

LEGAL ALERT

DEFESA DA CONCORRÊNCIA NO SETOR DIGITAL

A Autoridade da Concorrência (AdC) – tendo já assumido o digital como uma das suas [prioridades para 2023](#) – publicou recentemente uma [nota de acompanhamento](#) sobre a “**Defesa da Concorrência no Setor Digital em Portugal**”, onde concentra a sua análise em quatro grandes temas, identificados abaixo. A título de enquadramento, a AdC dá também nota de que criou uma *task force* para o setor digital, que tem vindo a analisar várias denúncias e exposições, assim como a desenvolver investigação oficiosa.

I. Barreiras à entrada e expansão no setor digital em Portugal

A AdC entende que as **características dos mercados digitais** – sejam elas a existência de economias de escala e/ou de gama, efeitos de rede, custos de mudança, acesso a dados e integração vertical – podem colocar **entraves à entrada e expansão** de empresas nestes mercados.

A AdC considera, ainda, que existe uma **tendência para uma elevada concentração nos mercados digitais**, o que pode ser propício à criação de condições que permitem aos *players* existentes adotar **estratégias de exclusão de concorrentes**.

Este tema será particularmente sensível para empresas com uma posição dominante no mercado, visto que o mesmo pode ser enquadrado como uma infração ao regime jurídico da concorrência. A AdC dá nota, a este respeito, do processo de contraordenação que instaurou contra a *Google*, relativamente a práticas de autofavorecimento (*self-preferencing*) em vários níveis da cadeia de valor associada à venda de espaço publicitário *online*, cuja investigação está atualmente a ser conduzida pela Comissão Europeia.

II. Restrições verticais no setor digital

O crescimento de modelos de **comércio *online*** (incluindo *marketplaces*) é encarado pela AdC como um possível impulsionador da utilização de **acordos verticais entre fornecedores e retalhistas** em ambiente digital e de levar a restrições nessa vertente.

As **restrições verticais** – que, de acordo com a AdC, podem versar sobre as características das empresas, o tipo de produto vendido, o âmbito geográfico e as condições em que as transações terão lugar – devem ser **devidamente ponderadas** pelas empresas que atuam no setor digital **por forma a não infringirem as regras da concorrência**.

Neste sentido, também a AdC tem vindo a desenvolver análises setoriais com o intuito de melhor compreender estas relações no âmbito do comércio eletrónico e apurar a existência de eventuais ganhos de eficiência e respetiva compensação de efeitos anticoncorrenciais.

III. Algoritmos e Concorrência

A AdC tem tentado aprofundar o seu conhecimento sobre a **prevalência e a evolução de algoritmos de preços**, elaborando inquéritos setoriais (nomeadamente no setor do retalho *online* de produtos eletrónicos e eletrodomésticos) que visam antever eventuais riscos para as condições de concorrência em mercados digitais.

Entende também a AdC que a **utilização de algoritmos pode resultar em eficiências e reforçar a comparação de preços por parte dos consumidores**. Porém, existem riscos de concorrência associados aos algoritmos de monitorização no sentido de estes poderem ser instrumentais em acordos de coordenação de preços e de estratégias comerciais entre empresas (particularmente na implementação de estratégias de fixação e alinhamento de preços entre concorrentes), permitindo também uma deteção mais rápida de eventuais desvios.

De uma outra perspetiva, os **algoritmos de *ranking*, pesquisa e recomendação** são equacionados pela AdC como mecanismos que, apesar de permitirem uma oferta mais personalizada a cada utilizador, podem suscitar **preocupações concorrenciais, dada a influência que têm na decisão**

final do consumidor (se, por exemplo, forem utilizados em estratégias de exclusão de concorrente ou de coordenação de estratégias no mercado).

Quanto ao setor da **publicidade online**, a AdC identifica o risco de que certos leilões de preços e os respetivos algoritmos subjacentes podem ser enviesados para favorecer certos participantes desse leilão.

IV. Reforço da investigação através de ferramentas em ambiente digital

Por fim, a AdC salienta a possibilidade de utilizar **ferramentas de investigação em ambiente digital**, com vista a aumentar a eficácia na análise de indícios de eventuais práticas restritivas da concorrência, salientando que já terá recolhido informação através de *web scraping*.

Estas ferramentas de monitorização foram **já usadas na fundamentação e reforço de uma decisão de abertura de inquérito**, bem como de pedido de mandado de **busca, exame, recolha e apreensão**, no contexto de um processo que envolve uma alegada fixação de preços mínimos de revenda (*retail price maintenance*), em ambiente digital, por parte de um fornecedor de produtos no setor farmacêutico/da saúde.

A [equipa de europeu e concorrência da Morais Leitão](#) acompanha de perto a atividade da AdC, visando manter os seus clientes informados e prestar assessoria nas variadas matérias.

[Dzhamil Oda \[+ info\]](#)

[Gonçalo Rosas \[+ info\]](#)

[Inês Ferrari Careto \[+ info\]](#)

[David Noel Brito \[+ info\]](#)

Esta publicação é meramente informativa, não constituindo fonte de aconselhamento jurídico nem contendo uma análise exaustiva de todos os aspetos dos regimes a que se refere. A informação nela contida reporta-se à data da sua divulgação, devendo os leitores procurar aconselhamento jurídico antes de a aplicar em questões ou operações específicas. É vedada a reprodução, divulgação ou distribuição, parcial ou integral, do conteúdo desta publicação sem consentimento prévio. Para mais informações, contacte-nos por favor através do endereço com.pr@mlgts.pt.