



UNIVERSIDADE  
**CATÓLICA**  
PORTUGUESA

Escola de Lisboa da Universidade Católica Portuguesa

## CARTÉIS HUB AND SPOKE: HORIZONTAL OU VERTICAL?

### TESE DE MESTRADO

Mestrado em Direito e Gestão

Orientadores: Professor João Confraria e Mestre Rita Leandro Vasconcelos

Data de conclusão do trabalho: 02 de Maio de 2017

Trabalho realizado por:

**Mariana Esteves Barreira**

Aluna n.º 143715007

# Índice

<b>Índice</b> .....	2
<b>1. Introdução</b> .....	3
I. Empresa .....	3
II. Acordo .....	4
III. Prática Concertada .....	5
IV. Durabilidade .....	5
<b>2. Classificação de Acordos ou Práticas Concertadas</b> .....	10
<b>3. Cartéis Hub and Spoke</b> .....	13
<b>4. Classificação do Cartel Hub and Spoke</b> .....	15
I. A Regra <i>de minimis</i> e a distorção da concorrência por mera análise do objecto do acordo, independentemente dos efeitos do mesmo .....	16
II. Programa de Clemência .....	20
III. A excepção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE .....	23
IV. Conclusão .....	23
<b>5. Jurisprudência</b> .....	24
I. Caso Replica Kit .....	24
II. Caso Argos, Hasbro e Littlewoods .....	25
III. Caso Tesco .....	27
IV. Casos AC-Treuhand I e II .....	28
V. Caso E-books .....	30
VI. Acórdão SPAR .....	31
<b>6. Conclusão</b> .....	34
<b>7. Bibliografia</b> .....	37

## 1. Introdução

Desde há muito tempo que se conhecem os efeitos restritivos e, por isso, prejudiciais à concorrência de acordos e práticas concertadas (vulgarmente conhecidos como “cartéis”), daí que tenham sido proibidos. Contudo, nos últimos anos, provavelmente devido à deteção e responsabilização de vários acordos ou práticas concertadas verticais e horizontais ao longo do tempo, têm surgido novas formas de “cartéis”<sup>1</sup>, nomeadamente o cartel Hub and Spoke. Nesta dissertação pretende-se fazer uma análise dos conceitos que consubstanciam o cartel Hub and Spoke, incluindo a sua inserção na legislação aplicável, e da jurisprudência e doutrina que se tem pronunciado sobre esta temática.

Antes de mais, é importante esclarecer o que é um “cartel” nos termos do artigo 101.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (“TFUE”). Um “cartel” consiste num acordo ou prática concertada entre uma pluralidade de empresas cujo objectivo ou efeito prático é restringir ou distorcer a concorrência no mercado comum. Esta definição merece alguma densificação dos conceitos nela contidos, nomeadamente por força da evolução doutrinal e jurisprudencial que os mesmos têm sofrido.

### I. Empresa

Fala-se em empresa e não em “sociedade”, porque o objectivo da proibição do artigo 101.º do TFUE é abranger todas as realidades, com ou sem personalidade jurídica autónoma que funcionem como uma unidade económica coesa, designadamente uma *holding* e as suas participadas nas quais aquela tenha influência decisiva<sup>2</sup> e trabalhadores<sup>3 4</sup>. Assim sendo, caso uma subsidiária participe num acordo ou prática concertada, não é possível à sociedade dominante se desresponsabilizar da referida participação alegando que não é responsável pelo comportamento da sua subsidiária, apesar de exercer influência decisiva naquela, nem tão-

---

<sup>1</sup> Apesar de na gíria o conceito de “cartel” abarcar acordos ou práticas concertadas quer horizontais, quer verticais, em bom rigor, a terminologia “cartel” só se aplica a acordos horizontais e não verticais. Como veremos *infra*, o cartel Hub and Spoke tem características de ambos, daí que seja chamado de *cartel* Hub and Spoke.

<sup>2</sup> O Tribunal de Justiça da União Europeia tem defendido a presunção de existência de influência decisiva no caso de uma subsidiária ver o seu capital social detido a 100% pela sociedade dominante (*vide* casos GC, T-102/92 *Viho Europe BV vs. Comissão* de 12 de Janeiro de 1995 [1995] ECR II-17 e CJ, C-73/95 *Viho Europe BV vs. Comissão* de 24 de Outubro de 1996 [1996] ECR I-5457, bem como GC T-112/05 *Akzo Nobel NV e outros vs. Comissão* de 12 de Dezembro de 2007 [2007] ECR II-5049).

<sup>3</sup> Por definição, os trabalhadores são o capital humano da empresa, logo são parte integrante desta. Para além disso, têm um vínculo laboral dependente e subordinado e, por isso, não gozam de autonomia face ao seu empregador. Consequentemente, a empresa e os seus trabalhadores formam uma unidade económica para efeitos do artigo 101.º do TFUE.

<sup>4</sup> Quanto a contratos de agência, terá de haver uma análise casuística do contrato, especialmente no que toca às cláusulas de exclusividade e de não concorrência – *vide* GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics* 2ª edição, Oxford University Press, parágrafos 3.13 a 3.17.

pouco é possível alegar que a participação num acordo ou prática concertada adveio do comportamento de um ou mais trabalhadores que não estavam a agir de acordo com as ordens dos seus superiores hierárquicos sem que estes os pudessem impedir<sup>5</sup>.

## II. Acordo

Para efeitos do artigo 101.º do TFUE, um acordo consubstancia-se na “*existência de uma concorrência de vontades entre pelo menos duas partes*”<sup>6</sup> que expresse a intenção de adoptar certo comportamento. Para haver concorrência de vontades, a conduta adoptada pelas partes tem de ser coerente com o acordo, pois não se pode dizer que uma parte aceitou, ainda que tacitamente, participar num acordo, quando adopta uma conduta consistentemente contrária ao mesmo. Nesse caso, quanto muito, poderá haver um acto unilateral<sup>7</sup>. Ou seja, o facto de a conduta ser *consistentemente* contrária ao alegado acordo implica a classificação do suposto “acordo” como acto unilateral. Pelo contrário, se só existirem condutas ocasional ou esporadicamente contrárias ao acordo, leia-se incumprimentos esporádicos, este não será classificado como um acto unilateral, mas sim como um verdadeiro acordo nos termos e para os efeitos do artigo 101.º do TFUE<sup>8</sup>. Acresce que, o acordo não precisa de respeitar qualquer requisito formal nem de ser juridicamente vinculativo. Na realidade, mesmo que uma parte só adira a um acordo por força de pressões económicas feitas pelos restantes intervenientes, fazendo com que a sua adesão não seja inteiramente “livre e voluntária”, o Tribunal não deixará de responsabilizá-la pela participação no acordo, ainda que a referida “coacção económica” consubstancie uma circunstância atenuante e, conseqüentemente, seja tida em conta aquando da determinação da coima aplicável à parte coagida<sup>9</sup>. O mesmo raciocínio aplica-se a acordos em que haja uma parte que não retira qualquer benefício da sua participação no mesmo, pois em ambos os casos as partes não eram obrigadas a participar,

---

<sup>5</sup> Para mais desenvolvimentos, vide casos CJ C-100-103/80 *SA Musique Diffusion française v. Comissão*, [1983] ECR 1825 e caso GC T-9/99 *HFB Holding für Fernwärmetechnik Beteiligungsgesellschaft mbH & Co KG v. Comissão*, [2002], ECR II-1487, bem como GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economic*, parágrafos 6.66 a 6.67

<sup>6</sup> Vide caso GC, T-41/96 *Bayer*, 26 de Outubro de 2000 [2000], ECR II-3383.

<sup>7</sup> Vide caso *Bayer* e caso *Volkswagen Germany* (T-62/98 *Volkswagen vs. Comissão* [2000] ECR II-2707), bem como GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economic*, parágrafos 3.42 a 3.49.

<sup>8</sup> Vide FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, 3ª edição, Oxford University Press, parágrafo 3.82 e casos T-25/95 entre outros, *Cimenteries CBR SA* [2000] ECR II-491.

<sup>9</sup> Vide caso *Replica Kit*, 1022/1/1/03 *JJB Sports plc v Office of Fair Trading* [2004], CAT 17. Apesar da Sports Soccer só ter aceitado participar no cartel, ainda que relutantemente, após ter sido pressionada pela Umbro e esta última, por sua vez, só pressionou os seus clientes retalhistas após ter sido pressionada pelo seu maior cliente, a JJB Sports, as três empresas foram responsabilizadas.

podendo sempre optar por denunciar a situação às autoridades competentes e, por isso, potencialmente não sofrerem sanções tão gravosas ao abrigo da política de clemência<sup>10</sup>.

### III. Prática Concertada

Por sua vez, a prática concertada não exige um acordo propriamente dito, mas sim uma troca directa ou indirecta de informação comercial sensível entre pelo menos dois concorrentes, que não se insira no âmbito normal do negócio, na qual ambas as partes se baseiam para planear a estratégia comercial que adoptarão futuramente. O problema está no facto de esta troca de informação reduzir a incerteza do comportamento de pelo menos um concorrente no mercado, o que permite a adopção de estratégias comerciais paralelas que, em princípio, não seriam adoptadas em condições normais de mercado. Uma vez provada a referida troca directa ou indirecta de informação, presume-se que as partes tiveram essa informação em conta aquando da adopção do comportamento paralelo, salvo se estas provarem o contrário<sup>11</sup>. Note-se que a adopção de comportamentos paralelos não constitui, por si só, uma violação do artigo 101.º do TFUE, pois a Comissão terá sempre de provar que os referidos comportamentos não resultam das condições normais do mercado específico em questão (especialmente tratando-se de oligopólios<sup>12</sup>) e que, por exclusão de qualquer outra explicação lógica, a prática concertada proibida pelo artigo 101.º do TFUE seria a única explicação plausível para a adopção de tal comportamento.

Em última instância, o TJUE não exige que a classificação rigorosa da infracção como um acordo ou prática concertada, basta que o comportamento descrito vá ao encontro de uma das duas modalidades descritas no artigo 101.º do TFUE<sup>13</sup>. Daí que, as considerações *supra* tecidas acerca da eventual participação coagida dos intervenientes no acordo, da falta de benefício que os intervenientes retirem da sua participação mesmo e do seu incumprimento ocasional valham também para as práticas concertadas.

### IV. Duração

Teoricamente, um cartel não seria uma situação duradoura, devido à tentação de incumprir o acordo e, com isso, obter lucros anormalmente altos a curto prazo. Essa situação é fácil de

---

<sup>10</sup> Por tudo, *vide* GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, parágrafos 3.24 a 3.28.

<sup>11</sup> *Vide* caso *Anic*, C-49/92 *Comissão v. Anic Partecipazioni SpA* de 8 de julho de 1999 [1999] ECR I-04125

<sup>12</sup> *Vide infra* ponto 1.IV.

<sup>13</sup> *Vide*, a título de exemplo, caso *Argos, Hasbro e Littlewoods*, CP/0480–01 *Agreements between Hasbro UK Ltd, Argos Ltd and Littlewoods Ltd Fixing the Price of Hasbro Toys and Games* [2003], bem como casos 1014 and 1015/1/1/03 *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 24.

configurar se pensarmos, por exemplo, num acordo no qual os participantes resolvem fixar um preço mais alto do que o preço que praticariam em condições normais de mercado, aumentando assim a sua margem de lucro em detrimento do volume de vendas<sup>14</sup>. Se algum dos participantes incumprisse o acordo e baixasse o preço, o seu volume de vendas aumentaria enquanto os restantes participantes não se apercebessem que o acordo foi incumprido. Assim que os outros participantes se apercebessem do incumprimento, também estes baixariam os preços e o acordo deixaria de estar em vigor, mas enquanto não descobrissem o incumprimento a empresa incumpridora estaria a aumentar os lucros em detrimento das restantes. Assim sendo, quanto maiores os lucros que os participantes conseguirem obter a curto prazo através do incumprimento do acordo em comparação com os ganhos obtidos pelo cumprimento do acordo a longo prazo, maior o incentivo a incumprir o acordo, logo, menor será a probabilidade de formação de um acordo duradouro.

Porém, na realidade, certos cartéis acabam por ser extremamente duradouros pelas mais diversas razões, tais como défice de capacidade de produção, “*homogeneidade de produto e de compromissos de aquisição de bens e serviços, concentração de mercado, poucas empresas no sector, procura pouco elástica, grandes barreiras à entrada, informação dispersa e indisponível*”<sup>15</sup>.

Estas características não têm de estar todas reunidas para um acordo ser duradouro, mas há razões lógicas para se poder afirmar que a sua presença facilita a formação do mesmo, sendo importante para a compreensão de tais razões ter-se em consideração o seguinte princípio económico: a procura de certo produto está, em princípio, ligada ao seu preço, sendo que à medida que o preço vai subindo, a procura diminui.

Começando pelo défice de capacidade de produção, se uma empresa que vende determinado produto não tiver capacidade para produzi-lo em maior quantidade, então não tem qualquer interesse em diminuir o preço, pois não tem os meios necessários para fazer face ao aumento da procura, logo, a sua margem de lucro diminuiria, mas o volume de vendas não aumentaria, ou pelo menos não aumentaria o suficiente para compensar a diminuição da margem de lucro, portanto a empresa teria prejuízos. Inversamente, se a empresa tiver excesso de capacidade de produção, interessa-lhe diminuir os preços, pois não só tem meios financeiros para fazer face

---

<sup>14</sup> Evidentemente que tem de ser feito um *trade off* entre o preço a praticar e a perda de volume de vendas para que o aumento de preço implique um aumento dos lucros dos intervenientes.

<sup>15</sup> Vide GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, par. 6.10. (tradução livre).

ao aumento da procura, mas também obterá poupanças de custos através de eventuais economias de escala. Posto isto, sectores de mercado em que as empresas tenham défice de capacidade de produção é mais propício à formação de cartéis, dado que o incentivo que têm é de manter os preços altos porque não têm capacidade de produzir mais, logo para manter os preços altos, terão de se certificar que não há outras empresas relevantes no mercado que pratiquem preços mais baixos. A única maneira de o fazerem é a fazendo um acordo.<sup>16</sup>

Acresce que, se o produto for homogéneo<sup>17</sup>, poderá ser facilmente substituído por outro equivalente que seja mais barato. Em sectores em que há heterogeneidade de produto, este não pode ser substituído com tanta facilidade e, como tal, torna-se mais fácil subir o seu preço sem que a procura diminua em demasia.<sup>18</sup> Por outro lado, é mais fácil as empresas chegarem a acordo quanto ao preço que irão praticar se o produto for homogéneo do que se houver grandes diferenciações nas propriedades dos produtos de cada empresa.<sup>19</sup> No que toca aos compromissos de aquisição de bens e serviços, estes têm a ver com os diferentes custos de produção que cada empresa tem para produzir o produto em causa. Note-se que o produto da empresa com maiores custos de produção não é forçosamente melhor do que os restantes, pois as outras empresas podem simplesmente ter condições contratuais mais vantajosas e por isso tem menores custos de produção. Quanto mais diferenciados os custos de produção forem, mais difícil será chegar a consenso no que toca ao preço a praticar.

O número de empresas a operar no mercado também pode facilitar ou não a formação de um acordo, visto que quanto mais empresas estiverem no mercado mais difícil será chegarem todas a um consenso quanto aos parâmetros do acordo e mais difícil será monitorizarem o cumprimento do mesmo por parte dos restantes intervenientes. Porém, o número de empresas a operar no mercado poderá tornar-se relativamente irrelevante se houver uma grande concentração de mercado, leia-se se uma grande parte da quota de mercado pertencer a um número diminuto de empresas. Nesse caso, as empresas com grandes quotas de mercado

---

<sup>16</sup> Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, 3ª Edição Universitária, 2010, Sweet and Maxwell, pág. 170.

<sup>17</sup> A homogeneidade de um produto não tem a ver só com as suas características físicas e objectivas, mas também com a percepção do consumidor. Ou seja, mesmo que objectivamente os produtos sejam iguais, mas o consumidor os percepcionar como diferentes, então os produtos serão considerados heterogéneos. Veja-se, a título de exemplo, a mala criada pela famosa marca de alta costura Balenciaga que era praticamente igual a um saco do IKEA.

<sup>18</sup> Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 170.

<sup>19</sup> Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 171.

poderão chegar a acordo sem que a não participação das empresas com quotas de mercado mais pequenas lhes seja verdadeiramente prejudicial.<sup>20</sup>

A elasticidade da procura pode-se explicar, basicamente, como sendo a proporção em que a procura diminui face à variação de preço ou seja, a elasticidade da procura consiste na análise do comportamento da procura de determinado produto face à variação de preço do mesmo. Nesse sentido, se o preço do produto aumentar e a sua procura não diminuir ou diminuir muito pouco em proporção com o aumento de preço, a procura é inelástica/ pouco elástica. Por outro lado, se o preço aumentar e a procura diminuir (praticamente) na mesma proporção, a procura é elástica. Porém, se houver outra empresa no mercado a vender o produto por um preço mais barato, naturalmente que os consumidores vão preferir comprar o produto a essa empresa, fazendo com que a empresa que aumentou os preços perca quota de mercado e não tenha qualquer acréscimo de lucro. Assim sendo, para haver um aumento dos lucros, tem de haver um acordo entre as empresas. Ora, o objectivo de um acordo consiste em aumentar os lucros das empresas participantes, portanto se o referido acordo incidir sobre um produto cuja procura é pouco elástica, como por exemplo o cimento<sup>21</sup>, os consumidores não deixariam de comprar o produto (praticamente) nas mesmas quantidades que compravam anteriormente ao aumento de preço, pois têm necessidade de o comprar e não têm quem o venda por um preço mais barato. Consequentemente, a procura do produto não diminui significativamente e o preço aumentou, logo as empresas participantes no acordo vêem os seus lucros aumentar.<sup>22 23</sup>

Quanto às barreiras à entrada, estas podem consistir em situações de natureza diversa, como por exemplo custos afundados muito elevados ou processos de licenciamento de actividade muito morosos, mas todas têm o mesmo efeito: evitam a entrada de novas empresas no sector de mercado. A importância das barreiras à entrada para a formação de acordos entre empresas

---

<sup>20</sup> Ainda que possamos afirmar que, se as outras empresas tiverem capacidade de expansão, poderão através da prática de preços mais baixos, em relativamente pouco tempo, ganhar relevância suficiente para ou participar no cartel ou fazer com que este cesse. Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 172.

<sup>21</sup> O cimento é um bem absolutamente necessário para o sector da construção e, como tal, as construtoras não vão diminuir as quantidades de cimento que compram se o preço aumentar, por exemplo, 2%. Quanto muito, se a construtora não quiser absorver o aumento de preço do cimento através da diminuição da sua margem de lucro, poderá aumentar o preço dos seus serviços prestados terceiros, mas esse aumento não se reflectirá na quantidade de cimento comprado.

<sup>22</sup> Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, 3ª Edição Universitária, Sweet and Maxwell, pág. 169.

<sup>23</sup> Este raciocínio só é válido para aumentos de preço até determinado ponto, pois a procura diminuirá significativamente se o aumento for desproporcional face ao preço até então praticado. No entanto, esta situação é pouco plausível na prática, dado que os aumentos de preço visam aumentar lucros das empresas que estejam a participar no acordo e para esse efeito não poderão aumentar os preços de tal forma a que os consumidores não tenham capacidade financeira para comprar o produto em causa.

prende-se com o facto de estas evitarem a entrada de novas empresas no mercado que não participem no acordo e que, por isso, pratiquem preços mais baixos do que o preço acordado. Recorde-se que, o acordo só aumenta os lucros dos seus participantes se todas, ou pelo menos as empresas com maior quota e poder de mercado, aderirem ao acordo, caso contrário os consumidores preferirão comprar o produto em causa à empresa que vender mais barato. Portanto, se houver um acordo para fixar preços mais altos e outra empresa se aperceber que pode facilmente entrar no sector e praticar preços mais baixos, a entrada de tal empresa no sector teria uma de duas consequências. Ou o acordo cessa ou então de modo a convencer a nova empresa a participar no acordo, as restantes oferecer-lhe-iam uma série de grandes incentivos para o efeito.<sup>24</sup>

A escassez e indisponibilidade de informação sobre as práticas num determinado sector pode influenciar a formação de um acordo entre empresas, pois quanto menos informação houver sobre os custos de produção, margens de lucro entre outros, mais fácil será manipular preços sem ser detectado pelas autoridades competentes<sup>25</sup>.

Aliás, a facilidade ou não de detecção do acordo por parte das autoridades competentes é um factor determinante na formação de um acordo, pois implica a aplicação de pesadas coimas e danos reputacionais para os participantes. Quanto maior a probabilidade de detecção ou maiores os custos para evitá-la, menos provável será a formação de um acordo ou maiores terão de ser os lucros auferidos através do mesmo para justificar o alto risco de detecção e a consequente sanção. As autoridades competentes, tendo conhecimento deste factor, têm promovido programas de clemência<sup>26</sup> que se têm revelado eficazes na detecção de acordos.

A nossa exposição acerca das características de mercado que facilitam acordos ou práticas concertadas entre empresas tem estado predominantemente focada em acordos cujo objecto é a fixação de preços. Contudo, nem todos os acordos têm como objecto a fixação de preço e, mesmo que estejamos a falar de uma acordo com tal objecto, o acordo não incidirá somente sobre a fixação de preços, podendo o acordo também conter disposições acerca de alocação de determinados clientes ou mercados geográficos a determinadas empresas, nos quais não

---

<sup>24</sup> Fala-se em grandes incentivos quando comparados com a dimensão, quota e poder de mercado da empresa que acabou de entrar no mercado, pois os incentivos podem consistir, por exemplo, na alocação de uma percentagem maior dos lucros do cartel do que a percentagem que a referida empresa representa no mesmo. *Vide* BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 169.

<sup>25</sup> *Vide* BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 177.

<sup>26</sup> Para mais desenvolvimentos acerca da detecção de cartéis, *vide infra* ponto 4. II.

haveria concorrência da parte dos restantes intervenientes; poderá conter cláusulas que permitem aos restantes participantes igualar os preços mais baixos praticados no mercado.<sup>27</sup>

No entanto, há características que são essenciais em todos os cartéis de longa duração, como por exemplo, uma estratégia eficiente e rápida de detectar qualquer incumprimento do acordo. A razão dessa essencialidade tem a ver com o efeito dissuasor de incumprir o acordo que a referida estratégia acarreta, porquanto se o participante incumpridor não conseguir incumprir o acordo sem ser detectado durante um determinado período de tempo, os seus clientes não terão tempo para comprar o produto em questão, logo não haverá um aumento do volume de vendas/aumento dos lucros auferidos pela empresa incumpridora e não haverá qualquer oportunidade futura de formar um novo acordo porque a confiança entre os intervenientes se dissipou.

Além disso, é de salientar que é importante para a durabilidade de um acordo que o incumprimento do mesmo tenha consequências negativas para o incumpridor. Preferencialmente, as restantes empresas quererão ter a possibilidade de “castigar” o incumprimento do acordo de formas que não prejudiquem os seus próprios lucros, daí que haja acordos que estipulam a entrada das restantes empresas no mercado que supostamente estaria exclusivamente afectado à empresa incumpridora, pois esta consequência é gravosa para a empresa incumpridora, mas não implica uma diminuição dos lucros das restantes.<sup>28</sup> Assim sendo, quanto mais gravosa para a parte incumpridora e facilmente executável por parte das restantes empresas a penalização for, menor o incentivo a incumprir o acordo.<sup>29</sup>

## **2. Classificação de Acordos ou Práticas Concertadas**

Classicamente, os acordos ou práticas concertadas são classificados como horizontais e verticais, consoante sejam entre concorrentes, leia-se empresas que operam no mesmo sector de mercado e ao mesmo nível na cadeia de produção/distribuição, ou entre empresas que se encontram em níveis diferentes da cadeia de produção/distribuição do mesmo sector de

---

<sup>27</sup> Vide *infra* caso *E-books*, ponto 5. Para mais desenvolvimentos, vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 173.

<sup>28</sup> Note-se neste caso em concreto estamos a partir do pressuposto que as restantes empresas têm excesso de capacidade de produção, permitindo-lhes produzir mais unidades de modo a abranger o mercado que estava exclusivamente alocado à empresa incumpridora. Caso contrário, a “ameaça” de entrada no mercado exclusivo não seria credível e perderia o seu efeito dissuasor.

<sup>29</sup> Vide BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, pág. 179.

mercado, respectivamente. Em bom rigor, tal como já mencionamos *ab initio*<sup>30</sup>, dá-se o nome de “cartel” aos acordos horizontais, ficando os acordos verticais excluídos desse conceito. Os cartéis horizontais são considerados mais nocivos para a concorrência, porquanto bloqueiam o acesso dos seus clientes a um nível (quase) inteiro da cadeia de produção/distribuição, deixando-os com poucas ou nenhuma alternativas a que possam recorrer.

Independentemente de serem mais ou menos nocivos para a concorrência, os acordos para serem ilegais por violação do artigo 101.º do TFUE têm de restringir sensivelmente a concorrência. A restrição sensível da concorrência pode ser aferida através do objecto do acordo ou através dos efeitos provocados pelo mesmo ou seja, se as autoridades competentes conseguirem provar que o objecto do acordo por si só restringe sensivelmente a concorrência, não terão de provar que o referido acordo causou efeitos que, na realidade, restringiram sensivelmente a concorrência. Por outro lado, se as autoridades competentes não conseguirem provar que o objecto do acordo em si não restringe a concorrência de forma sensível, terão de provar que os efeitos provocados pela celebração do referido acordo causaram a já mencionada restrição. Apesar de não ser exigível a prova dos efeitos restritivos quando é dado como provado que o próprio objecto do acordo é restritivo, as autoridades competentes acabam sempre por produzir prova dos efeitos restritivos causados pelos cartéis, não só para se precaverem da hipótese de o tribunal não dar como provado o objecto restritivo, mas também porque o impacto real do acordo tem influência na determinação da coima aplicável<sup>31</sup>.

Neste sentido, será importante distinguir as restrições por objecto e as restrições por efeito. As primeiras consubstanciam-se em restrições que, por natureza, ou seja, independentemente do seu contexto económico, legal, financeiro e social, distorcem a concorrência, como por exemplo, quaisquer acordos cujo objecto corresponda ao conteúdo de alguma das alíneas a) a e) do artigo 101.º n.º 1 do TFUE<sup>32</sup>. Assim sendo, repete-se, estes acordos cujo objecto viola o artigo 101.º do TFUE restringem a concorrência de certeza, a questão seguinte é a de saber se o fazem de modo sensível/apreciável ou não. Já voltaremos a esta questão<sup>33</sup>.

Acresce que, nem todas as restrições por objecto são tão “óbvias” como os exemplos anteriormente mencionados no artigo 101.º n.º 1 alíneas a) a e). Normalmente, os casos de

---

<sup>30</sup> Vide nota de rodapé n.º 1.

<sup>31</sup> Vide *infra* casos *Argos, Hasbro e Littlewoods*, bem como *Replica Kit*, pontos 5.I e 5.II.

<sup>32</sup> Vide GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, par. 3.114.

<sup>33</sup> Vide *infra* ponto 4.I.

restrição por objecto limitam-se a cartéis horizontais justamente pela sua já referida nocividade para a concorrência, o que não significa que os acordos verticais não possam ter objectos que restrinjam sensivelmente a concorrência. O TJUE mostrou a sua concordância com esta tese no acórdão *Allianz Hungária*<sup>34</sup>, pois a Comissão estava justamente a alegar que um acordo vertical tinha um objecto que restringia sensivelmente a concorrência. Além de admitir não haver qualquer impedimento a que, em determinadas circunstâncias, se considere um acordo vertical restritivo pelo seu objecto, o TJUE exigiu, dado que se tratava de um caso de fronteira, que a Comissão provasse os efeitos restritivos *potenciais* do acordo, leia-se, a probabilidade de a celebração e consequente execução do acordo causar directamente restrições a nível concorrencial, para que o TJUE pudesse determinar se o objecto do mesmo seria ou não restritivo<sup>35</sup>. Se os potenciais efeitos se concretizaram ou não, será uma questão a avaliar aquando da determinação da coima a aplicar e/ou aquando da determinação do montante correspondente a uma indemnização, caso seja proposta uma acção de responsabilidade civil<sup>36</sup>. Atente-se para o facto de que a necessidade de provar os efeitos restritivos potenciais advindos do acordo só é aplicável a casos de fronteira, nos quais não se possa directamente afirmar que a própria natureza do objecto do acordo é restritiva da concorrência. Nos restantes casos, será somente necessário provar que o objecto do acordo viola o artigo 101.º do TFUE, não sendo necessário provar se o acordo tem efeitos potencial ou efectivamente restritivos.

Note-se que a intenção das partes em restringir sensivelmente a concorrência, apesar de ser tida em conta, não consubstancia um pré-requisito para o objecto do acordo violar o artigo 101.º do TFUE, porquanto este poderá ser restritivo e, por isso, proibido, ainda que as partes consigam provar, apresentando explicações alternativas plausíveis para a sua celebração, que não era a sua intenção restringir de forma sensível a concorrência. Seguindo a mesma linha de raciocínio, um acordo também não poderá ser considerado sensivelmente restritivo meramente porque esse era o objectivo das partes ao celebrá-lo<sup>37</sup>.

Por outro lado, as restrições por efeito consubstanciam-se em disposições do acordo que, em abstracto, não violam o artigo 101.º do TFUE, mas em determinadas circunstâncias poderão

---

<sup>34</sup> Caso 32/11 *Allianz Hungária Biztosító Zrt and others v. Gazdasági Versenyhivatal*.

<sup>35</sup> O TJUE, ao exigir a prova e análise dos efeitos restritivos potenciais de um acordo, poderá estar a esbater a definição de restrição por objecto e restrição por efeito, pois está a utilizar os efeitos, ainda que potenciais, para provar a restritividade do objecto. Para mais desenvolvimentos *vide* FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, par. 3.207.

<sup>36</sup> Por tudo, *vide* FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, par. 3.201 a 3.208 e caso 32/11 *Allianz Hungária Biztosító Zrt*, par. 34 a 51.

<sup>37</sup> *Vide* FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, par. 3.185.

violiar o referido artigo. O clássico exemplo de tal restrição prende-se com acordos conjuntos de investigação e desenvolvimento entre, por exemplo, empresas farmacêuticas. À primeira vista, tais acordos não restringem a concorrência, porém, dependendo das circunstâncias, poderá implicar uma estrutura de custos idêntica para todos os intervenientes relativamente àquele produto, levando a que estes pratiquem todos o mesmo preço de venda ao consumidor final<sup>38</sup>.

### **3. Cartéis Hub and Spoke**

Uma vez esclarecido o que é um cartel, vamos focar-nos nas especificidades do cartel Hub and Spoke. A principal característica do cartel Hub and Spoke consubstancia-se na circunstância de o acordo ou a troca de informação subjacente à prática concertada entre empresas concorrentes (Spoke) ser feito de forma indirecta ou seja, através de outra empresa que serve de “base” (Hub). A empresa que serve de “base” poderá actuar no mesmo mercado mas noutra nível da cadeia de produção/distribuição<sup>39</sup> ou poderá nem actuar no mesmo mercado de todo<sup>40</sup>, sendo, de todo o modo, a troca de informação entre concorrentes através de outrem desde já proibida<sup>41</sup>. Exemplifiquemos:

Empresa A (Spoke) troca informação comercialmente sensível/transmite a estratégia comercial que tenciona adoptar no futuro à empresa B (Hub) “*em circunstâncias que levaram [A] a crer que [B] usará essa informação para influenciar as condições de mercado, passando a [referida] informação a outros [concorrentes]*”<sup>42</sup>. B, por sua vez, transmite a referida informação à empresa C (Spoke) em circunstâncias análogas. Com efeito, as circunstâncias em que a informação é transmitida de B para C têm de ser equivalentes às condições de transmissão de informação entre A e B, porque senão C tomaria a informação transmitida como mero rumor, especulação ou opinião de B, quando na realidade é informação comercial sensível e credível. As referidas circunstâncias poderão incluir, por exemplo, a prova de que C tinha meios de averiguar a credibilidade e confiabilidade da

---

<sup>38</sup> Vide GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, par. 3.122.

<sup>39</sup> Vide, entre outros, casos *Hasbro e Replica Kit*, nos quais o *Hub* é o fornecedor e os *Spokes* são os retalhistas que vendem o produto ao consumidor final.

<sup>40</sup> Vide casos *AC-Treuhand I e II* (ponto 5.IV), nos quais o *Hub* é uma consultora enquanto os *Spokes* são produtores de estabilizadores térmicos.

<sup>41</sup> Vide *Comunicação da Comissão (2011/C11/01) - Orientações sobre a aplicação do artigo 101.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia aos acordos de cooperação horizontal*, parágrafo 55, bem como *Comunicação da Comissão – Orientações relativas às restrições verticais (2010/C 130/01)*, parágrafos 210 ss.

<sup>42</sup> Caso *Hasbro* parágrafo 141 (tradução livre).

informação transmitida.<sup>43</sup> Em seguida C poderá, exactamente nas mesmas circunstâncias aplicáveis a A: transmitir a B a estratégia que tenciona adoptar em consonância com a estratégia de A; não dizer nada a B ou; mesmo recusar-se formalmente perante B a entrar no cartel, mas se adoptar um comportamento que esteja em consonância com a estratégia de A e não reportar a situação às autoridades competentes ou se distanciar publicamente do acordo, estará a fazer parte do cartel, ainda que fique provado que o comportamento adoptado por C corresponde ao comportamento adequado às condições normais de mercado.

Consequentemente, podemos afirmar que cartel Hub and Spoke tem como vantagem para os seus participantes a dificuldade de detecção por parte das autoridades competentes, na medida em que, enquanto que empresas concorrentes trocaram informação sensível entre si não é visto, por regra, como prática usual no âmbito do negócio e, como tal, é classificado quase automaticamente como um cartel, já assim não é se a referida informação for trocada entre uma empresa e o seu fornecedor/distribuidor ou com outra empresa que não seja sua concorrente. Em suma, no seguimento do exemplo dado anteriormente, a autoridade competente tem de conseguir provar cumulativamente que:

- 1) Houve troca de informação sensível entre A e B “*em circunstâncias que levaram [A] a crer que [B] usará essa informação para influenciar as condições de mercado, passando a [referida] informação a outros [concorrentes]*”.<sup>44</sup> O cumprimento deste requisito tem de ser averiguado;
- 2) B efectivamente transmitiu essa informação a C;
- 3) C não se distanciou publicamente da informação que lhe foi transmitida e teve-a em conta ao delinear a sua estratégia comercial, dado que esta está em consonância com a informação sensível transmitida indirectamente por A.

Note-se que, uma vez provando que B transmitiu a informação a C, presume-se que este a teve em conta aquando do delineamento da sua estratégia comercial, salvo se os infractores conseguirem produzir prova em contrário. Para ilidir a referida presunção não basta provar que C se recusou perante B a participar no cartel<sup>45</sup>. A empresa conseguirá ilidir a presunção se conseguir provar alternativamente que:

---

<sup>43</sup> Vide ODUDU, Okeoghene, *Hub and Spoke Collusion*, in *Handbook on European Competition Law: Substantive Aspects*, págs. 252 – 253.

<sup>44</sup> *Idem*.

<sup>45</sup> Designadamente através de e-mails de C para B e/ou de circulares internas com esse conteúdo.

- a) Tentou contrariar a conduta dos outros participantes, mas como esta consubstancia um acto unilateral, a empresa não consegue, por definição, contrariá-la<sup>46</sup>;
- b) Denunciou a situação às autoridades competentes;
- c) Saiu do mercado em que o cartel era suposto operar, impossibilitando a sua participação no cartel;
- d) Rejeitou por escrito participar no cartel, como por exemplo, apresentando e-mails enviados por gerentes ou administradores de C e recebidos por administradores de B que expressem a recusa de C em participar no cartel<sup>47</sup>;
- e) Divulgou a informação referente a A que lhe foi transmitida por B de modo que esta se encontre acessível ao público em geral e, por isso, perde o carácter de informação sensível e impossibilita a formação do cartel. A presunção também será ilidida se os intervenientes conseguirem provar que a informação se tornou pública antes sequer de terem tempo de tomar quaisquer medidas ilegais.

O efeito provocado pelo cartel Hub and Spoke é o mesmo que o de qualquer outro cartel: reduzir a incerteza característica das condições normais de mercado do sector em causa, causando ineficiências económicas e reduzindo o bem-estar social.

#### **4. Classificação do Cartel Hub and Spoke**

Face ao *supra* exposto acerca da classificação dos acordos em verticais ou horizontais<sup>48</sup>, a classificação do cartel Hub and Spoke tem sido muito discutida na doutrina. Ora, o cartel Hub and Spoke consubstancia-se num acordo entre concorrentes através de uma empresa que opera noutra nível da cadeia de produção/distribuição ou que nem sequer opera no mesmo mercado. Portanto, temos acordos verticais celebrados entre determinadas empresas, por hipótese distribuidores, e um fornecedor comum cujos efeitos se fazem também sentir a nível horizontal, leia-se ao nível do preço de venda praticado pelos distribuidores para o consumidor final. Ou seja, poderemos estar perante um terceiro género/uma forma híbrida que consiste em vários acordos verticais que, além dos efeitos verticais, produzem efeitos horizontais, formando um único acordo global entre todos os intervenientes. Não se pense que

---

<sup>46</sup> Para mais desenvolvimentos remete-se para a explicação dada *supra* relativamente a actos unilaterais.

<sup>47</sup> ODUDU, Okeoghene, *Hub and Spoke Collusion*, pág. 256.

<sup>48</sup> *Vide* ponto 2.

esta discussão tem valor meramente dogmático, pois a classificação do cartel Hub and Spoke tem consequências várias no que toca à aplicabilidade de vários institutos<sup>49</sup> tais como:

1. A regra *de minimis*<sup>50</sup> e a distorção da concorrência por mera análise do objecto do acordo, independentemente dos efeitos do mesmo;
2. O Programa de Clemência da Comissão<sup>51</sup>;
3. A excepção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE.

Analisemos então cada um destes institutos.

I. A Regra *de minimis* e a distorção da concorrência por mera análise do objecto do acordo, independentemente dos efeitos do mesmo

Como o próprio artigo 101.º do TFUE indica, nem todos os acordos distorcem a concorrência a ponto de restringir *sensivelmente* a concorrência ou seja, a ponto de causar um impacto significativo/apreciável na economia nacional ou comunitária que justifique uma intervenção das autoridades competentes.

Tipicamente esse impacto é medido através da determinação do mercado relevante, bem como da quota de mercado de cada um dos intervenientes *stand-alone* e da quota conjunta de mercado de todos os intervenientes coligados (que poderá não ser forçosamente a soma das quotas de mercado dos intervenientes *stand-alone*, dado que estes poderão ter ganho quota de mercado através do acordo ou prática concertada). Uma vez determinadas as quotas de mercado no mercado relevante, saber-se-ia, em princípio, a magnitude de consumidores afectados e, conseqüentemente, se o cartel restringia a concorrência de forma sensível ou não.

Nesse sentido, imaginemos, a título de exemplo, que três pastelarias em Lisboa acordam entre si o preço de venda ao consumidor de certos itens. Atendendo ao elevado número de pastelarias existentes na cidade e as baixas quotas de mercado de cada uma e de todas coligadas, não se poderá dizer que o aumento de preço dos referidos itens tenha um impacto

---

<sup>49</sup> Sem prejuízo das referidas consequências, no que respeita à responsabilização das partes em Tribunal, a classificação do cartel como um acordo global ou como vários acordos entre vários intervenientes tem-se revelado irrelevante, na medida em que os efeitos causados são os mesmos. *Vide caso Replica Kit*, par. 655.

<sup>50</sup> A referida regra encontra-se na *Comunicação da Comissão relativa a acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do artigo 101.º n.º 1 do Tratado que institui a Comunidade Europeia (Comunicação de minimis)* (2014/C 291/01).

<sup>51</sup> O programa encontra-se na *Comunicação da Comissão relativa à imunidade em matéria de coimas e à redução do seu montante nos processos relativos a cartéis* (2006/C 298/11).

relevante no mercado, pois qualquer consumidor que deseje adquirir os referidos itens por um menor preço terá sempre outra pastelaria por perto à qual recorrer.

A jurisprudência do TJUE, que até muito recentemente, assentava nos casos *Völk*<sup>52</sup> e *Miller*<sup>53</sup>, determinou que nenhum acordo vertical cuja quota de mercado conjunta estivesse abaixo de 1% causaria uma restrição sensível da concorrência, mas se esta estivesse acima de 5% haveria uma probabilidade alta de haver distorção sensível da concorrência. Os acordos verticais que obtivessem uma quota conjunta de mercado entre 1% e 5% estariam numa espécie de “zona cinzenta” na qual teriam de ser analisados outros factores preponderantes para determinar o impacto do cartel no sector. Note-se que apesar da determinação da quota de mercado nunca ter sido o único factor a ser ponderado, foi, até recentemente, considerado o factor principal, portanto ainda que estejamos a dar preponderância à quota de mercado, a jurisprudência do TJUE também demonstra uma análise de outros factores.

Por outro lado, no que toca a acordos horizontais, apesar da fraca probabilidade de o TJUE considerar ou não que um acordo horizontal restringe sensivelmente a concorrência só por força da sua baixa quotas conjunta de mercado, tão-pouco será plausível, na prática, empresas que tenham quotas conjuntas de mercado tão baixas formarem um cartel<sup>54</sup>.

Posto isto, a Comissão decidiu emitir a Comunicação (2014/C 291/01) na qual expressa a sua interpretação do artigo 101.º n.º 1 do TFUE relativamente aos acordos que considera não restringir sensivelmente a concorrência dada a sua pequena importância, também intitulada de “**Comunicação (de minimis)**”. A interpretação da Comissão é efectuada com base na quota de mercado conjunta dos intervenientes coligados num determinado mercado relevante, estabelecendo-se uma quota conjunta mínima (*de minimis*) de 10% para acordos entre concorrentes (acordos horizontais) e de 15% para acordos entre não concorrentes (acordos verticais). Os acordos horizontais cujo objecto se enquadre numa das alíneas do ponto 13 da Comunicação (de minimis) estão excluídas do âmbito de aplicação da mesma<sup>55</sup> ou seja, a esmagadora maioria dos acordos horizontais estão excluídos e, em princípio, as restrições que lhes estiverem subjacentes serão consideradas sensíveis. Em caso de dúvida quanto à qualificação do acordo como sendo horizontal ou vertical, a Comissão entende que a quota de mercado mínima a aplicar é de 10%. Adicionalmente, a Comissão considera que não há

---

<sup>52</sup> Caso 5/69 *Franz Völk v. SPRL Ets. J. Vervaecke* [1969] ECR 295.

<sup>53</sup> Caso 19/77 *Miller International Schallplatten v. Comissão* [1978] ECR 131.

<sup>54</sup> Por tudo, vide FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, par. 3.211 a 3.213.

<sup>55</sup> *Comunicação (de minimis)*, ponto 13.

restrição sensível da concorrência se as quotas de mercado em causa não excederem em mais de 2% as quotas *supra* expostas durante dois exercícios consecutivos<sup>56</sup>.

Atente-se para o facto de que a referida interpretação da Comissão constante da Comunicação já identificada não é vinculativa, não só por não consubstanciar uma lei que o TJUE tenha forçosamente de respeitar, mas também porque a própria Comunicação admite excepções às quotas de mercado mínimas impostas por si, admitindo, nomeadamente, que (a) mesmo que um acordo tenha uma quota de mercado conjunta superior aos limites mínimos, não quer dizer que cause uma restrição sensível da concorrência<sup>57</sup>; (b) os acordos entre pequenas e médias empresas, que, por definição, não atingem quotas de mercado elevadas, só muito raramente poderão restringir a concorrência de forma sensível (recusando-se, no entanto, a excluir tais acordos do âmbito de aplicação do artigo 101.º do TFUE)<sup>58</sup>; e (c) as referidas quotas de mercado mínimas não são aplicáveis a restrições graves que se encontram enumeradas no ponto 13 da própria Comunicação.

Dito isto, as quotas de mercado mínimas eram o factor principal para determinar se a restrição por objecto era sensível ou não, consoante a ultrapassagem ou não dos limites estabelecidos pela Comissão ou seja, mesmo que o objecto fosse de facto restritivo da concorrência, se os intervenientes não atingirem conjuntamente a quota de mercado mínima aplicável, a restrição seria considerada não sensível/irrelevante/não apreciável e os intervenientes não seriam responsabilizados por violar o artigo 101.º do TFUE<sup>59</sup>.

Recentemente, o TJUE veio a adoptar uma posição diferente no caso *Expedia*<sup>60</sup>, no qual desvaloriza totalmente a importância da quota de mercado conjunta dos intervenientes para considerar que o objecto de um acordo restringe sensivelmente a concorrência, logo, os intervenientes cujo acordo tenha um objecto restritivo da concorrência por natureza não poderão utilizar o não atingimento da quota de mercado mínima para justificar a “falta de impacto” do acordo no sector de mercado em que operam e, consequentemente, também não poderão alegar que a restrição não é “sensível” e, como tal, não viola o artigo 101.º n.º 1 do TFUE<sup>61 62</sup>.

---

<sup>56</sup> Comunicação (*de minimis*), pontos. 7 – 9.

<sup>57</sup> Comunicação (*de minimis*), ponto 2.

<sup>58</sup> Comunicação (*de minimis*), ponto 3.

<sup>59</sup> Como aconteceu no *supra* mencionado caso 5/69 *Franz Völk v. SPRL Ets. J. Vervaecke* [1969] ECR 295

<sup>60</sup> Caso C-226/11 *Expedia v. Autorité de la concurrence e outros*.

<sup>61</sup> Por tudo, *vide* FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali, *The EU Law of Competition*, par. 3.217.

Em suma, qual a ligação do *supra* exposto com a classificação do cartel Hub and Spoke como acordo horizontal ou vertical?

Se o cartel Hub and Spoke for classificado como um acordo horizontal, a quota de mercado mínima conjunta para a restrição da concorrência ser considerada “sensível” é de 10% (desde que, repete-se, não seja enquadrável nas exclusões do ponto 13 da Comunicação (de minimis), enquanto se o mesmo for classificado como acordo vertical a referida quota mínima passará a ser de 15%. Ainda que a jurisprudência mais recente do TJUE demonstre alguma desvalorização deste critério, podemos questionar o racional de as autoridades da concorrência nacionais e a própria Comissão empregarem os seus recursos a investigar e a intentar acções contra empresas que formem cartéis cuja quota de mercado conjunta seja inferior a 10%<sup>63</sup>. Portanto, para as autoridades da concorrência e para a Comissão a Comunicação *de minimis* será extremamente relevante para decidir quais os cartéis que deverão ou não ser investigados e responsabilizados, logo será importante definir qual a quota de mercado mínima aplicável aos cartéis Hub and Spoke. Mesmo que a classificação do cartel Hub and Spoke não seja líquida na doutrina ou na jurisprudência, a própria Comunicação (de minimis) resolve esse problema, admitindo, em caso de dúvida na classificação do acordo e caso este não se insira nas exclusões do ponto 13, a aplicação da quota de mercado mínima de 10%. Por outro lado, evidentemente, se o objecto ou os efeitos do acordo subjacente ao cartel Hub and Spoke forem enquadráveis no ponto 13 da Comunicação (de minimis), todo o seu conteúdo será inaplicável.

Por outro lado, a classificação também será importante, porque, como já se referiu, apesar de o TJUE admitir a hipótese de um acordo vertical ter um objecto que restrinja sensivelmente a concorrência, o TJUE só considerará que tal acordo/objecto restringe a concorrência de maneira sensível, se for os seus efeitos restritivos potenciais forem provados pela Comissão, enquanto num acordo horizontal não têm de ser chamados à colação quaisquer efeitos restritivos potenciais ou reais advindos do acordo. Ou seja, recapitulando, normalmente a Comissão acusa os acordos horizontais de ter um objecto restritivo, não havendo qualquer

---

<sup>62</sup> A decisão do Supremo Tribunal Holandês no caso *Batavus v. Vriend's Tweewielercentrum* [2011] LJN: BQ2213 gerou algumas dúvidas relativamente à obrigatoriedade de adopção da jurisprudência do caso *Expedia* por parte dos tribunais nacionais, pois remeteu os autos para o Tribunal da Relação justamente por discordar do facto de este ter seguido a referida jurisprudência. Atendendo que, no caso em questão, o Tribunal da Relação considerou a restrição apreciável, não houve necessidade de interpor recurso para o TJUE. *Vide* Competition Law Newsletter de Maio de 2013, disponível em <http://www.stibbe.com/en/news/2013/may/competition-law-newsletter?jurisdiction=222f8a598f86442d8dfbd59c596eb0a3>.

<sup>63</sup> No entanto, estes cartéis poderão ser responsabilizados ao abrigo do artigo 101.º do TFUE, ainda que a título residual, através de acções propostas em tribunais nacionais por entidades privadas.

necessidade de provar que os efeitos causados pelo mesmo também são restritivos, enquanto nos acordos verticais a Comissão opta, normalmente, por acusá-los de causarem efeitos restritivos da concorrência, porque o objecto do acordo só por si não é suficiente para violar o artigo 101.º do TFUE. Caso o objecto do acordo vertical seja só por si suficiente para violar o artigo 101.º do TFUE, o TJUE exige que a Comissão faça prova de que desse acordo adviriam efeitos restritivos potenciais, resultando para a Comissão um ónus da prova mais agravado no caso dos acordos verticais em comparação com os casos de acordos horizontais.

Atendendo que o tribunal aceita a restrição por objecto nos acordos verticais, por maioria de razão, aceitaria a restrição por objecto num acordo híbrido como é o caso do cartel Hub and Spoke. A questão que se põe é se será necessário provar os potenciais efeitos restritivos do acordo ou se bastará o objecto violar o artigo 101.º do TFUE. Sem prejuízo dos efeitos horizontais que a existência do referido cartel origina, parece-nos difícil que não haja prova dos potenciais efeitos restritivos causados pelo mesmo, pois senão será praticamente impossível desvendar se a informação trocada entre os intervenientes é, por um lado, sensível e, por outro lado, se a referida troca faz parte do decurso normal do negócio ou se consubstancia uma violação do artigo 101.º do TFUE.

## II. Programa de Clemência<sup>64</sup>

O programa de clemência, uma prática importada da lei norte-americana, tem-se revelado a principal fonte de detecção de cartéis por parte das autoridades competentes. A razão da sua eficácia prende-se com o facto de o programa de clemência explorar a relação frágil de (des)confiança entre os intervenientes através da elaboração de incentivos ao incumprimento por parte destes do acordo subjacente ao cartel.

Os referidos incentivos consubstanciam-se na dispensa ou redução de coimas aplicáveis para as empresas que fornecerem elementos de prova suficientemente credíveis a ponto de iniciar /ajudar uma investigação das autoridades competentes ao cartel, mediante o preenchimento de determinadas condições.

Em traços gerais, a dispensa de coima só será aplicável ao interveniente que: (a) fornecer os referidos elementos de prova em primeiro lugar; (b) cooperar continuamente com as autoridades competentes durante toda a investigação; (c) cesse a sua participação no alegado acordo e; (d) não tenha exercido qualquer coacção sobre os restantes intervenientes para

---

<sup>64</sup> *Comunicação da Comissão relativa à imunidade em matéria de coimas e à redução do seu montante nos processos relativos a cartéis* (2006/C 298/11).

participarem no acordo. Os restantes intervenientes que resolverem *a posteriori* apresentar elementos de prova só terão direito à redução da coima. Quanto mais rapidamente apresentarem os referidos elementos de prova às autoridades competentes, maior será a percentagem de redução<sup>65</sup>.

O programa de clemência foi feito a pensar em cartéis horizontais, não podendo, na maior parte dos países da União Europeia ser aplicados a acordos verticais<sup>66</sup>. Nesse sentido podemos enumerar, a título de exemplo, o programa de clemência da União Europeia que só se considera aplicável a cartéis a que estejam subjacentes “acordos e/ou práticas concertadas entre dois ou mais concorrentes [...]”, logo se são concorrentes, quer dizer que se encontram no mesmo nível da cadeia de produção/distribuição, o que consubstancia, por definição, um cartel horizontal<sup>67</sup>. O regime português também só é aplicável a cartéis horizontais<sup>68</sup>.

As razões defendidas para a persistência desta limitação prendem-se como facto de nos cartéis verticais a restrição da concorrência se consubstanciar normalmente na falta de liberdade do interveniente que opera mais abaixo na cadeia de produção/distribuição (retalhista/comprador) que, repete-se, normalmente é coagido pelo interveniente que se encontra mais acima na cadeia de produção/distribuição (fornecedor). Ora, na prática, apesar de ambos os intervenientes serem responsabilizados pela violação do artigo 101.º do TFUE, só ao fornecedor é que acabavam por ser aplicadas coimas, logo a aplicação do programa de clemência só beneficiaria o fornecedor. Mesmo assim, teríamos de ter em atenção que o programa de clemência aplicável aos acordos verticais pode ter como requisito de aplicabilidade, como é o caso dos regimes comunitário e português, o não exercício de coacção sobre qualquer dos intervenientes para participarem no acordo, senão nem o fornecedor poderia beneficiar do referido regime. Assim sendo, não haveria qualquer incentivo quer para o fornecedor que assumiu um papel de liderança no acordo e que, por conseguinte, é o interveniente que mais beneficia do mesmo, quer para os restantes membros do cartel apresentarem às autoridades competentes elementos que comprovem a existência do acordo.

---

<sup>65</sup> Comunicação (2006/C 298/11) pontos 8 a 13.

<sup>66</sup> À excepção da Polónia, Reino Unido (em relação a acordos de fixação de preços de revenda), Roménia e Suécia, vide *ECN Model Leniency Programme Report on Assessment of the State of Convergence*, disponível em [http://ec.europa.eu/competition/ecn/model\\_leniency\\_programme.pdf](http://ec.europa.eu/competition/ecn/model_leniency_programme.pdf).

<sup>67</sup> Comunicação (2006/C 298/11), ponto 1

<sup>68</sup> Vide artigo 75.º da Lei da Concorrência (Lei n.º 9/2012 de 8 de Maio)

Acontece que, a realidade tem demonstrado que nem sempre os acordos verticais funcionam dessa forma. Há retalhistas que têm muito mais poder do que os seus fornecedores, como aconteceu no caso *Replica Kit*<sup>69</sup>, em que a JJB Sports (retalhista) conseguiu coagir a Umbro (fornecedor) a impor a todos os retalhistas que esta fornecia um determinado preço de revenda dos equipamentos de futebol. Além disso, os retalhistas poderão unir-se e/ou ameaçar comprar produtos substitutos para exercer pressão sobre o fornecedor. Nestas situações, justificar-se-ia que o programa de clemência se aplicasse a acordos verticais<sup>70</sup>.

Porém, a realidade na maior parte dos países da União Europeia é a de que os respectivos programas de clemência, a partir do momento em que definem um cartel como um “acordo entre concorrentes”, não se consideram aplicáveis a acordos verticais. Consequentemente, se o cartel Hub and Spoke fosse classificado como sendo um acordo vertical, não poderia beneficiar do referido programa de clemência, o que dificultaria ainda mais a sua detecção por parte das autoridades competentes.

Sucede que, como já foi mencionado, o cartel Hub and Spoke não é um acordo vertical em sentido estrito. Sem prejuízo de o cartel ser formado através de acordos verticais entre empresas em níveis diferentes da cadeia de distribuição/produção, esses acordos são partes integrantes de um único acordo global entre todos os intervenientes, daí que, na prática, haja também acordo entre concorrentes (ainda que através de um intermediário que até pode nem operar no mesmo mercado) no cartel Hub and Spoke e os efeitos restritivos da concorrência causados se façam notar a nível horizontal e não vertical. Por isso, somos da opinião, de que a classificação do cartel Hub and Spoke como um terceiro género/híbrido que consista em vários acordos verticais que formam um único acordo global entre todos os intervenientes que produz efeitos horizontais está incluído dentro da definição de “acordo entre concorrentes” e, como tal, está sujeito a aplicação do regime de clemência.

---

<sup>69</sup> Caso 1022/1/1/03 *JJB Sports plc v Office of Fair Trading* [2004], CAT 17, para mais desenvolvimentos, *vide* ponto 5.I.

<sup>70</sup> Por tudo, *vide Settling vertical infringements – leniency application and full immunity*, disponível em <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=13a7b90b-d2b0-4150-b23e-d99b3b1893dd>

### III. A exceção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE

A classificação do cartel Hub and Spoke também influenciará a aplicação da isenção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE, pois os cartéis horizontais estão excluídos da sua aplicação, salvo as devidas exceções feitas no próprio regulamento<sup>71</sup>.

A razão de ser desta proibição tem a ver com o facto de os cartéis horizontais, leia-se os seus efeitos no mercado, serem mais severos do que os efeitos causados por um acordo vertical<sup>72</sup>. Daí que, salvo as exceções referidas no diploma, não se preveja que as eventuais consequências benéficas para o bem-estar social advindas da formação de acordos horizontais compensem de qualquer forma as restrições gravosas da concorrência também originadas pelo mesmo.

Consequentemente, a não ser que classifiquemos o cartel Hub and Spoke como um acordo vertical, teremos de aceitar que a isenção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE não será aplicável ao cartel Hub and Spoke. A razão por detrás dessa falta de aplicabilidade tem a ver com o facto de os efeitos provocados pelo referido cartel se fazerem sentir a nível horizontal, portanto mesmo que classifiquemos o referido cartel como um terceiro género/híbrido, os efeitos causados pelo mesmo serão sempre sentidos a nível horizontal. Ou seja, as restrições à concorrência serão, em princípio, graves e não compensarão qualquer benefício para o bem-estar social.

### IV. Conclusão

Face ao exposto, chegamos à conclusão de que o cartel Hub and Spoke deveria ser classificado como um terceiro género/híbrido que consiste em vários acordos verticais que formam um único acordo global entre todos os intervenientes que produz efeitos horizontais.

Esta classificação implica que a quota *de minimis* aplicável será de 10%<sup>73</sup> e que as restrições por objecto são admissíveis, ainda que tenha de ser produzida prova acerca dos efeitos potenciais do acordo. O referido cartel também está sujeito ao regime de clemência, porém não estará sujeito à isenção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE.

---

<sup>71</sup> Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, 20 de Abril de 2010 relativo à aplicação do artigo 101.º n.º 3 do TFUE a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas, artigo 2.º n.º 4.

<sup>72</sup> *Vide supra* ponto 2.

<sup>73</sup> Excepto, repete-se, se o cartel se inserir nas exclusões de aplicabilidade do ponto 13 da Comunicação (de *minimis*). Para mais desenvolvimentos, *vide supra* ponto 4. I.

## 5. Jurisprudência

Devido às dificuldades de detecção do cartel Hub and Spoke e do elevado número de intervenientes que acabam por admitir a infracção que cometeram em troca de uma redução/dispensa de coima ao abrigo do programa de clemência<sup>74</sup>, há pouca jurisprudência que trate do assunto.

### I. Caso Replica Kit<sup>75</sup>

O caso *Replica Kit* tem vários intervenientes, sendo que o Hub/base era a Umbro Holdings Limited (“**Umbro**”), fabricante e fornecedora exclusiva de equipamentos de futebol (apelidados em inglês de “replica kit”) da selecção inglesa e do Manchester United. Os restantes intervenientes eram os vários retalhistas especializados em desporto que esta fornecia. Entre estes havia retalhistas que praticavam preços mais altos, como era o caso da JJB Sports plc (“**JJB**”) e da Allsports Limited (“**Allsports**”), e havia retalhistas que praticavam preços mais baixos, tais como a Sports Soccer Ltd (“**SS**”)<sup>76</sup>. Naquela altura aproximavam-se dois eventos que representavam picos de vendas de equipamentos da selecção inglesa e do Manchester United: o Euro 2000 e o lançamento do novo equipamento do Manchester United, respectivamente. De forma a maximizar os seus lucros durante os referidos picos de vendas, a JJB e a Allsports queixaram-se à Umbro acerca dos preços praticados pela SS. O Tribunal deu como provado que às referidas queixas estavam subjacentes pressões económicas no sentido de forçar a Umbro a tomar medidas para que a SS adoptasse o preço sugerido pela JJB durante os picos de venda já mencionados, sob pena de a JJB e a Allsports, as duas maiores clientes da Umbro, diminuïrem as encomendas de todos produtos vendidos por esta. A Umbro, que não estava ainda financeiramente consolidada e que, além disso, estava prestes a perder o contrato de fornecimento exclusivo do equipamento do Manchester United, não estava em condições de perder os seus dois maiores clientes e pretendia mostrar ao Manchester United que conseguia controlar os preços de venda dos equipamentos. Por isso, pressionou a SS a praticar preços altos durante os referidos picos de vendas, sob pena de cortar lhe o fornecimento dos equipamentos da selecção inglesa e do Manchester United durante os picos de venda, o que faria com que a reputação de retalhista especializada em artigos desportivos de referência a preços

---

<sup>74</sup> Vide *supra* ponto 4.II.

<sup>75</sup> Caso 1022/1/1/03 *JJB Sports plc v Office of Fair Trading* [2004], CAT 17.

<sup>76</sup> Houve mais intervenientes, mas para efeito de simplificação faremos referência só aos quatro principais.

competitivos que a SS tinha vindo a construir até ali perdesse toda a credibilidade junto dos consumidores. Por estes motivos, a SS concordou, ainda que muito relutantemente, em participar no cartel.

Este caso demonstra que quaisquer reclamações ou queixas feitas por uma empresa a outra empresa que não actue ao mesmo nível da cadeia de produção/distribuição pode consubstanciar uma troca de informação sensível cujo efeito de restrição da concorrência pudesse ser razoavelmente previsto<sup>77</sup>, na medida em que uma das partes tenha um poder negocial consideravelmente superior à outra e, por isso, não será necessário haver prova concretas em tribunal de ameaças específicas, mas terá de ser provado que a parte que está alegadamente a ser pressionada percebe as “mensagens de coacção subliminares”<sup>78</sup>.

Assim como demonstra que a relutância/coacção em aceitar participar no cartel, não alivia a empresa de ser responsabilizada pela infracção<sup>79 80</sup>.

## II. Caso Argos, Hasbro e Littlewoods<sup>81</sup>

A Hasbro (UK) Limited (“**Hasbro**”) é uma das principais fabricantes de brinquedos e jogos a nível global, enquanto a Argos Limited (“**Argos**”) e a Littlewoods Limited (“**Littlewoods**”) são grandes retalhistas cujas vendas decorrem em grande parte através de catálogos. A Argos era líder de mercado e praticava preços mais baixos do que os restantes retalhistas que queriam ter margens de lucro mais altas.

Apercebendo-se dessa situação, a Hasbro resolveu intermediar um acordo entre os seus clientes, incluindo a Argos e a Littlewoods, segundo o qual todos adoptariam os preços de venda recomendados pela Hasbro em determinados produtos. A referida intermediação funcionava da seguinte forma: a Hasbro questionava a Argos e os restantes retalhistas, incluindo a Littlewoods, acerca da razoabilidade dos preços de venda recomendados dos referidos produtos e se tencionavam adoptá-los. Se houvesse uma resposta afirmativa por parte de todos, então os preços eram adoptados. O Tribunal deu como provado o aumento de preços durante a vigência dos cartéis através da comparação dos catálogos das partes.

---

<sup>77</sup> Caso *Replica Kit*, par. 425

<sup>78</sup> Caso *Replica Kit*, par. 414 - 415

<sup>79</sup> Sem prejuízo de causarem eventuais reduções nas coimas aplicadas a essa empresa.

<sup>80</sup> Caso *Replica Kit*, par. 365 e, por tudo, *vide* também par. 660 – 670.

<sup>81</sup> Casos *Argos, Hasbro e Littlewoods*, Caso 1014 and 1015/1/1/03 *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 24.

Adicionalmente, também foi instaurado um sistema de monitorização de preços, visto que sempre que a Argos visse um retalhista a praticar preços mais baixos do que o acordado, telefonava à Hasbro para que esta convencesse o retalhista em questão a adoptar os preços recomendados.

Portanto, houve trocas de informação sensível entre a Hasbro e os retalhistas relativamente aos preços de venda que estes tencionavam adoptar. Dada a elevada confidencialidade do assunto, o Tribunal não vê qualquer razão legítima que justifique a troca de informação e, por isso, chega à conclusão de que a única explicação plausível para a conduta das partes consistia no facto de que estas “tinham forçosamente de saber” que a Hasbro iria revelar a todas as retalhistas os preços que iriam ser praticados pelas suas concorrentes<sup>82</sup>. Esta formulação é mais avançada do que a formulação mais genérica da “previsibilidade razoável do comportamento ilícito” utilizado no caso JJB, pois aquela exige uma prova negativa por exclusão de partes ou seja, que fique provado que nas circunstâncias concretas do caso não há qualquer outro facto lícito que explique o comportamento ilícito das partes<sup>83</sup>, enquanto esta somente exige que fique provado que nas circunstâncias do caso concreto, as partes, se fossem diligentes, cuidadosas e razoáveis poderiam ter previsto o comportamento ilícito. Ainda que esta nova formulação possa implicar um ónus de prova mais pesado para as autoridades competentes por ser uma prova negativa que é feita através de exclusão de partes, justamente por ser assim é que também oferece mais segurança jurídica às decisões tomadas pelo tribunal.

Para além disso, o Tribunal considerou que não será possível demonstrar que um acordo não existe ou nunca chegou a entrar em vigor quer por os preços praticados pelos retalhistas não serem exactamente os mesmos, quer por haver incumprimentos pontuais do acordo. No primeiro caso, o Tribunal considerou que as diferenças não eram significativas o suficiente para sequer qualificá-las como um incumprimento do acordo e o segundo caso consistia em diferenças de preço significativas em alguns produtos em concreto, mas quando comparadas com a consistência de preços praticados nos restantes produtos abrangidos pelo acordo, as referidas diferenças tornavam-se irrelevantes, não consubstanciando uma prova concreta de que o acordo não se encontrava em vigor<sup>84</sup>.

---

<sup>82</sup> Vide, a título de exemplo, caso *Argos, Hasbro e Littlewoods*, par. 678, 684, 685, 699 e 703.

<sup>83</sup> Vide, a título de exemplo, caso *Argos, Hasbro e Littlewoods*, par. 697.

<sup>84</sup> Por tudo, vide caso *Argos, Hasbro e Littlewoods*, par. 113 e 687.

No mesmo sentido, o Tribunal considerou igualmente irrelevante para a responsabilização das partes no que toca à violação do artigo 101.º do TFUE o facto de os preços praticados serem ou não os preços que seriam praticados mesmo que, hipoteticamente, não houvesse acordo<sup>85</sup>. Mesmo que assim seja, os acordos ou práticas concertadas entre empresas que visem a fixação de preços são objectivamente proibidos, independentemente dos seus efeitos (que neste caso até foram comprovados em tribunal), pois tratam-se de acordos com objectos restritivos da concorrência, na medida em que diminuem a incerteza do mercado.

### III. Caso Tesco<sup>86</sup>

Por força da conjuntura económica ao tempo da infracção, os agricultores que produziam produtos lacticínios não estavam a conseguir vender os seus produtos com uma margem de lucro sustentável. Consequentemente, formou-se um acordo entre retalhistas, incluindo sociedades detentoras dos supermercados “Tesco” (“**Tesco**”) e os seus fornecedores de produtos lacticínios, cujo objectivo era aumentar e fixar os preços de venda ao consumidor de produtos lacticínios para que os produtores pudessem obter uma maior margem de lucro sem prejudicar as margens das restantes empresas da cadeia de produção/distribuição que pouco ou nada ganhariam com a operação<sup>87</sup>.

O cartel funcionava da seguinte forma: os fornecedores perguntavam aos retalhistas que forneciam os preços que estes iriam praticar e transmitiam essa informação altamente confidencial aos retalhistas concorrentes para que, com a concordância de todos, fossem adoptados os mesmos preços por parte dos retalhistas.

No que toca a argumentos das partes, o Tribunal considerou que a alegada desconfiança de Tesco relativamente à veracidade das informações recebidas, dada a sua normalidade em qualquer troca de informação directa ou indirecta entre empresas concorrentes, não poderá exonerar os intervenientes, salvo se se conseguir provar que, de acordo com as circunstâncias do caso concreto em questão, a parte não acreditou nem tinha razão para acreditar na outra<sup>88</sup>.

---

<sup>85</sup> Vide caso *Argos, Hasbro e Littlewoods*, par. 708.

<sup>86</sup> Caso 1188/1/11, *Tesco v Office of Fair Trading* [2012] CAT 31.

<sup>87</sup> O intuito de ajudar os referidos produtores não exonera as partes de responsabilidade, contudo influenciou a medida da coima determinada pelas autoridades competentes. Vide caso *Tesco*, par. 162.

<sup>88</sup> Caso *Tesco*, par. 75 – 77, 83.

Além disso, o facto de uma parte da informação alegadamente confidencial tornar-se pública antes de o interveniente ter sequer tempo de agir, não implica que não haja um cartel se informação acessória relevante se mantiver confidencial<sup>89</sup>.

O mesmo raciocínio aplica-se a situações em que certa troca de determinadas informações confidenciais é lícita e, no mesmo acto, são trocadas informações ilícitas. Neste caso havia uma explicação razoável para a retalhista comunicar os preços que iria praticar em relação ao queijo cujo peso em cada embalagem era variável, nomeadamente o facto de o preço de venda ao consumidor desse produto ser impresso na própria embalagem pelo fornecedor. Porém, se, no mesmo acto, o retalhista comunicar os preços que tenciona praticar em todas as linhas de queijo, incluindo queijo cujo preço não é impresso na embalagem pelo fornecedor, então já não haverá explicação legítima para a referida comunicação<sup>90</sup>.

#### IV. Casos AC-Treuhand I e II<sup>91</sup>

Estas decisões do TJUE incidiram sobre um cartel formado por empresas que actuavam no mercado europeu da produção de produtos orgânicos e produtos químicos utilizados as indústrias do plástico e da borracha e por uma consultora (“**AC-Treuhand**”) que tinha a função de intermediar as trocas de informação sensível entre os membros do cartel, cujo objectivo era preservar as quotas de mercado de cada interveniente e coordenar o aumento de preços dos seus produtos. A intermediação realizava-se através da organização de reuniões, armazenamento e organização de informação sensível entre outros.

O grande argumento invocado pela AC-Treuhand tem a ver com a falta de previsibilidade legal da possibilidade de inclusão num cartel formado por empresas que actuam num mercado diferente do mercado em que actua o cartel. Com efeito, enquanto os efeitos horizontais do cartel se faziam sentir no mercado dos peróxidos orgânicos, a AC-Treuhand sempre actuou no mercado de consultoria. Porém, justamente porque os efeitos restritivos horizontais se fazem sentir exactamente do mesmo modo é que todos os intervenientes têm de ser responsabilizados, ainda que alguns tenham tido uma contribuição mais passiva devido exactamente ao facto de não lhes ser possível contribuir de forma mais activa por não operarem no sector afectado. Em suma, mesmo actuando noutra sector de mercado, foi dado

---

<sup>89</sup> Caso *Tesco*, par. 81, 278 e 279.

<sup>90</sup> Caso *Tesco*, par. 273.

<sup>91</sup> Casos *AC-Treuhand I e II*, caso T-99/04, *AC-Treuhand v. Comissão* e caso T-27/10, *AC-Treuhand v. Comissão* [2014].

como provado que a AC-Treuhand fez o máximo que pôde, dentro das suas possibilidades, por isso tinha de ser responsabilizada.

Acresce que, a AC-Treuhand argumentou que a restrição da liberdade que estes acordos tipicamente causam, não afectaram a sua própria liberdade e, como tal, esta não fará parte da infracção. No entanto, o TJUE considerou que, atendendo que nem todos os acordos restritivos da autonomia de pelo menos uma das partes são ilícitos e nem todas as restrições da concorrência implicam restrições à liberdade de uma empresa, não é por este acordo não restringir liberdade da AC-Treuhand que é lícito ou que se pode retirar a ilação de que esta não é parte do mesmo. Aliás, dado que a AC-Treuhand nem sequer actua no mercado afectado, obviamente que a sua liberdade também nunca seria afectada pelo acordo.<sup>92</sup>

Adicionalmente, a AC-Treuhand alegou ter tido um papel de cúmplice e não de autora da infracção, não podendo por isso ser responsabilizada. Contudo, o TJUE não vê razão para não considerar a AC-Treuhand co-autora, visto que, apesar de desempenhar um papel mais “passivo”, não se pode exonerar de responsabilidade quem contribui para um cartel da única maneira que pode contribuir e, além disso, esta preenche todos os requisitos objectivos e subjectivos para ser co-autora, nomeadamente contribuir activa ou passivamente para a prossecução dos objectivos do cartel e concordar ou, pelo menos, não se distanciar da actividade e objectivos do cartel.<sup>93</sup>

Por outro lado, mesmo que se admita que a referida consultora fosse qualificada como cúmplice e não como co-autora, o TJUE considerou que a expressão constante do artigo 101.º do TFUE “acordo entre empresas” abrangia cúmplices, na medida em que não se exige quer que haja uma menção explícita ao cúmplice no artigo 101.º do TFUE para que este possa abrangê-lo, quer que a empresa actue no sector de mercado que é afectado pelo acordo, simplesmente exige-se que haja um acordo que restrinja a concorrência.<sup>94</sup>

Por último, respondendo ao argumento segundo o qual não havia qualquer precedente ou previsibilidade de que a consultora seria penalmente responsável pela violação do 101.º do TFUE, o TJUE refere que a lei não impede o Tribunal de decidir de maneira inovadora e que, além disso, a AC-Treuhand como consultora competente e especializada que era, sempre teria

---

<sup>92</sup> Caso *AC-Treuhand I*, par. 125 – 128.

<sup>93</sup> Caso *AC-Treuhand I*, par. 131 – 136.

<sup>94</sup> Caso *AC-Treuhand I*, par. 121 – 123 e 149.

trabalhadores especializados que a poderiam assessorar neste assunto, não podendo por isso vir alegar a falta de previsibilidade nestas condições.

#### V. Caso E-books<sup>95</sup>

Antes de a Apple lançar o iPad, a líder de mercado dos e-books era a Amazon através do seu Kindle. A liderança de mercado foi atingida através da prática de um preço uniforme de \$9,99. As editoras de grande parte dos livros vendidos estavam descontentes com os baixos preços praticados pela Amazon dado que eram da opinião de que (i) os preços baixos dos e-books estavam a canibalizar as vendas de livros físicos que eram muito mais rentáveis para as editoras; (ii) os consumidores eventualmente habituar-se-iam ao preço de \$ 9,99 para qualquer livro sem haver qualquer distinção quer quanto à dificuldade de edição dos livros, quer quanto à qualidade dos mesmos; (iii) eventualmente a Amazon iria negociar directamente com os autores dos livros os contratos de distribuição e venda dos mesmos através do Kindle, tornando as editoras redundantes e desnecessárias no processo.<sup>96</sup> Após vários contactos entre as editoras em causa, estas chegaram à conclusão de que precisariam de agir em conjunto contra a Amazon, sob pena de verem a sua situação ainda mais agravada, caso a Amazon decidisse denunciar os contratos em vigor.

Apercebendo-se desta situação, a Apple, que pretendia celebrar contratos com as editoras para que os respectivos livros pudessem ser vendidos na iBookstore do iPad que estava prestes a ser lançado, ao invés de adoptar o modelo de compra para revenda, resolveu negociar contratos de agência com uma comissão de 30% com as editoras. A diferença prática seria a de que as editoras poderiam estabelecer preços máximos de venda ao público, mas, caso houvesse empresas a vender e-books a preços mais baixos, a Apple poderia igualar esse preço sem perder a margem de 30%<sup>97</sup>. Para tal, as editoras teriam de vender os e-books à Apple por menos 30% do que o preço praticado pela concorrência seja ele qual for. Consequentemente, a única maneira de as editoras terem lucro com este negócio seria conseguirem que todos os outros contratos relativos à venda de e-books passassem a contratos de agência.

---

<sup>95</sup> Houve dois casos idênticos respeitantes à venda de e-books: um caso nos Estados Unidos da América, *United States v. Apple Inc., No. 12 Civ. 2826* (2013) e uma decisão da Comissão Europeia, Caso COMP/39.847- *E-Books*.

<sup>96</sup> Caso *E-books* EUA, págs. 15 e 16.

<sup>97</sup> A esta cláusula deu-se o nome de *most-favoured-nation clause*.

As editoras em questão comunicaram entre si durante a negociação dos contratos de agência idênticos que todas celebraram com a Apple para terem a certeza de que estavam todas a ser tratadas de forma igual. Para além disso, a Apple assegurou e convenceu as editoras mais desconfiadas de que esta seria a única maneira de fazer cessar a hegemonia da Amazon, desempenhando um papel essencial de coordenação e coesão de todo o cartel.

Aquando das negociações dos contratos de agência com a Amazon, as editoras também comunicaram entre si de forma a conseguirem obter contratos exactamente, visto que estas não queriam, e nunca quiseram daí o descontentamento com a Amazon, concorrer umas com as outras com base no preço, mas sim com base na qualidade dos livros, autores e agentes que detinham.

Face a esta frente unida graças às trocas de informação confidencial entre as editoras concorrentes, a Amazon viu-se então obrigada a celebrar os referidos contratos, sob pena de perder o direito de vender os e-books mais requisitados no Kindle e, por isso, perder grande parte da quota de mercado.

Em suma, houve trocas de informação confidencial entre editoras concorrentes e entre estas e a Apple de forma a fixar os preços de venda de e-books.

## VI. Acórdão SPAR<sup>98</sup>

Recentemente, o supremo tribunal austríaco emitiu uma decisão na qual condenava várias retalhistas alimentares (entre as quais a SPAR) e os seus fornecedores de lacticínios a uma multa de 30 milhões de euros por terem sido partes num acordo para fixar os preços dos referidos produtos.

Os fornecedores queriam aumentar a sua margem de lucro, mas os retalhistas recusavam-se a baixar as suas margens de lucro, portanto a única hipótese de aumentar a margem dos fornecedores seria através de um aumento do preço de revenda ao consumidor final. Assim sendo, os retalhistas alimentares exerceram pressão sobre os fornecedores para que estes transmitissem aos seus concorrentes, sob forma de “preço recomendado”, os preços de venda ao consumidor final que tencionavam praticar para obter uniformização de preços e,

---

<sup>98</sup> Kartellobergericht, Acórdão *SPAR* 16 Ok/2/15b (16 Ok 8/15k), de 8 de Outubro de 2015 disponível em [https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT\\_20151008\\_OGH0002\\_0160OK00002\\_15B0000\\_000/JJT\\_2015\\_1008\\_OGH0002\\_0160OK00002\\_15B0000\\_000.pdf](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT_20151008_OGH0002_0160OK00002_15B0000_000/JJT_2015_1008_OGH0002_0160OK00002_15B0000_000.pdf)

consequentemente, não perderem quota de mercado por força do acordo. De modo a monitorizar o cumprimento do acordo, os fornecedores entregavam uma lista dos preços praticados pelos seus clientes os retalhistas<sup>99</sup>.

Baseando-se na jurisprudência do TJUE, o tribunal austríaco declarou que o objecto do acordo era restritivo da concorrência, porque, dado que fixava preços, restringia a liberdade das empresas em cobrar os preços que seriam adequados aos seus custos e estrutura económica individual.

A questão que se punha quanto à classificação deste cartel como um cartel Hub and Spoke teve a ver com o facto de os acordos verticais que só por si não serem forçosamente ilegais e, para consubstanciarem um cartel Hub and Spoke, terem ainda de causar efeitos restritivos a nível horizontal. O Tribunal confirmou essa conclusão, na medida em que a eficácia dos acordos verticais celebrados estava dependente da adesão dos distribuidores, pois os acordos verticais não fariam sentido sem a referida adesão. Senão vejamos: porque é que os distribuidores concordariam em comprar os bens por um preço mais elevado aos seus fornecedores, se depois seriam forçados a diminuir a sua própria margem de lucro no caso de quererem manter os preços iguais e não perder quota de mercado ou então seriam forçados a subir os preços para manterem a sua margem de lucro intacta, arriscando-se a perder quota de mercado? Não há qualquer razão que explique estes acordos verticais, a não ser o facto de os distribuidores saberem que podiam subir os preços e que não perderiam quota de mercado porque os seus concorrentes estariam a praticar os mesmos preços. Portanto, o argumento de que este seria um novo tipo de cartel não previsto na lei não procede, pois trata-se de um acordo vertical com um “seguro horizontal”, na medida os intervenientes têm a certeza (por força da distorção causada pelo acordo) de que não perderão quota de mercado apesar de praticarem preços mais altos. Posto isto, fica comprovado que o acordo global celebrado entre as partes tem um objecto restritivo porque se excluiu qualquer outra explicação lógica para a sua existência.

Por isso, não seria necessário sequer provar que o referido acordo efectivamente causou efeitos restritivos da concorrência, mas, ainda assim, o Tribunal deu como provado que houve um aumento consistente de preços durante a vigência do cartel.

Atendendo que as quotas de mercado a nível nacional dos intervenientes eram elevadas, concluiu-se que a restrição era apreciável, não só por restringir o comércio a nível nacional,

---

<sup>99</sup> Acórdão *SPAR*, pág. 9.

mas também a nível comunitário, porque dificultaria a entrada e a actividade de qualquer empresa que estivesse a operar no referido sector, mas que não fizesse parte do acordo.

Por último, o tribunal não considerou aplicável a excepção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE, porquanto não vê que qualquer efeito positivo para a concorrência no mercado seja atingido através das pressões efectuadas sobre os fornecedores para que estes influenciassem os preços praticados pela concorrência<sup>100</sup>.

O acórdão também se pronuncia sobre a multa aplicada, declarando que esta não é excessiva atendendo que corresponde a 3,5% do volume de negócios consolidado da empresa constituída por várias das entidades demandadas quando, na realidade, a lei permite que a coima vá até 10% do volume de negócios. A multa baseia-se no volume de negócios consolidado do grupo económico apesar de só a quarta demandada ter efectivamente praticado a infracção, porque de acordo com o acórdão *Akzo* (*vide supra*) as sociedades dominantes podem ser responsabilizadas pelas acções das sociedades dominadas. Ora a quarta demandada era a sociedade “filha, “neta”, e “bisneta” da primeira, terceira e sétima demandadas, respectivamente, logo todas foram responsabilizadas.<sup>101</sup>

Porém, esta tendência<sup>102</sup> de recorrer para instâncias superiores por o montante da coima ser alegadamente excessivo está a aumentar à medida que os montantes das coimas aplicadas também estão a aumentar. Consequentemente, tem-se vindo a verificar um aumento de processos pendentes desta natureza que estão a consumir recursos das autoridades competentes que poderiam estar alocados a outros assuntos, tais como a investigação de outros potenciais cartéis. Por conseguinte, a não alocação de recursos às referidas investigações de outros potenciais cartéis diminui o risco de detecção dos mesmos, logo o agravamento das sanções perde potencial e parcialmente o seu efeito dissuasor. A perda do efeito dissuasor, por sua vez, poderá implicar que haja menos denúncias ao abrigo do programa de clemência, na medida em que se as autoridades competentes investigariam menos *ex officio*, então não haveria um risco de detecção tão grande, logo também não haveria incentivos a denunciar cartéis ao abrigo da política de clemência.

---

<sup>100</sup> Acórdão *SPAR*, pág. 33

<sup>101</sup> Dado que as multas aplicadas e o seu método de cálculo não são o foco principal da presente dissertação, remetemos para o acórdão *SPAR*, págs. 35 e seguintes.

<sup>102</sup> Para jurisprudência representativa desta tendência, *vide* GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, notas de rodapé 142 e 143

## 6. Conclusão

Após esta análise podemos concluir que, apesar da pouca jurisprudência existente dada a dificuldade de detecção dos cartéis Hub and Spoke, os Tribunais têm consistentemente conseguido densificar os requisitos aplicáveis, na medida em que determinou que este consubstanciava um acordo global entre todos os intervenientes, independentemente de se situarem no mesmo nível da cadeia de produção/distribuição ou sequer de actuarem no mesmo mercado, que produz efeitos horizontais e, como tal, terá de ser tratado como um terceiro género de acordo com as consequências *supra* referidas.

Atendendo que os cartéis Hub and Spoke são extremamente difíceis de detectar, devem as autoridades competentes focar-se em aplicar medidas preventivas de cartelização, nomeadamente aplicando sanções mais gravosas aos cartéis que forem detectados e dotando as autoridades competentes de mais recursos não só para poderem investigar todos os indícios de cartelização (e não só os indícios que advêm dos vários pedidos de isenção de coima ao abrigo da programa de clemência), mas também para poderem dar resposta a todos os recursos judiciais respeitantes às coimas aplicáveis<sup>103</sup>. Assim, contraria-se a tendência *supra* exposta, segundo a qual o agravamento das sanções aplicadas aos cartéis perdem o seu efeito dissuasor por força da falta de recursos das autoridades competentes para investigarem outros potenciais cartéis. Aliás, além de ser necessário dotar as autoridades competentes de maiores recursos, os tribunais também devem agravar, em sede de recurso, as sanções aplicadas em instâncias inferiores, caso a situação o justifique. Assim, à medida que se for firmando jurisprudência que agrave, em sede de recurso, as sanções inicialmente impostas, menor será a contestação das mesmas por parte dos infractores que preferirão não correr o risco de ver o aumento da coima que lhes foi inicialmente aplicada<sup>104</sup>.

Ainda no que toca ao programa de clemência, há que tecer uma consideração. Apesar do seu inerente sucesso na detecção de cartéis,<sup>105</sup> o programa de clemência pode também implicar problemas de selecção adversa, na medida em que, por muito gravosas que sejam as sanções, as empresas sabem que podem sempre obter uma redução da coima se cooperarem com as autoridades competentes, logo também neste caso o agravamento das sanções perde potencial

---

<sup>103</sup> Vide *supra* ponto 5.VI.

<sup>104</sup> Vide Casos GC T-101/05 e T-111/05 *BASF e UCB v. Comissão*, 12 de Dezembro 2007, ECR II-4949 em que a coima em sede de recurso foi agravada e não mantida.

<sup>105</sup> Vide *supra* ponto 4.II.

e parcialmente o seu efeito dissuasor<sup>106</sup>. Contudo, tendo em conta a prática das autoridades na Europa, em particular a Comissão Europeia, parece-nos que as vantagens do programa, no que toca à detecção de acordos entre empresas, se sobrepõem às desvantagens. Este equilíbrio pode vir a sofrer alterações em virtude da transposição da Diretiva 2014/104/CE (“private enforcement” de concorrência).

Porém, será também necessário ter em atenção que os mecanismos de detecção e penalização dos cartéis Hub and Spoke, entre outros tipos de cartéis, não prejudiquem as relações comerciais entre empresas, pois actualmente existe uma grande interdependência entre estas. Com efeito, por vezes restrições verticais poderão ter efeitos benéficos para a concorrência, o que as próprias autoridades competentes admitem, daí que haja a isenção do artigo 101.º n.º 3 do TFUE. Veja-se, a título de exemplo, a imposição de um preço de venda concreto (ou um preço máximo de venda) por parte do fornecedor ao retalhista que pode servir justamente para evitar a cobrança de preços excessivos aos consumidores através dupla marginalização<sup>107</sup>. Assim impõe-se um limite à margem de ambos, porquanto não é possível ao fornecedor nem ao retalhista obterem margens de lucro excessivas, na medida em que no primeiro caso o retalhista não compraria o produto para revenda se a sua margem fosse realmente assim tão baixa<sup>108</sup>.

Por outro lado, também há trocas de informação sensível a nível vertical que, apesar de poderem representar algum tipo de “tentação” ou “incentivo” à formação de acordos verticais entre empresas, não podem ser abrangidas por processos judiciais morosos e dispendiosos as situações lícitas que podem representar ganhos económicos para as empresas envolvidas. Veja-se, a título de exemplo, o caso Tesco<sup>109</sup>. O Tribunal declarou como não sendo uma prática restritiva da concorrência a comunicação de preços de produtos lacticínios cujos preços de venda ao consumidor final tivessem de vir impressos na própria embalagem. Esta prática é considerada normal no que toca a produtos cujo peso de cada unidade é variável e, como tal, o preço da própria unidade também é variável, não fazendo qualquer tipo de sentido o próprio Tesco estar a fazer preços individualizados para cada embalagem, quando pode tudo ser feito na respectiva fábrica com menores custos para ambos. Processos como este prejudicaram efectivamente a relação comercial entre o Tesco e os referidos fornecedores, na

---

<sup>106</sup> Vide GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas – *EU Competition Law and Economics*, par. 6.109 a 6.110.

<sup>107</sup> Ou seja, a primeira margem seria a do fornecedor e a segunda a do retalhista.

<sup>108</sup> E se o produto não for essencial para o seu negócio.

<sup>109</sup> Vide *supra* ponto 5. III.

medida em que a sua eventual proibição não lhes permitiu serem economicamente eficientes, logo o bem-estar social diminuiu, o que é justamente o que se quer evitar com as políticas de concorrência.

Nesse sentido, devem as autoridades competentes estar vinculadas a pedir e a analisar elementos de prova de eventuais ganhos de eficiência que justifiquem a existência de trocas de informação sensível a nível vertical aquando da investigação de um alegado acordo entre empresas. Tal dever seria sempre pensado em benefício das empresas investigadas, pois se estas pretenderem justificar as trocas de informação sensível, poderão fazê-lo, caso contrário poderá ser um factor preponderante no momento de avaliação do comportamento das empresas investigadas. Com efeito, não se vê qualquer razão plausível para as empresas que efectivamente têm justificações plausíveis para trocar informação sensível a nível vertical não prestarem os devidos esclarecimentos às autoridades competentes, até porque será a única maneira de evitarem um processo judicial. Assim sendo, obviamente que a falta de prestação de qualquer esclarecimento, será avaliada de forma menos positiva aquando da avaliação de uma eventual hipótese de negociar um acordo com as empresas participadas ou mesmo aquando da ponderação acerca da propositura ou não de uma acção judicial, podendo, por isso, a não prestação de esclarecimentos implicar sanções mais gravosas para as empresas investigadas.

Espera-se que no futuro haja uma evolução jurisprudencial no sentido de agravamento das sanções efectivamente aplicadas às empresas condenadas por violação do artigo 101.º do TFUE em simultâneo com uma maior alocação de recursos às autoridades competentes para fazerem face à crescente litigância respeitante a acordos entre empresas. Adicionalmente, espera-se que as autoridades competentes cumpram os seus deveres com todo o cuidado exigido pelas circunstâncias do caso concreto, incluindo o dever de pedir e analisar elementos de prova respeitantes a eventuais ganhos de eficiência que justifiquem a existência de trocas de informação sensível a nível vertical aquando da investigação de um alegado acordo entre empresas. Assim daremos passos relevantes no sentido de alcançar um mercado mais liberal, concorrencial e justo.

## 7. Bibliografia

### Jurisprudência

- Caso T-99/04, *AC-Treuhand v. Comissão*
- Caso T-27/10, *AC-Treuhand v. Comissão* [2014]
- Caso GC T-112/05 *Akzo Nobel NV e outros v. Comissão* de 12 de Dezembro de 2007 [2007] ECR II-5049)
- Caso *Allianz Hungária Biztosító Zrt and others v. Gazdasági Versenyhivatal* , 21/11 (ECJ 2011).
- Caso CP/0480–01 *Agreements between Hasbro UK Ltd, Argos Ltd and Littlewoods Ltd Fixing the Price of Hasbro Toys and Games* [2003]
- Casos 1014 and 1015/1/1/03 *Argos Limited and Littlewoods Limited v Office of Fair Trading* [2004] CAT 24
- Casos GC T-101/05 e T-111/05 *BASF e UCB v. Comissão*, 12 de Dezembro 2007, ECR II-4949
- Caso *Batavus v. Vriend's Tweewielercentrum* [2011] LJN: BQ2213
- Caso GC, T-41/96 *Bayer v. Comissão*, 26 de Outubro de 2000 [2000], ECR II-3383
- Caso T-25/95, *Cimenteries CBR SA* [2000] ECR II-491
- Caso C-49/92, *Comissão v. Anic Partecipazioni SpA*, (ECR I-04125 8 de 7 de 1999)
- Caso C-226/11, *Expedia v. Autorité de la concurrence e outros*
- Caso 5/69, *Franz Völk v. SPRL Ets. J. Vervaecke* [1969] ECR 295
- Caso GC T-9/99 *HFB Holding für Fernwärmetechnik Beteiligungsgesellschaft mbH & Co KG v. Comissão*, [2002], ECR II-1487
- Caso 1022/1/1/03 *JJB Sports plc v Office of Fair Trading* [2004], CAT 17
- Caso 19/77 *Miller International Schallplatten v. Commission* [1978] ECR 131

- Caso CJ C-100-103/80, *SA Musique Diffusion française v. Comissão*, [1983] ECR 1825
- Kartellobergericht, Acórdão *SPAR 16 Ok/2/15b (16 Ok 8/15k)*, de 8 de Outubro de 2015 disponível em [https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT\\_20151008\\_OGH0002\\_0160OK0000\\_2\\_15B0000\\_000/JJT\\_20151008\\_OGH0002\\_0160OK00002\\_15B0000\\_000.pdf](https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT_20151008_OGH0002_0160OK0000_2_15B0000_000/JJT_20151008_OGH0002_0160OK00002_15B0000_000.pdf)
- Caso *United States v. Apple Inc., No. 12 Civ. 2826* (2013)
- Caso GC, T-102/92 *Viho Europe BV vs. Comissão*, de 12 de Janeiro de 1995 [1995], ECR II-17
- Caso CJ, C-73/95 *Viho Europe BV vs. Comissão* de 24 de Outubro de 1996 [1996] ECR I-5457
- Caso *Volkswagen v. Comissão*, T-62/98 (ECR II-2707 2000)
- Caso GC, T-102/92 *Viho Europe BV vs. Comissão* de 12 de Janeiro de 1995 [1995] ECR II-17
- Caso CJ, C-73/95 *Viho Europe BV vs. Comissão* de 24 de Outubro de 1996 [1996] ECR I-5457

### Comunicações e Regulamentos

- Comunicação da Comissão (2010/C 130/01) – *Orientações relativas às restrições verticais*
- Comunicação da Comissão (2011/C11/01) - *Orientações sobre a aplicação do artigo 101.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia aos acordos de cooperação horizontal*
- Comunicação da Comissão (2014/C 291/01) - *relativa a acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do artigo 101.º n.º 1 do Tratado que institui a Comunidade Europeia (Comunicação de minimis)*
- Comunicação da Comissão (2006/C 298/11) - *relativa à imunidade em matéria de coimas e à redução do seu montante nos processos relativos a cartéis*

- Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, 20 de Abril de 2010 relativo à aplicação do artigo 101.º n.º 3 do TFUE a determinadas categorias de acordos verticais e práticas concertadas, artigo 2.º n.º 4

### Doutrina

- BISHOP, Simon, WALKER Mike – *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, 3ª Edição Universitária, 2010, Sweet and Maxwell
- FAULL, Jonathan e NIKPAY, Ali - *The EU Law of Competition*, 3ª edição, Oxford, Oxford University Press.
- GERARDIN, Damien, LAYNE-FARRAR, Anne, PETIT, Nicolas - *EU Competition Law and Economics*. Oxford, 2012, Oxford University Press
- LOPES PORTO, Manuel Carlos, CUNHA, Carolina, GORJÃO-HENRIQUES, Miguel, CRUZ VILAÇA, José Luís da, ANASTÁCIO, Gonçalo - *Lei da Concorrência - Comentário Conimbricense*, 2013, Almedina
- MOURA E SILVA, Miguel - *Direito da Concorrência, uma Introdução Jurisprudencial*, 2008, Almedina
- ODUDU, Okeoghene - *Hub and Spoke Collusion*, em *Handbook on European Competition Law: Substantive Aspects*
- ODUDU, Okeoghene - *Indirect Information Exchange: the Constituent Elements of Hub and Spoke Collusion* em *European Competition Journal*, Agosto 2011

### Artigos, Relatórios e Dissertações

- *ECN Model Leniency Programme Report on Assessment of the State of Convergence*, disponível em [http://ec.europa.eu/competition/ecn/model\\_leniency\\_programme.pdf](http://ec.europa.eu/competition/ecn/model_leniency_programme.pdf)
- *Settling vertical infringements – leniency application and full immunity*, disponível em <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=13a7b90b-d2b0-4150-b23e-d99b3b1893dd>. (s.d.).

- VEREECKEN, Bram, Hub and Spoke Cartels in EU Competition Law, Universidade de Gent, 2015 disponível em [http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/213/684/RUG01-002213684\\_2015\\_0001\\_AC.pdf](http://lib.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/213/684/RUG01-002213684_2015_0001_AC.pdf)

#### Acordos da Comissão Europeia

- Caso COMP/39.847- *E-Books*