercado à obrigação de adquirir outro produto ou de celebrar um contrato de prestação de serviços;
- enquanto empresa dominante de mercado, exigir que um cliente compre uma gama completa de produtos, incluindo acessórios, sem a autorização expressa do Head of Compliance;
- enquanto empresa dominante de mercado, exigir que um cliente celebre um contrato de prestação de serviços por razões de segurança dos produtos sem a autorização expressa do Head of Compliance.

✔ **É permitido,**

- impor nos contratos de licença a aquisição de materiais e ferramentas especiais que sejam objetivamente necessários para uma utilização tecnicamente satisfatória da licença.

2.2.2.5 Agrupamento

✘ **É proibido,**

- agrupar estrategicamente um produto dominante de mercado com um ou mais produtos com o único objetivo de eliminar os concorrentes;
- fixar um preço predatório para um pacote de produtos.



É permitido,

- enquanto empresa dominante de mercado, agrupar dois ou mais produtos, se tal se basear em razões científicas sólidas;
- Agrupar produtos que fazem parte de um sistema inter-relacionado objetivamente necessário.

2.2.2.6 Cláusula inglesa



É proibido,

- enquanto empresa dominante de mercado, acordar uma chamada "cláusula inglesa". De acordo com esta cláusula, o parceiro contratual da empresa dominante de mercado tem a possibilidade de comprar produtos a um concorrente, desde que tenha informado previamente a empresa dominante de mercado do nome do concorrente, da quantidade de compra e do preço acordado.



É permitido,

- Acordar prorrogações automáticas dos contratos, desde que a rescisão seja possível.

2.2.2.7 Recusa de fornecimento



É proibido,

- enquanto empresa dominante de mercado, recusar fornecer um cliente que satisfaça os mesmos requisitos que os outros clientes que são fornecidos;
- enquanto empresa dominante de mercado, restringir de forma diferente o fornecimento de clientes semelhantes sem justificação objetiva;
- enquanto empresa dominante de mercado, recusar a celebração de um contrato ou rescindir um contrato existente sem justificação factual, a fim de recusar relações comerciais.



É permitido,

- recusar-se a fornecer clientes novos ou antigos por razões comercialmente razoáveis e comprováveis;
- recusar-se a abastecer um novo cliente devido a capacidade insuficiente.

2.2.2.8 Discriminação geográfica de preços

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa dominante de mercado, restringir a possibilidade de os clientes adquirirem mercadorias ou serviços oferecidos na Suíça e no estrangeiro aos preços de mercado e às condições habituais no sector.

✓ **É permitido,**

- exigir que os clientes recolham eles próprios as mercadorias no estrangeiro se pretenderem adquirir as mercadorias nas condições estrangeiras.

2.3. **Proibição de abuso da posição de empresa com poder de mercado relativo**

Uma empresa com poder de mercado relativo é proibida de impedir ou colocar em desvantagem outras empresas ou consumidores que dependam da empresa poderosa para a oferta ou procura, por exemplo, através de condições discriminatórias, preços predatórios, regimes especiais de desconto, recusa de acesso a direitos de propriedade intelectual, rescisão de contratos ou recusa de pedidos comerciais que não sejam objetivamente justificados, etc.

Considera-se que uma empresa tem poder de mercado relativo se outras empresas dependerem dela para o fornecimento ou a procura de uma mercadoria ou serviço, de tal forma que não haja possibilidades suficientes e razoáveis de mudar para outras empresas.

O conceito de poder de mercado relativo destina-se a proteger os consumidores e os fornecedores que dependem de fornecedores ou consumidores com poder de mercado. Podem distinguir-se os seguintes grupos de dependências (lista não exaustiva):

- Dependência relacionada com a gama de produtos: Produtos obrigatórios em stock, sem os quais um comerciante não pode competir (produtos de topo), peças sobresselentes originais, atualizações de software, etc.
- Dependência relacionada com a empresa: Bloqueio de uma empresa, por ex., devido a custos de mudança proibitivamente elevados, e/ou se o comprador estiver comprometido com um determinado parceiro contratual durante um período de tempo mais longo e já não puder praticamente mudar para outros fornecedores no caso de uma recusa unilateral de fornecimento
- Poder relativo de compra: O fornecedor está dependente de um consumidor forte (por ex., um fornecedor de grandes cadeias de retalho/grossistas)
- Dependência de plataforma ou dependência de dados: Dependência de uma empresa no acesso à plataforma ou aos dados de outra empresa
- Dependência relacionada com escassez: Obrigação de fornecimento não discriminatória em caso de escassez generalizada (por ex., durante uma crise petrolífera ou, eventualmente, uma escassez generalizada de chips)

As empresas com poder de mercado relativo devem demonstrar razões objetivas para o tratamento desigual de compradores ou fornecedores semelhantes, por ex., no que diz respeito a preços, descontos, cessação de relações de fornecimento ou de compra ou transações ou negócios de vinculação (caso contrário, estas são inadmissíveis).

A avaliação é efetuada individualmente, com base nas relações de dependência existentes entre duas empresas relativamente a produtos ou serviços específicos. Assim, uma empresa pode, por exemplo, ser relativamente poderosa em relação ao parceiro comercial 1 e não em relação ao parceiro comercial 2, pelo que é relativamente poderosa em relação ao parceiro comercial 1 apenas no que diz respeito ao produto A, mas não em relação ao produto B.

Em caso de constatação de uma posição poderosa no mercado, as instruções seguintes são obrigatórias:

Obstrução de empresas dependentes

2.3.1 Discriminação/condições de venda diferentes

✘ É proibido,

- tratar parceiros comerciais semelhantes (por ex., clientes ou fornecedores) de forma diferente nas mesmas condições (por ex., preços, descontos ou termos e condições de negócio diferentes).

✔ É permitido,

- Conceder condições de venda diferentes (descontos) aos distribuidores se estas empresas fornecerem serviços especiais não oferecidos por outros distribuidores ou se estiverem em níveis de mercado diferentes (grossista-retalhista).

2.3.2 Descontos de fidelidade e descontos com efeito comparável

✘ É proibido,

- enquanto empresa com poder de mercado relativo, conceder descontos, os quais são concedidos a um comprador dependente, para que este adquira as suas necessidades exclusivamente ao fornecedor com poder de mercado relativo (os chamados descontos de fidelidade);

✔ É permitido,

- Conceder descontos por quantidades em determinadas categorias de produtos;
- Conceder descontos sobre vendas em determinadas categorias de produtos, com base numa indicação prévia da quantidade da encomenda.

2.3.3 Tying

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa com poder de mercado relativo, fazer depender o fornecimento de um produto a uma empresa dependente da obrigação de adquirir outro produto ou de celebrar um contrato de prestação de serviços.

✔ **É permitido,**

- exigir que um cliente compre uma gama completa de produtos, incluindo acessórios;
- exigir que um cliente celebre um contrato de prestação de serviços por razões de segurança do produto;
- impor nos contratos de licença a aquisição de materiais e ferramentas especiais que sejam necessários para uma utilização tecnicamente satisfatória da licença.

2.3.4 Recusa de fornecimento

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa com poder de mercado relativo, recusar fornecer um cliente dependente que satisfaça os mesmos requisitos que os outros clientes que são fornecidos;
- enquanto empresa com poder de mercado relativo, restringir ou pôr termo ao fornecimento de clientes dependentes sem justificação objetiva.

✔ **É permitido,**

- recusar-se a fornecer clientes novos ou antigos por razões comercialmente razoáveis e comprováveis;
- recusar-se a abastecer um novo cliente devido a capacidade insuficiente.

2.3.5 Rescisões de contratos

✘ **É proibido,**

- enquanto empresa com poder de mercado relativo, rescindir contratos com clientes dependentes sem aviso prévio razoável se o parceiro contratual (cliente ou fornecedor) não puder mudar para outros fornecedores ou compradores a curto prazo.



É permitido,

- Rescindir contratos com empresas dependentes sem aviso prévio por razões importantes (por ex., incumprimento grave do contrato por parte do parceiro contratual);
- Rescindir contratos com empresas dependentes se existir a possibilidade de o parceiro contratual mudar para outro fornecedor ou comprador após o termo do prazo de pré-aviso razoável.

2.3.6 Discriminação geográfica de preços



É proibido,

- enquanto empresa com poder de mercado relativo, restringir a possibilidade de clientes dependentes adquirirem mercadorias ou serviços oferecidos na Suíça e no estrangeiro aos preços de mercado e às condições habituais no sector.



É permitido,

- exigir que os clientes recolham eles próprios as mercadorias no estrangeiro se pretenderem adquirir as mercadorias nas condições estrangeiras.

3. Procedimento em caso de suspeita de violação de anti-trust

Colaboradores, que fizerem descobertas que surgiu uma possível violação de anti-trust devem comunicar o mesmo imediatamente. A administração e/ou o Head of Compliance devem ser informados ou a comunicação deve ser dirigida aos pontos de comunicação indicados nas "instruções de denúncia de irregularidades". Todos os colaboradores devem ajudar a garantir que os factos suspeitos são investigados e que as infrações podem ser evitadas ou evitadas, se necessário.

Outras regras de conduta para os colaboradores:

Contactos comerciais com concorrentes atuais ou potenciais:

Se, no decurso de encontros com concorrentes (contactos comerciais, eventos, feiras, etc.), surgirem conversas com tópicos relevantes em matéria de anti-trust, distancie-se claramente do conteúdo da conversa e insista para que esta termine. Se este pedido não for atendido, abandone imediatamente a discussão e registe a conversa. Em seguida, comunique o incidente ao Head of Compliance e entregando-lhe o registo da conversa.

Atenção: No caso de conversas que violam a lei anti-trust, não é suficiente ser meramente passivo na conversa. Também neste caso, a empresa é responsável pela violação da legislação anti-trust. Por conseguinte, no seu trabalho quotidiano, certifique-se de que o comportamento no mercado não é influenciado por contactos informais com concorrentes atuais ou potenciais. Certifique-se sempre de que os contactos comerciais com os concorrentes têm sempre uma razão concreta e que o objetivo da reunião é determinado antecipadamente (ordem de trabalhos).

Correspondência comercial:

Na sua correspondência comercial, certifique-se de que utiliza sempre uma linguagem clara e inequívoca. Isto aplica-se particularmente quando se utilizam mensagens de correio eletrónico, em que normalmente se presta menos atenção a formulações exatas do que noutras formas de correspondência. Evite formulações ambíguas, tais como: "*Devido à elevada pressão dos custos na nossa indústria, aumentamos os preços em ...% no início do próximo ano.*" Isto pode dar a entender de que conhecemos os custos dos nossos concorrentes. A formulação não seria problemática: "*Devido ao aumento dos nossos custos, aumentaremos os preços em ...% no início do ano.*"

Em relação ao tema dos preços, evite formulações como: "*harmonização, alinhamento, coordenação, etc.*". Estas declarações podem ser interpretadas como que já se verificou um acordo com os concorrentes ou que, pelo menos, foram feitas tentativas nesse sentido.

Se possível, evite afirmações que possam dar a entender de que não existe concorrência para a sua empresa num mercado (por ex., "*somos o líder incontestável do mercado*").

Rejeite explicitamente e por escrito as informações confidenciais recebidas dos concorrentes, quer não solicitadas quer por acaso.

4. Investigações anti-trust

As autoridades da concorrência têm a possibilidade de ordenar buscas domiciliárias (sem aviso prévio) nas empresas se houver suspeitas de que foi cometida uma violação da legislação anti-trust. Para o efeito, estão autorizadas a revistar o local e as instalações, a exigir a inspeção de documentos e registos, a fazer cópias de documentos, a ordenar apreensões e a realizar entrevistas com o pessoal. No caso de uma busca domiciliária numa empresa do grupo, os colaboradores da empresa do grupo em questão devem seguir as instruções seguintes e, em seguida, seguir as medidas de acordo com as instruções de conduta locais elaboradas para a empresa do grupo em questão com base nos modelos de fichas informativas para a receção (Anexo 1) e para a administração (Anexo 2).

5. Concorrência desleal

Enquanto a legislação anti-trust visa proteger a concorrência (ou os concorrentes, os fornecedores e os consumidores) das restrições de concorrência, a lei do comércio equitativo visa proteger todos os participantes no mercado (competidores, clientes, consumidores, etc.) da concorrência desleal. Todas as empresas do grupo e os colaboradores da Arbonia são obrigados a cumprir as disposições aplicáveis da respetiva legislação sobre concorrência desleal nas suas atividades. Por "concorrência desleal" entende-se uma conduta ilegal ou enganoso suscetível de influenciar a relação entre os diferentes participantes no mercado, bem como outras leis aplicáveis a nível nacional que protegem a concorrência leal.

É igualmente injusto discriminar os clientes finais no comércio online com base na sua nacionalidade, no seu local de residência, no seu local de atividade, na localização do seu prestador de serviços de pagamento ou no local de emissão dos seus meios de pagamento, no que diz respeito ao preço ou às condições de pagamento, sem justificação objetiva, bloquear ou restringir o acesso a um portal online ou reencaminhar o cliente final para uma versão do portal online diferente da inicialmente procurada, sem consentimento.

Exemplos de conduta desleal são:

- Influência inaceitável sobre o cliente (ex. "propostas de engodo" abaixo do preço de aquisição, enganar o cliente com informações enganosas sobre os produtos, utilização de métodos de venda agressivos que interferem com a liberdade de escolha do cliente, etc.)
- Depreciação de um concorrente (por ex., na publicidade)
- Utilização de informações enganosas sobre os próprios produtos no contexto de aparições publicitárias
- Exploração ou utilização do desempenho de outrem para fins próprios
- Criar um risco de confusão com produtos de outros fornecedores
- bloqueio geográfico injustificado e outras formas de discriminação (preço, condições de pagamento, etc.) com base na nacionalidade, local de residência, local de atividade, localização do seu prestador de serviços de pagamento ou local de emissão dos meios de pagamento no comércio online, nomeadamente no acesso a interfaces de utilizador online de todos os tipos (sites, lojas online, etc.)

6. Entrada em vigor

A presente diretiva entra em vigor de imediato e substitui a diretiva de competição de 24 de Janeiro de 2014.

Arbon, 21 de junho de 2022

Arbonia AG



Alexander von Witzleben
Presidente Executivo do Conselho de
Administração.



Andrea Wickart
Head of Compliance / Secretária-Geral

Anexo 1: Modelo de ficha informativa para busca domiciliária – Receção

- 1. Os membros das autoridades devem ser questionados sobre o motivo da visita. *Mantenha a calma e a objetividade, não impeça em caso algum a busca domiciliária, mas respeite os seguintes pontos:*
- 2. Informar imediatamente a administração e/ou o Head of Compliance:
 - CEO da Divisão: [Nome próprio, Apelido, Email, Número de Telefone]
 - Administração: [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone]
 - Head of Compliance: [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone]

Se estas pessoas não estiverem presentes ou não puderem ser contactadas, o representante da empresa presente de nível mais elevado deve ser imediatamente informado. Para o efeito, deve ser contactada localmente uma das seguintes pessoas (por esta ordem):

- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função

- 3. Os membros das autoridades devem ser convidados a apresentar o mandado de busca.
- 4. O mandado de busca deve ser recebido e copiado/digitalizado.
- 5. Os membros das autoridades devem ser convidados a identificar-se e devem ser feitas digitalizações ou cópias das identificações.
- 6. As designações de função de cada membro das autoridades devem ser registadas.
- 7. Cópia do mandado de busca, bem como as informações sobre os membros das autoridades (*Informações nos termos das secções 4, 5 e 6*) devem ser enviadas à administração, ao Head of Compliance e ao advogado externo (ver contactos na secção 2).
- 8. Aos membros das autoridades será atribuída uma sala de reuniões onde não existam ficheiros ou outros meios de acesso aos documentos, com o pedido de aguardarem aí a chegada das pessoas previamente informadas pela receção, se possível também a chegada do advogado externo convocado pela administração / Head of Compliance.

Se os membros das autoridades se recusarem a aguardar a chegada da administração (por exemplo, porque a mesma não se encontra no local) e pretenderem proceder imediatamente a busca domiciliária, o colaborador mais graduado presente deve ser convocado em conformidade com a secção 2, para que as autoridades possam iniciar a

busca domiciliária sem demora. Esta pessoa tem de assumir a liderança de acordo com o "Folheto Busca Domiciliária – Administração".

De um modo geral (e para todos os colaboradores) aplica-se:

- *Nunca tentar destruir, ocultar ou remover documentos!*
- *Não existe qualquer obrigação de apoiar ativamente a busca. Por outro lado, as perguntas sobre documentos ou factos devem ser respondidas com veracidade durante uma busca efetuada pelas autoridades da concorrência. Forneça apenas informações sobre acontecimentos de que tenha um conhecimento definitivo e evite especulações!*
- *A busca domiciliária deve ser tratada de forma confidencial. Informe apenas as pessoas acima indicadas.*

Anexo 2: Modelo de ficha informativa para busca domiciliária – Administração

I. Início da busca domiciliária

De um modo geral (e para todos os colaboradores) aplica-se:

- *Nunca tentar destruir, ocultar ou remover documentos!*
- *Não existe qualquer obrigação de apoiar ativamente a busca. Por outro lado, as perguntas sobre documentos ou factos devem ser respondidas com veracidade durante uma busca efetuada pelas autoridades da concorrência. Forneça apenas informações sobre acontecimentos de que tenha um conhecimento definitivo e evite especulações!*

- 1. Os membros das autoridades devem ser questionados sobre o motivo da visita.
Mantenha-se calmo e objetivo, não obstrua a busca domiciliária em circunstância alguma. Nunca tentar destruir, ocultar ou remover documentos.
- 2. O mandado de busca deve ser estudado a fim de compreender o objeto e o alcance da busca domiciliária.
 - *A ordem deve indicar o motivo da busca domiciliária e a autoridade que a efetua (autoridade estatal da concorrência ou Comissão Europeia).*
 - *O mandado de busca deve especificar as instalações a revistar e as provas a obter. Apenas se o conteúdo exato do mandado de busca for conhecido é que é possível verificar, no decurso da busca, se as autoridades estão a cumprir os poderes que lhes são conferidos pelo mandado de busca.*
- 3. As seguintes pessoas devem ser informadas imediatamente:
 - CEO da Divisão: [Nome próprio, Apelido, Email, Número de Telefone]
 - Head of Compliance: [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone]
 - Se ainda não tiver sido informado: Administração: [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone]
 - [Advogada/Advogado específico(a) de lei da concorrência externo para cada empresa],

A direção da divisão (deve ser informada uma das seguintes pessoas):

- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função

Pessoa responsável pelas TI (deve ser informada uma das seguintes pessoas):

- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função
- [nome próprio, apelido, e-mail, número de telefone], função

- 4. As informações resumidas pela receção sobre os membros das autoridades (As informações em conformidade com os n.ºs 4, 5 e 6 "Folheto de Busca Domiciliária – Receção") devem ser transmitidas à administração e ao Head of Compliance (ver contactos na secção 3).
- 5. Em acordo com o Head of Compliance (se não estiver contactável: em acordo com a direção da divisão, se também não estiver disponível: em acordo com a administração), deve ser consultado o mais rapidamente possível um/a advogado/a externo/a com experiência em processos de direito da concorrência (ver indicações de contactos na secção 3).

Além disso, deve ser esclarecido se a busca domiciliária também está a ser realizada noutros locais da empresa ao mesmo tempo (busca paralela) (ver contactos na secção 3).

- 6. Deve ser disponibilizado aos membros das autoridades uma sala de trabalho com uma fotocopiadora (ou a sala de reuniões atribuída aos membros das autoridades pela receção, bem como uma fotocopiadora) para a continuação da busca domiciliária.
- 7. Para cada membro das autoridades deve ser designado um colaborador da empresa para os acompanhar durante toda a busca domiciliária: Os colaboradores designados devem manter um registo pormenorizado das ações do membro da autoridade acompanhado (dados pessoais dos agentes acompanhados, abordagem das autoridades, documentos consultados, documentos apreendidos, ficheiros eletrónicos apreendidos ou copiados, perguntas efetuadas, informações prestadas, etc.).

II. Enquanto a busca domiciliária

De um modo geral (e para todos os colaboradores) aplica-se:

- o *Nunca tentar destruir, ocultar ou remover documentos!*
- o *Não existe qualquer obrigação de apoiar ativamente a busca. Por outro lado, as perguntas sobre documentos ou factos devem ser respondidas com veracidade durante uma busca efetuada pelas autoridades da concorrência. Forneça apenas informações sobre acontecimentos de que tenha um conhecimento definitivo e evite especulações!*

- 8. Deve ser criada uma "equipa de direito da concorrência", que coordena/acompanha o desenrolar da busca domiciliária por parte da empresa, bem como determina a comunicação interna e externa.

À "equipa de direito da concorrência" devem pertencer:

- a) *Representante da direção da divisão*
 - b) *Representante da administração*
 - c) *Representante do Compliance*
 - d) *Representante da TI*
 - e) *advogada externa / advogado externo*
 - f) *Head of Corporate Communications*
- 9. A equipa de direito da concorrência deve avaliar, o mais rapidamente possível, se deve ser estabelecido um marco para a revelação voluntária junto da autoridade da concorrência competente.
 - 10. Um membro da equipa de direito da concorrência deve ser anunciado aos membros das autoridades e aos colaboradores da empresa em causa como o ponto central de contacto e de informação durante toda a busca domiciliária.
 - 11. No início da investigação, os agentes devem ser convidados a confirmar que todos os documentos e informações fornecidos serão tratados confidencialmente, salvo indicação em contrário. A confirmação dos agentes deve ser registada por escrito.
 - 12. Devem ser feitas cópias de todos os documentos levados pelos agentes. Os agentes devem fornecer a sua própria lista assinada de documentos copiados. Verifique a mesma se está correta.
 - 13. Os colaboradores da empresa em causa devem ser informados e instruídos sobre o modo de procedimento durante a busca domiciliária.

Se necessário, deve ser emitida uma comunicação externa / um comunicado de imprensa adicional pela Corporate Communications.

- 14. *A selagem como um direito da empresa:*

A selagem pode ser solicitada sob consulta com o Head of Compliance ou através do advogado externo consultado.

Documentos e objetos que, segundo a empresa, não podem ser pesquisados ou confiscados devido a um direito de recusa de testemunho ou por outros motivos, devem ser selados a pedido da empresa e não podem ser visualizados ou utilizados pelas autoridades da justiça por enquanto.

A selagem deve ser solicitada diretamente e em relação temporal com a busca. Posteriormente, por exemplo, aquando da avaliação dos documentos, a selagem não pode ser solicitada.

III. Conclusão da busca domiciliária – Protocolo de Execução

- 15. O protocolo de execução deve ser recebido e examinado:
 - *A regulamentação aplicável prevê que as pessoas diretamente afetadas (e isto inclui a empresa onde foi efetuada uma busca domiciliária) recebam não só uma cópia do mandado de busca domiciliária, mas também um protocolo de execução.*
 - *Se forem apreendidos documentos ou outros objetos no decurso de uma busca domiciliária, o protocolo de execução deve conter uma lista dos documentos e objetos apreendidos. Este protocolo de execução deve ser exato e pormenorizado; deve ser assinado pela empresa, na qualidade de proprietária das instalações inspecionadas.*
 - *Posteriormente, os colaboradores que acompanharam cada um dos membros das autoridades durante a busca domiciliária devem elaborar eles próprios um protocolo. Estes protocolos próprios dos colaboradores devem ser comparados com o protocolo da autoridade.*

IV. Após a busca domiciliária – Debriefing

- 16. Imediatamente após a busca domiciliária, a equipa de direito da concorrência deve realizar uma reunião.
- 17. As informações fornecidas pelos membros das autoridades aquando da busca domiciliária (mandado de busca domiciliária, protocolo de execução), os protocolos dos colaboradores e outros documentos e informações devem ser compilados.
- 18. Adicionalmente, os colaboradores devem ser interrogados sobre a busca.

Após o Debriefing, a empresa deve analisar a situação em mais pormenor e determinar o rumo a seguir.

Anexo 3: Guia para os colaboradores durante buscas domiciliárias

As autoridades da concorrência, as autoridades de aplicação da lei ou outras autoridades podem efetuar buscas domiciliárias sem aviso prévio na Arbonia.

Por ocasião de uma busca domiciliária, os agentes podem fazer buscas nas instalações, inspecionar e copiar documentos e registos, apreender documentos e registos originais e interrogar os colaboradores. Numa busca domiciliária, as autoridades têm o direito de entrar em todos os gabinetes, ter acesso a todas as palavras-passe, abrir todas as divisões e recetáculos (por ex., armários, cofres), pesquisar todos os dados eletrónicos e fazer cópias completas; em caso de obstrução, têm o direito de envolver a polícia.

Durante uma busca domiciliária, todos os colaboradores devem seguir as seguintes regras:

DOS

- Mantenha-se calmo e mantenha o controlo sobre a situação.
- Trate os agentes com respeito e cortesia.
- Informe imediatamente o seu superior e coopere com o nosso serviço jurídico e com advogados externos.
- Leia atentamente o mandado de busca oficial se os agentes insistirem em iniciar a busca.
- Abra todos os gabinetes, salas e cofres solicitados pelos agentes.
- Conceda aos agentes o acesso aos computadores e telemóveis que solicitaram.

DON'TS

- NÃO perturba ou obstrua os agentes.
- NÃO esconda ou destrua documentos ou registos, apague ficheiros ou mensagens de correio eletrónico.
- NÃO viole nenhum dos selos oficiais colocados pelos agentes.
- NÃO assine documentos que lhe são entregues pelos agentes antes de os advogados os terem verificado.
- NÃO fale com os agentes sobre o conteúdo do processo na ausência dos advogados, responda apenas a perguntas de carácter geral e factual. Para perguntas complexas, peça tempo para dar a resposta por escrito ou posteriormente.
- NÃO faça suposições ou especulações e NÃO expresse opiniões pessoais.
- NÃO dê pormenores de coisas que não sabe ou não se lembra exatamente.
- NÃO divulgue documentos ou informações que não tenham sido solicitadas.
- NÃO comunique com outras pessoas, dentro ou fora da Arbonia, sobre a busca domiciliária.
- NÃO faça nenhuma CONFISSÃO!