

DECISÃO

PRC 2009/12

DATA DA DECISÃO: 21/03/2013

[VERSÃO NÃO CONFIDENCIAL]

VISADOS:

SERA GMBH

SERA PORTUGAL, UNIPessoal

A Autoridade da Concorrência (doravante também designada por "AdC"), considerando:

- A. As competências atribuídas pelo artigo 6.º, número n.º 1, alínea a) e artigo 7.º, n.º 2, alínea a), dos Estatutos da Autoridade da Concorrência, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 10/2003, de 18 de janeiro;
- B. O disposto na Lei n.º 18/2003, de 11 de junho (doravante também designada por "LdC"), aplicável nos termos que resultam da alínea a) do n.º 1 do artigo 100.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio;
- C. Os autos do processo de contraordenação registado sob a referência PRC n.º 12/2009, em que são Arguidas:
 - Sera GmbH, pessoa coletiva n.º 980342996, com sede social em Max-Planck-Str,6, 52525, Heinsberg, Alemanha (doravante também designada como Sera GmbH);
 - SERA Portugal, Unipessoal, Lda., pessoa coletiva n.º 508236940, com sede social na Ponte da Pedra, n.º555 – 3º esq., 4470 – 106 Maia, matriculada na Conservatória do Registo Comercial da Maia (doravante também designada como Sera Portugal);
- D. A Nota de Ilícitude deduzida nos autos a 6 de Junho de 2012, e a Resposta das Arguidas, à Nota de Ilícitude;
- E. Todos os elementos constantes dos autos do processo, incluindo aqueles que às Arguidas aprove comunicar aos autos no presente processo contraordenacional;

Tem a decidir, ponderando todas as questões e elementos de facto e de direito relevantes para a boa decisão do processo, nos termos e para os efeitos do artigo 28.º, n.º 1 da Lei n.º 18/2003, o seguinte:

I. DO PROCESSO

I.1. Origem do processo

1. O presente processo teve origem numa denúncia apresentada na AdC, em 25 de junho de 2009, por António Francisco de Lima Carvalho, proprietário da loja Pet4you.Net (doravante também designado por denunciante ou retalhista Pet4you), contra a empresa Sera Portugal, referente ao fornecimento de produtos para aquariorfilia (fls.4 a 7).
2. Assim, a Autoridade instaurou e fez seguir o presente processo de contraordenação na sequência da deteção de indícios que poderiam consubstanciar uma violação do n.º 1 do artigo 4.º e/ou do artigo 6.º da Lei da Concorrência, na atividade de distribuição de produtos para aquariorfilia.
3. Neste contexto, por despacho do Conselho da AdC, datado de 16 de setembro de 2009, foi ordenada a abertura de inquérito nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 24.º da Lei da Concorrência e mandado instruir o respetivo processo, que foi registado como PRC n.º 12/2009, pela existência de um eventual acordo de fixação dos preços de venda ao público recomendados (doravante também denominados de PVP's recomendados) como preços mínimos de venda, em violação do disposto no n.º 1 do artigo 4.º da Lei da Concorrência e/ou de um eventual abuso de posição dominante em violação do disposto no artigo 6.º da Lei da Concorrência.
4. Por despacho do Conselho da AdC, datado de 27 de maio de 2011, foi decidida a extensão objetiva do presente processo de inquérito PRC n.º 12/2009, de modo a incluir na sua investigação a aplicação dos artigos 101.º e 102.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (doravante designado como TFUE).

I.2. Diligências de investigação

5. No exercício dos poderes de inquérito da AdC, foram dirigidos numerosos pedidos de elementos às Arguidas e a outras empresas do setor, designadamente distribuidores e retalhistas, no sentido de avaliar se a informação constante da denúncia confirmava os indícios iniciais, de uma aparente fixação de PVP's recomendados como preços mínimos de venda, tendo, de igual forma, sido solicitada informação adicional para melhor enquadramento, jurídico e económico, das empresas e atividades abrangidas pela presente investigação.
6. Neste contexto, foram, em particular, dirigidos diversos pedidos de elementos: (i) à empresa Sera Portugal; (ii) à Sera GmbH; (iii) às empresas importadoras/distribuidoras

de produtos de aquariorfilia, concorrentes da Sera Portugal; (iv) às empresas retalhistas que comercializam produtos de aquariorfilia e que são concorrentes da denunciante; e, ainda, (v) à denunciante.

7. Por ofício datado de 28 de outubro de 2009, foi comunicado ao representante legal da empresa Sera Portugal que o processo PRC 12/2009 corria termos nesta Autoridade contra a referida empresa, tendo a mesma sido notificada, nos termos e para os efeitos do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 17.º e no artigo 18.º da LdC, para enviar informação complementar, designadamente (fls.11 e 12):

- i) Relatórios e Contas ou Relatórios de Gestão de 2006, 2007 e 2008 da empresa Sera;
- ii) Indicação da estrutura acionista atual da empresa Sera;
- iii) Descrição da(s) atividade(s) da empresa Sera;
- iv) Indicação e caracterização das marcas de produtos para aquariorfilia comercializados pela empresa Sera;
- v) Descrição e caracterização do mercado em que a empresa Sera comercializa produtos para aquariorfilia;
- vi) Indicação da data em que a empresa Sera iniciou a sua atividade em Portugal no que respeita à comercialização dos produtos indicados em resposta à alínea (iv) *supra*;
- vii) Indicação das quotas detidas no mercado dos produtos indicados na resposta à alínea (iv) *supra*, nos anos de 2007, 2008 e 2009;
- viii) Indicação de empresas concorrentes da empresa Sera no mercado descrito e caracterizado na alínea (v) *supra*, bem como das respetivas quotas de mercado;
- ix) Listagem dos retalhistas com quem tiveram e têm relações comerciais, nos últimos cinco anos, inseridos no mercado acima referido;
- x) Descrição das condições contratuais, independentemente da forma que assumam, aplicáveis aos seus clientes no mercado dos produtos de aquariorfilia e em vigor nos anos de 2007, 2008 e 2009, bem como cópia de todos os documentos (por exemplo, contratos, acordos, circulares, ofícios ou e-mails) referentes às referidas condições contratuais.

8. A resposta da empresa Sera Portugal ao pedido de elementos *supra* referido, consta de fls. 13 a 48.

9. Por ofício datado de 20 de janeiro de 2010, solicitou-se documentação adicional à Sera Portugal nomeadamente (fls.82 a 83):

- i) Descrição detalhada do sistema de distribuição dos produtos da marca SERA no mercado nacional, desde o início da sua comercialização em Portugal;
- ii) Indicação do volume de vendas anual dos produtos da marca SERA no mercado nacional, desde o início da sua comercialização em Portugal;
- iii) Lista dos retalhistas que comercializam ou comercializavam os produtos adquiridos a essa empresa através da internet;
- iv) Lista dos retalhistas, com indicação dos respetivos contatos, a quem essa empresa cessou ou interrompeu/suspendeu os fornecimentos, desde o início do exercício da sua atividade.

10. A resposta da empresa Sera Portugal ao pedido de elementos em causa consta de fls.137 a 141 A.

11. Por ofício datado de 28 de outubro de 2009, foi comunicado ao denunciante que, na sequência da sua exposição à Autoridade, foi aberto um processo de inquérito com a referência PRC 12/2009, contra a empresa Sera Portugal.

12. No ofício *supra* referido foi solicitado, nos termos e para os efeitos do disposto na alínea b) do n.º 1 do artigo 17.º e no artigo 18.º da LdC, o envio de cópias dos seguintes elementos (fls.9 e 10):

- (i) Descrição da(s) atividade(s) da empresa Pet4you.Net;
- (ii) Indicação e caracterização das marcas de produtos para aquariorfilia comercializados pela empresa Pet4you.Net;
- (iii) Indicação da data em que a empresa Pet4you.Net iniciou a sua atividade em Portugal no que respeita à comercialização dos produtos indicados na alínea (ii) *supra* e, especificamente, da data em que iniciou a revenda de produtos para aquariorfilia comercializados pela empresa denunciada na exposição acima mencionada;
- (iv) Identificação dos demais fornecedores de produtos para aquariorfilia à empresa Pet4you.NET e indicação dos respetivos contactos;
- (v) Identificação do(s) motivo(s) de escolha do(s) fornecedor(es) indicados na alínea (iv) *supra*;
- (vi) Descrição das condições contratuais, independentemente da forma que assumam, aplicáveis na relação com a empresa denunciada na exposição *supra* mencionada e em vigor desde a data indicada na alínea (iii) *supra*;
- (vii) Fornecimento de cópia dos contratos celebrados com o(s) fornecedor(es) de produtos para aquariorfilia, incluindo a empresa denunciada na exposição acima referida;

- (viii) Fornecimento de cópia de todos os documentos (por exemplo, correspondência, circulares, ofícios, condições de fornecimento, e-mails, recomendações, instruções) enviados pela empresa denunciada na exposição em referência à empresa Pet4you.Net, relativos à comercialização de produtos para aquariorfilia.

13. A resposta do denunciante ao pedido de elementos em causa consta de fls.146 a 177.

14. Por ofício datado de 23 de março de 2010, foi solicitado às empresas distribuidoras, concorrentes da Sera Portugal, a seguinte informação: (i) Descrição da(s) atividade(s) da empresa; (ii) Relatórios e Contas ou Relatórios de Gestão de 2007, 2008 e 2009 da empresa; (iii) Descrição e caracterização da atividade de importação dos produtos para aquariorfilia da marca SERA, assumida por essa empresa desde o ano de 2007, nomeadamente no que respeita à existência de uma eventual exclusividade; (iv) Indicação do volume de vendas anual dos produtos para aquariorfilia da marca SERA comercializados pela empresa, bem como indicação das respetivas quotas de mercado, desde o ano de 2007; (v) Indicação do volume de vendas anual de todos os produtos para aquariorfilia comercializados pela empresa (independentemente da marca), bem como indicação das respetivas quotas de mercado, desde o ano de 2007; (vi) Descrição e caracterização do mercado em que a empresa comercializa produtos para aquariorfilia; (vii) Indicação do valor total do mercado dos produtos de aquariorfilia, em Portugal, desde o ano de 2007; (ix) Indicação de empresas concorrentes da empresa no mercado descrito e caracterizado na alínea (vi) *supra*, bem como das respetivas quotas de mercado, desde o ano de 2007; (x) Descrição das condições contratuais, independentemente da forma que assumam (inclusive, forma oral ou escrita), aplicáveis aos seus clientes no mercado dos produtos de aquariorfilia e em vigor desde 2007 até à presente data, bem como cópia dos contratos celebrados e de eventuais condições gerais de venda em vigor no referido período (fls.221 a 285).

15. O referido ofício foi remetido às seguintes empresas distribuidoras:

- (i) Mil Aquários, Lda. (fls.277 a 278), cuja resposta consta a fls.356 a 360;
- (ii) Luis de Jesus, Lda. (fls.243 a 244), cuja resposta consta a fls.2226 a 2227;
- (iii) Orni-Ex, Produtos para Animais, Lda., (fls.221 a 222), cuja resposta consta a fls.324 a 325, 3568 a 3577 e 3865 a 3887;
- (iv) Tropizoo Importação e Exportação, Lda., (fls.275 a 276), cuja resposta consta a fls.2231 a 2470;

- (v) Quinta Nova, Comércio de Produtos para Animais, Lda. (fls.225 a 226), cuja resposta consta a fls.2472 a 2476;
- (vi) Anivite – Alimentação Racional para Animais, S.A. (fls.227 a 228), cuja resposta consta a fls.2551 a 2756;
- (vii) Perlea, Criações Decorativas – Importação, Exportação, Lda. (fls.229 a 230), cuja resposta consta a fls. 3324 a 3330.

16. Por ofício datado de 24 de março de 2010, foi solicitada às empresas retalhistas e concorrentes da denunciante, a seguinte informação: (i) Descrição da(s) atividade(s) da empresa; (ii) Indicação e caracterização das marcas de produtos para aquariorfilia comercializados pela empresa; (iii) Indicação da data em que a empresa iniciou a sua atividade em Portugal no que respeita à comercialização dos produtos para aquariorfilia; (iv) Identificação dos fornecedores de produtos para aquariorfilia à empresa e indicação dos respetivos contactos; (v) Fornecimento de cópia dos contratos celebrados com o(s) fornecedor(es) de produtos para aquariorfilia ou, caso não tenham sido celebrados contratos escritos, descrição das condições contratuais/comerciais, independentemente da forma que assumam (inclusive, forma oral ou escrita), aplicáveis na relação com o(s) fornecedor(es) indicados na alínea (iv) *supra* e em vigor desde a data em que a empresa iniciou a sua atividade em Portugal no que respeita à comercialização daqueles produtos; (vi) Fornecimento de cópia de todos os documentos (por exemplo, correspondência, circulares, ofícios, condições de fornecimento, condições gerais de venda, e-mails, recomendações, instruções) enviada pelo(s) fornecedor(es) indicados na alínea (iv) *supra* relativos à comercialização de produtos para aquariorfilia; (vii) Descrição da política de preços praticada pela empresa, quanto aos produtos para aquariorfilia, desde 2007 até à presente data; (viii) Caso aplicável, fornecimento de cópias de tabelas (ou outros suportes/formatos) de preços de venda ao público recomendados pelo(s) fornecedor(es) indicados na alínea (iv) *supra*, desde 2007 até à presente data, bem como indicação de como tem conhecimento das mesmas; (ix) Fornecimento de cópias de tabelas (ou outros suportes/formatos) dos preços de venda ao público dos produtos para aquariorfilia, praticados pela empresa, desde 2007 até à presente data.

17. O referido ofício foi remetido a 52 retalhistas dos quais apenas 24 responderam de acordo com o solicitado e que se passam a mencionar¹:

- (i) Aquária, Lda. (fls.269 a 270), cuja resposta consta a fls.317 a 323;

¹ A Nota de Ilícitude aludia a 63 retalhistas, contabilizando, por lapso, 7 distribuidores e 8 ofícios devolvidos.

- (ii) Abreu e Ferreira, Lda. (fls.210 a 211), cuja resposta consta a fls.334 a 336;
- (iii) Vilanimália, Animais de Companhia, Lda. (fls.282A a 283), cuja resposta consta a fls.337 a 339;
- (iv) Ivalvet, Lda. (fls.259 a 260), cuja resposta consta a fls.340 a 353;
- (v) Oceanices Lda. (fls.204 a 205), cuja resposta consta a fls.354 a 355;
- (vi) Visama, Lda. (fls.279 a 280), cuja resposta consta a fls.361 a 375;
- (vii) Luis Carvalho Unipessoal, Lda. (fls.257 a 258), cuja resposta consta a fls.376 a 613;
- (viii) Templo Aquático, Comércio e Serviços de Aquariofilia, Lda. (fls.271 a 272), cuja resposta consta a fls.1858 a 1901;
- (ix) António José Monteiro Pereira (Girafaonline.com), (fls.179 a 180), cuja resposta consta a fls.1902 a 1925;
- (x) Agro Maçanita - Produtos para Agricultura e Pecuária, Lda. (fls.206 a 207), cuja resposta consta a fls. 1926 a 1997 e 3508 a 3533;
- (xi) Doutor Cão, Senhor Gato e Companhia - Comércio e Serviços para Animais, Lda., (fls.188 a 189), cuja resposta consta a fls.1998 a 2000;
- (xii) Mafrazoo – Comércio de Produtos para Animais, Lda. (fls.281 a 282), cuja resposta consta a fls.2062 a 2065 e 3535 a 3545;
- (xiii) Figueiredo & Mendonça, Lda. (fls.273 a 274), cuja resposta consta a fls.2066 a 2128;
- (xiv) Aquamagia Lda. - Comércio de Animais, Lda. (fls.212 a 213), cuja resposta consta a fls.2129 a 2131;
- (xv) Zoomarinho Animais e Plantas, Lda. (fls.237 a 238), cuja resposta consta a fls. 2132 a 2136;
- (xvi) Pescávado, Comércio de Artigos de Lazer, Lda., (fls.184 a 185), cuja resposta consta a fls.2189 a 2225;
- (xvii) Agrocirnes – Produtos Agrícolas e Pecuários Unipessoal, Lda. (fls.251 a 252), cuja resposta consta a fls.2228 a 2230 e 3501 a 3502;
- (xviii) Damasceno & Ana, Lda. (fls.245 a 246), cuja resposta consta a fls.2489 a 2546;
- (xix) Aquaplante (fls.213- A a 214), cuja resposta consta a fls.2547 a 2550;
- (xx) Biokoi - Construção e Projetos Aquários, Unipessoal Lda. (fls.177 a 178), cuja resposta consta a fls.2763 a 2887-A;
- (xxi) Raul Silva Neves, Lda., (fls.182 a 183), cuja resposta consta a fls.2892 a 2894;

- (xxii) Alberto Ferreira & Filhos, Lda., (fls.196 a 197 e 2899 a 2900), cuja resposta consta a fls.3056 a 3300;
 - (xxiii) Pet Mania Unipessoal, Lda., (fls.200 a 201 e 2902 a 2904), cuja resposta consta a fls.3311 a 3322;
 - (xxiv) Nemo e Companhia, Lda., (fls.247 a 248 e 2917 a 2916), cuja resposta consta a fls.3368 a 3370.
18. Por ofício datado de 29 de julho de 2011, foi comunicado ao representante legal da empresa Sera GmbH que o processo PRC 12/2009 corria termos nesta Autoridade contra a referida empresa, tendo a mesma sido notificada, nos termos e para os efeitos do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 17.º e no artigo 18.º da LdC, para enviar a seguinte informação: (i) Descrição da atividade desenvolvida pela empresa Sera GmbH; (ii) Indicação da data em que a empresa Sera GmbH iniciou a sua atividade em Portugal; (iii) Fornecimento da lista de países em que a empresa Sera GmbH está presente; (iv) Indicação das quotas de mercado, detidas pela empresa Sera GmbH, em Portugal, com referência à comercialização de produtos para aquariorfilia, nos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010; (v) Fornecimento do volume de negócios total da empresa Sera GmbH, nos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010; (vi) Fornecimento do volume de negócios da empresa Sera GmbH, em Portugal, nos anos de 2007, 2008, 2009 e 2010; (vii) Listagem dos retalhistas com quem a empresa Sera GmbH teve e tem relações comerciais, desde 2005, que operem no mercado português; (viii) Listagem dos retalhistas *online* com quem a empresa Sera GmbH teve e tem relações comerciais, desde 2005, que operem no mercado português; (ix) Descrição das condições contratuais de venda, independentemente de como foram fixadas (forma oral ou escrita), aplicáveis aos seus clientes de produtos de aquariorfilia que operem no mercado português, em vigor desde 2005, bem como cópia de todos os documentos (por exemplo, faxes, circulares, ofícios ou e-mails) enviados a esses clientes, referentes a preços de venda ao público (fls. 3889 a 3893).
19. A resposta ao pedido *supra* consta de fls.3894 a 3895.
20. Atendendo a que a Sera GmbH respondeu de uma forma incompleta ao pedido de elementos acima referido, foi enviado um novo ofício, datado de 24 de agosto de 2011, comunicando que a sua resposta não respondia ao solicitado e reiterando o pedido de resposta às questões solicitadas no ofício anterior (fls. 3896 a 3901).
21. A resposta ao pedido *supra* consta de fls.3902 a 3923.
22. Por ofício datado de 25 de janeiro de 2012, foi solicitada à Sera Portugal informação adicional, nomeadamente sobre a estrutura acionista do grupo Sera e respectivo organigrama (fls. 3924 a 3925). O referido ofício foi devolvido, atendendo à alteração da

morada da Sera Portugal (fls. 3925A). Assim sendo, em 16 de fevereiro de 2012, foi solicitada novamente a informação acima mencionada à Sera GmbH. Adicionalmente solicitou-se a morada e contacto telefónico atual da empresa Sera Portugal, para efeitos de futuras comunicações bem como os volumes de negócios quer da empresa Sera Portugal quer da empresa Sera GmbH nos anos 2010 e 2011;

23. A resposta ao pedido *supra* consta de fls.3935 a 3938.
24. Por ofício datado de 31 de janeiro de 2012, foi solicitado ao denunciante o envio da seguinte informação: (i) Razão pela qual a Sera retomou o fornecimento dos produtos de aquariofilia ao denunciante; (ii) Indicar se os preços de venda ao público, praticados pela Pet4You, são os preços recomendados pela Sera; (iii) Explicitar qual é, caso exista, a interferência da Sera Portugal na determinação dos preços de revenda recomendados para os produtos SERA; (iv) Informar se a Sera GmbH ou a Sera Portugal, através dos seus vendedores, prestam serviços de assessoramento profissional, nomeadamente de atendimento, aconselhamento e formação aos retalhistas e em caso afirmativo (v) Indicar se essa formação é aplicada pelo retalhista na sua atividade comercial junto do consumidor final (fls. 3926 e 3927).
25. A resposta ao pedido *supra* consta de fls.3929 e 3931.
26. Em 4 de abril de 2012, através de fax, foi solicitada ao representante legal da empresa Sera GmbH informação descritiva sobre o cargo exercido por Anny Ravnak (fls. 3939 e 3940).
27. A resposta ao pedido *supra* consta de fls.3943 e 3944.
28. Em 5 de abril de 2012, a empresa Girafaonline enviou a esta Autoridade a cópia de uma mensagem de correio eletrónico que lhe remeteu a Sera GmbH em 30 de janeiro de 2008 (fls.3941 e 3942).

I.3. Nota de Ilícitude

29. Por ofício datado de 6 de junho de 2012 (fls. 4004 a 4006), a AdC, em cumprimento do disposto na alínea b) do n.º 1 do artigo 25.º da LdC, notificou as Arguidas da Nota de Ilícitude que consta das fls. 3948 a 4003 e que aqui se dá por integralmente reproduzida.
30. A título de resumo, a Nota de Ilícitude notificava as Arguidas da existência de indícios suficientes da prática de uma restrição vertical grave, a qual se traduz na imposição dos PVP's recomendados, como preços mínimos, dos produtos da marca SERA aos retalhistas portugueses do canal *online*, em violação do disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 4.º da LdC e do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.

31. A constatação da existência de tais indícios e a imputação da referida contraordenação às Arguidas baseou-se fundamentalmente nas várias mensagens de correio eletrónico remetidos em 2008 a dois dos retalhistas portugueses do canal *online* solicitando-lhes o ajuste dos preços de todos os produtos marca SERA conforme os PVP's recomendados pelas Arguidas.
32. As Arguidas foram regularmente notificadas da Nota de Ilícitude, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 26.º da LdC, bem como no artigo 50.º do Regime Geral das Contra Ordenações (adiante designado por "RGCO"), aplicável *ex vi* n.º 1 do artigo 22.º da LdC, tendo-lhe sido concedido um prazo de trinta dias úteis para o exercício do direito de defesa por escrito.

I.4. Resposta das Arguidas à Nota de Ilícitude

33. A resposta das Arguidas à Nota de Ilícitude (adiante designada por "Defesa Escrita" ou "Resposta à Nota de Ilícitude") consta das fls. 4012 a 4187 do processo, dando-se aqui por integralmente reproduzida.
34. No essencial, as Arguidas entendem que "[...] *deve o presente processo contraordenacional ser arquivado nos termos do disposto no artigo 28.º, n.º 1. a) da Lei 18/2003, ou subsidiariamente deve ser proferida uma admoestação escrita às Arguidas nos termos do artigo 51.º do Regime Geral das Contraordenações*" (parágrafo 106 da Resposta à Nota de Ilícitude).
35. Em resumo as Arguidas consideram que os factos descritos na Nota de Ilícitude não consubstanciam a prática da contraordenação prevista na alínea a) do n.º 1 do artigo 4.º da LdC. Acrescem as Arguidas que, ainda que assim não se entenda, a conduta imputada não se mantinha à data da prolação da Nota de Ilícitude. Adicionalmente argumentam que não retiraram vantagem económica da conduta imputada nem a concorrência no mercado relevante foi afetada (fls. 4013 a 4030).
36. Como adiante se demonstrará na presente Decisão, não assiste razão às Arguidas nos argumentos invocados.

I.5. Prova produzida pelas Arguidas

37. As Arguidas requereram que fossem juntos ao processo os 7 documentos que a seguir se indicam:
1. Lista dos PVP's recomendados pelas Arguidas entre os anos 2008 a 2011;
 2. lista dos PVP's recomendados pelas Arguidas a partir do ano de 2011;
 3. *print-screen* da lista de preços de venda ao público do retalhista do canal

- online* Pet4you;
4. *print-screen* da listas de preços de venda ao público do retalhista do canal *online* Girafaonline;
 5. *print-screen* das lista de preços de venda ao público do retalhista do canal *online* Animalandia;
 6. *print-screen* da lista de preços de venda ao público do retalhista do canal *online* Wate-r-evolution;
 7. os panfletos promocionais de outros retalhistas de produtos SERA, que não do canal *online*.
38. As Arguidas consideram que perante os documentos *supra* identificados “é forçoso concluir que, pelo menos, à data de hoje, não existe qualquer retalhista dos produtos SERA que não venda produtos das Arguidas a preços inferiores dos PVP’s recomendados pelas Arguidas” (parágrafo 18 da Resposta à Nota de Ilícitude).
39. Não obstante, como se demonstra *infra*, não assiste razão às Arguidas nas suas alegações.

I.6. Diligências complementares de prova requeridas pelas Arguidas ou ordenadas pela AdC

40. Na Resposta à Nota de Ilícitude, as Arguidas afirmaram que existiam numerosos retalhistas do canal *online* para além dos dois indagados pela AdC, nomeadamente os retalhistas Animalandia e Wate-r-evolution bem como diversos retalhistas do canal tradicional que possuíam, desde pelo menos o mês de janeiro do ano de 2008, sites onde procedem também à venda dos produtos SERA, pelo que consideraram as Arguidas importante aferir quais são os retalhistas que fazem vendas através do canal *online* com o fim de confirmar ou afastar a conclusão da AdC vertida no parágrafo 198 da Nota de Ilícitude de que “as Arguidas exigiram aos seus retalhistas do canal *online* a aplicação dos preços de venda ao público por elas recomendados” (fls. 4016).
41. Adicionalmente, as Arguidas argumentaram que os dois retalhistas do canal *online* contactados pela AdC, nomeadamente a Pet4you e a Girafaonline vendem atualmente produtos SERA abaixo dos PVP recomendados, pelo que consideraram importante apurar desde quando o fazem com o fim de contrariar as conclusões da AdC vertidas no parágrafo 201 da Nota de Ilícitude segundo a qual “a partir de Janeiro de 2008, as Arguidas incluem nas suas condições de venda aplicáveis aos retalhistas do canal *online*, a obrigação de praticar os preços de venda ao público recomendados” e aquela

vertida no parágrafo 260 da Nota de Ilícitude segundo a qual “a *infracção ainda continua em vigor*” (fls 4017).

42. Assim, atendendo às afirmações *supra*, as Arguidas requereram a realização de diligências complementares de prova, em particular, solicitaram à AdC que questionasse todos os retalhistas do canal tradicional que responderam aos pedidos de elementos efetuados pela AdC sobre se (i) possuem canais de venda *online*; (ii) desde quando os possuem; (iii) caso os possuam, se vendem produtos SERA e (iv) se os vendem abaixo dos PVP’s recomendados pela Sera (fls. 4016).
43. As Arguidas também requereram à AdC que questionasse os retalhistas do canal *online*, Pet4you e Girafaonline, sobre a data em que iniciaram a venda dos produtos SERA no canal *online* abaixo dos PVP recomendados (fls. 4017).
44. Assim, na sequência do requerido pelas Arguidas, foram por esta Autoridade realizadas as seguintes diligências complementares de prova:
 - a) Solicitou-se a todos os retalhistas do canal tradicional que tinham sido consultados nas diligências de investigação levadas a cabo por esta Autoridade sobre (i) se vendem produtos da marca SERA através do sistema *online*; (ii) a data de início da atividade *online*; (iii) se os preços aplicados nos produtos SERA são inferiores, superiores ou similares os PVP’s recomendados pela Sera; (iv) se os preços praticados *online* são idênticos aos preços praticados na loja tradicional; (v) remeter as tabelas de preços que vigoraram quer para as vendas *online*, quer para as vendas em loja e (vi) a percentagem de produtos SERA vendidos *online* e em loja, em relação ao volume total de vendas (fls. 4188 a 4289A);
 - b) A Autoridade da Concorrência também solicitou a informação referida na alínea a) *supra* aos dois novos retalhistas dos quais as Arguidas deram conhecimento a esta Autoridade e que alegadamente operam no canal *online*, nomeadamente o retalhista Animalandia e o retalhista Wate-r-revolution (fls. 4290 a 4294). Neste contexto, sublinhe-se que, o documento n.º 5 da Resposta à Nota de Ilícitude relativo ao *print-screen* do website do retalhista Animalandia (fls. 4170 a 4175), revelou uma designação diferente do referido retalhista, nomeadamente Anamilandia. Assim e perante o eventual lapso por parte das Arguidas no que à denominação do novo retalhista do canal *online* se refere, decidiu esta Autoridade solicitar a referida informação também ao retalhista Anamilandia (fls. 4609 a 4611);
 - c) Adicionalmente, a Autoridade da Concorrência solicitou os mesmos elementos a um novo retalhista que eventualmente poderia revender produtos SERA no canal *online*, nomeadamente o retalhista Loropark (fls.4385 a 4288);

- d) Questionou-se ainda os retalhistas do canal *online*, Pet4you e Girafaonline, sobre se vendem, no canal *online*, produtos SERA abaixo dos PVP recomendados, a data em que começaram a praticar os referidos preços e qual a razão (fls. 4295 a 4296A e 4297 a 4298A).
45. As respostas aos pedidos de elementos *supra* indicados, constam das fls. 4357A a 4664.
46. Assim, uma vez solicitados todos os elementos *supra* identificados, e obtidas as informações correspondentes, por ofício datado de 23 de Novembro de 2012, comunicou-se às Arguidas a junção aos autos de todos os elementos, remetendo-se cópia simples dos mesmos em formato digital CD.
47. Neste contexto, concedeu-se prazo não superior a dez dias úteis para que, querendo, as Arguidas se pronunciassem sobre estes elementos (fls. 4665 a 4666).

I.7. Pronúncia das Arguidas sobre as diligências complementares de prova

48. Assim, uma vez comunicada às Arguidas a junção aos autos de todos os elementos resultantes das diligências complementares de prova, e após rececionada cópia simples dos mesmos, vieram as Arguidas, em 10 de dezembro de 2012, pronunciar-se sobre estes elementos (fls.4669-4672).
49. Em resumo, as Arguidas consideram que os referidos elementos “[...] *vêm na sua generalidade comprovar o que é dito pelas Arguidas na sua [Defesa Escrita]*” (parágrafo 1 da Pronúncia das Arguidas sobre as diligências complementares de prova).

II. DOS FACTOS

II.1. A empresa denunciante

50. O denunciante é proprietário da empresa Pet4you.Net (adiante Pet4you), que tem como atividade o comércio à distância, via Internet, de produtos para animais de estimação (fls.52).
51. De acordo com a informação constante do processo, a Pet4you comercializa várias marcas de produtos para aquarioria, sendo que, no que se refere à alimentação, as marcas comercializadas são a SERA, Tetra, Ocean Nutrition, Hikari, Aquapex, JBL, Nutrafin e outras (fls. 52).
52. A Pet4you iniciou a sua atividade em janeiro de 2007, “...começando imediatamente a comercializar produtos Sera através do representante nacional, ORNIEX, Produtos para

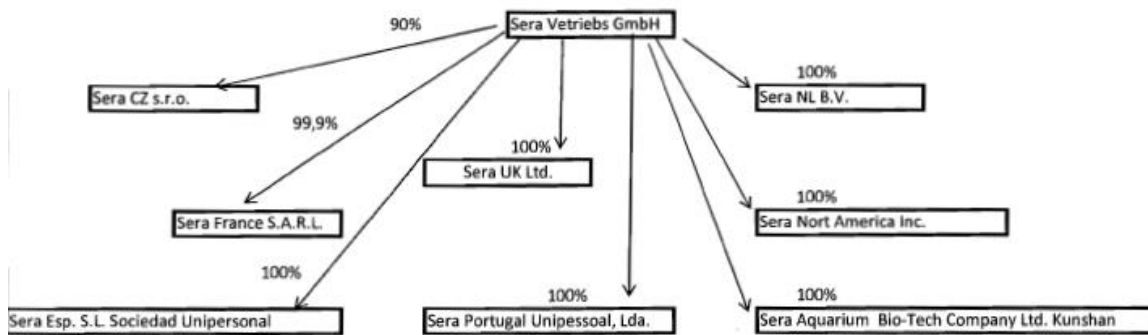
Animais, Lda., passando posteriormente a adquirir ao novo representante Agrovete – Organização Técnica Agro Pecuária, S.A., até que a Sera, decidiu fornecer os profissionais diretamente da casa mãe na Alemanha” (fls.52).

53. Em julho de 2007 a Agrovete – Organização Técnica Agro Pecuária, S.A. (doravante também designada como Agrovete) deixou de comercializar produtos da marca SERA, em Portugal, passando o denunciante a adquirir os produtos SERA à empresa Sera GmbH (fls.146).
54. Segundo o denunciante “ [...] após a AGROVETE ter deixado de comercializar SERA (Julho de 2007), em Portugal o comércio destes produtos passou a ser realizado diretamente da SERA Alemanha, a qual nos negou o fornecimento, durante esse período, retiramos de venda a esmagadora maioria dos produtos desta marca, tendo sido efectuadas algumas compras pontuais a uma loja online alemã a partir de Agosto de 2007 (AQUARISTIK.NET, MOZARTSTR, 1, 87727 BABENHAUSEN), com o objectivo de mantermos os produtos mais vendáveis, esta situação causou algum transtorno pois estávamos a comprar a um preço superior e teríamos que traduzir e rotular as embalagens, provenientes desse fornecedor. Esta situação continuou até finais de Setembro do passado ano [2009] onde passamos a comprar á SERA PORTUGAL UNIPessoal, LDA [...]” (fls.146).

II.2. As Arguidas

II.2.1. A Sera GmbH

55. A Sera GmbH é uma empresa alemã que fabrica produtos para a “...aquariofilia, aquariofilia de água salgada, lagos e terrários” (fls.3902).
56. Para além da alimentação fabrica também produtos para acondicionar a água, produtos de manutenção de plantas aquáticas, tratamento de peixes ornamentais, testes para água doce e salgada desenvolvendo produtos para lagos (fls.3902).
57. A empresa vende os seus produtos “... para mais de 80 países e tem 9 sedes nos Estados Unidos da América, na França, na Itália, no Japão, na República Checa, na Holanda, em Portugal, na China e em Espanha” (fls.3902).
58. A Sera GmbH engloba várias empresas como se mostra no organograma *infra* (fls. 3937):



59. Anny Ravnak, é a Chefe de Exportação da empresa Sera GmbH, “sendo a pessoa responsável pelos mercado externos à Alemanha, onde se inclui Portugal”(fls. 3944).
60. O volume de negócios consolidado da Sera GmbH foi de € 12.978.203,38 no ano de 2009, e de €13.206.519,61 no ano de 2010 (fls. 3935).
61. O volume de negócios da Sera GmbH em Portugal foi de € 404.468,66 no ano de 2005, de € 633.735,79 no ano de 2006 e de € 15.360,27 no ano de 2007. Segundo a informação remetida pela Sera GmbH, a partir de 2008 as atividades comerciais em Portugal são realizadas pela Sera Portugal (fls.3903).

II.2.2. A Sera Portugal

62. A empresa Sera Portugal, constituída em 1 de agosto de 2007, iniciou a sua atividade de importação e distribuição de produtos da marca SERA, em Portugal, no dia 1 de janeiro de 2008 (fls.13 a 23). As funções de gerência da empresa Sera Portugal são, desde a data da sua constituição, exercidas por Anny Ravnak (fls. 15 e 16).
63. A referida empresa tem por objeto a comercialização, distribuição, importação e exportação de comida para peixe, acessórios e medicamentos para peixes ornamentais e animais de companhia (fls.13 a 23).
64. De acordo com a informação constante do processo, a Sera Portugal “importa e distribui produtos de marca SERA em Portugal. Fornece produtos SERA às lojas especializadas em animais de companhia, emitindo depois as facturas correspondentes. Os representantes comerciais, empregados, da SERA Portugal Unipessoal Lda. visitam os seus clientes em intervalos regulares e tomam nota de encomendas” (fl.13).
65. A Sera Portugal é uma sociedade por quotas, sendo o respetivo capital social integralmente detido pela Sera GmbH, empresa com sede na Alemanha.
66. O volume de negócios da Sera Portugal foi de € 892.243,20 no ano de 2008, de € 831.212,09 no ano de 2009, de € 896.008,22 no ano de 2010 e de € 837.735,48 no ano de 2011 (fls.138 e 3936).

II.3. O comportamento das Arguidas

67. Conforme *supra* referido, na sequência da análise da informação constante da denúncia apresentada pela empresa Pet4you, a AdC detetou indícios de uma aparente fixação dos preços de venda ao público dos produtos da marca SERA em Portugal por parte das Arguidas.
68. Em 27 de fevereiro de 2008, o retalhista Pet4you recebeu uma mensagem de correio eletrónico da Sera GmbH nos seguintes termos:

“ Estimados Srs estimadas Sras

Ao controlar os preços na sua loja on-line, notámos que ai frequentemente os preços são muito mais baixos que os nossos preços de venda recomendados.

Por este motivo pedimos-lhe que ajuste imediatamente os preços de todos os produtos SERA conforme os nossos preços de venda recomendados. Enquanto os preços não forem modificados não lhe poderemos enviar mais encomendas.

Muito obrigado pela sua compreensão

Com os melhores cumprimentos

Sera GmbH pp

Anny Ravnak” (fls. 7).

69. No seguimento da mensagem de correio eletrónico da Sera GmbH, a Pet4you respondeu, na mesma data, que existiam outros retalhistas da Sera que vendiam os seus produtos ainda a preços mais baixos pelo que considerava o seu pedido injusto e discriminatório. Adicionalmente a Pet4you comunicava que, no caso de a Sera GmbH recusar as suas encomendas, interporia ação judicial contra a mesma (fls. 54).
70. Em 28 de fevereiro de 2008, a Sera GmbH remeteu uma mensagem de correio eletrónico à Pet4you solicitando-lhe os endereços dos retalhistas acima referidos, com o fim de “...tratar do assunto” (fls. 61).
71. Neste contexto, a Pet4you respondeu que se tratavam das maiores lojas *online* europeias, sedeadas na Alemanha e Holanda e que praticavam preços mais baratos que a própria Sera, pelo que teria que comprar diretamente a elas.
72. Nessa mesma mensagem de correio eletrónico, a Pet4you explicou à Sera GmbH a impossibilidade de aplicar os preços recomendados nos seguintes termos:

“Este problema já foi apresentado aos seus funcionários, e certamente que a própria SERA é conhecedora destes fenómenos, e muito provavelmente promotora dos mesmos, pois não será fácil conseguir vender SERA VIPAN 1000ml a 5.98€ (7% IVA incl.) ou SERA VIPAN 250ml a 2.99€ (7% IVA incl.) ao público, ou seja uma

diferença de mais de 40% relativa à vossa tabela de revenda, onde aconselham a venda do mesmo produto a 21.72€ (+15.74€)

Meus caros senhores, além de tentarem impor uma situação ilegal, pela qual, posso-lhes assegurar, que serão certamente responsabilizados, estão também a prejudicar gravemente os interesses comerciais de centenas de clientes portugueses.

Subscrevo-me atenciosamente, frisando que este assunto não será resolvido por email, os senhores têm os meus contactos e espero ser visitado pessoalmente em breve por alguém com os devidos poderes para resolvermos este assunto, se por ventura não se chegar a um entendimento neste assunto, ficará a cargo dos tribunais apurarem os respectivos danos e responsabilidades assim como a legalidade desta atitude. Seria aceitável e oportuno que o contacto ocorresse nas próximas duas semanas.

Cumprimentos,

Francisco Carvalho

comercial@pet4you.net

www.pet4you.net” (fls.72).

73. Em 27 de maio de 2009 a Pet4you envia a seguinte mensagem de correio eletrónico à Sera GmbH:

“Boa tarde, Visto se terem recusado a fornecer os vossos produtos, o que constitui uma grave infracção à Lei nacional da concorrência (Lei n 18/2003 de 11 de junho), assim como directivas comunitárias vigentes, serei forçado a apresentar queixa junto da autoridade da concorrência. Será anexado á queixa, o documento em anexo que constitui prova cabal da ilegalidade cometida pela vossa empresa. Fico a aguardar um contacto vosso, tendo em vista o solucionamento deste bloqueio e o fornecimento regular dos produtos, caso o mesmo não ocorra nos próximos dias, a queixa será irrevogavelmente apresentada.

Estamos ao seu dispor para qualquer dúvida ou questão que queira colocar.

Cumprimentos,

Francisco Carvalho

comercial@pet4you.net

www.pet4you.net” (fls.70).

74. Não consta no processo nenhuma comunicação posterior à mensagem de correio eletrónico *supra* referido entre a Sera GmbH e a Pet4you. Contudo, a Pet4you afirma que recebeu de novo encomendas no mês de setembro de 2009. Em particular, a

Pet4you declarou à AdC que: *“Reatamos a comercialização dos produtos SERA desde finais de Setembro de 2009”* (fls.52).

75. Neste contexto, a Pet4you afirmou que o restabelecimento do fornecimento de encomendas por parte da Sera GmbH foi consequência da apresentação da denúncia junto desta Autoridade (fls.3929).

76. Neste âmbito, a Sera Portugal informou a AdC que não tinha conhecimento de ter interrompido permanentemente o fornecimento a nenhum dos seus distribuidores e/ou retalhistas. Na resposta ao pedido de elementos remetido pela AdC em 20 de janeiro de 2010, a Sera Portugal indicou que:

“Apenas com o cliente Pet4You, em Póvoa de Varzim, no passado (a meados do ano de 2009) houve diferenças que nos levaram a interromper provisoriamente o fornecimento. No entanto, mais tarde, fornecemos novamente a este cliente. Em Setembro e Novembro de 2009, assim como em Janeiro de 2010, ele recebeu encomendas. Além disso presentemente temos mais uma encomenda da parte dele, do dia 18/02/2010, em vias de processamento.” (fls.138).

77. Consta dos autos do processo a resposta ao pedido de elementos da AdC do retalhista Girafaonline, datada de 23 de abril de 2010, segundo a qual, a Sera GmbH solicitou o ajuste dos preços dos produtos SERA conforme os preços de venda recomendados. Em particular, o retalhista Girafaonline afirma que:

“Enviamos, em anexo, um fax recebido a 28 de Janeiro de 2008, em que a SERA nos solicita a alteração dos preços dos seus artigos para os PVPs informando que não aceitará qualquer encomenda até que tal acontecesse. No dia seguinte procedemos a alteração de todos os preços SERA conforme as indicações da mesma empresa mantendo apenas uma campanha de alguns artigos, nomeadamente, daqueles com aproximação de fim de data de validade.

A 30 de Janeiro de 2008 (2 dias depois), a referida empresa envia-nos novo fax (que também anexamos) informando que, de facto confirmava as nossas alterações mas não aceitava a campanha. Uma vez mais procedemos às alterações pedidas de modo a poder continuar a trabalhar com essa marca. [...] Na verdade fomos e somos obrigados a manter preços indicados pela empresa SERA quando muitas lojas em Portugal (e não só) não o fazem. Sentimo-nos imensamente prejudicados até porque desde que houve essa imposição da SERA praticamente nada vendemos dessa marca quando, até então, estávamos a vender e cada mais. Sempre pedimos que ou a SERA faz cumprir as suas próprias regras em todos os seus clientes ou então, simplesmente, não o faz a ninguém. E nesse aspecto somos literalmente lesados. Por outro lado, estamos numa posição muito diferente de toda a outra concorrência

ou seja, temos toda a nossa tabela à vista de todos a qualquer hora e em qualquer dia. A própria SERA, periodicamente vai ao nosso site e verifica os preços. A diferença é que não o faz na concorrência. Já deitamos fora centenas de euros em alimentos e medicamentos para peixes da SERA. Demasiado prejuízo sobretudo para quem é tão pequeno no mercado. Queremos manter a marca porque é reconhecida mas, na verdade, este ano vamos ser obrigados a limitar a gama SERA na nossa tabela para apenas alguns produtos de maior procura visto que o prejuízo é demasiado.” (fls. 1903).

78. Em particular, a Sera GmbH referiu o seguinte, no *supra* mencionado fax datado de 30 de janeiro de 2008:

“ Com relação ao seu telefonema de ontem, nós verificámos imediatamente os preços na sua loja On-line. Como o Senhor já tinha mencionado, muitos preços foram ajustados.

No entanto, não podemos aceitar as promoções que o Senhor está a oferecer. Os preços são consideravelmente mais baixos que os nossos preços de venda recomendados. Pedimos-lhe que ajuste também ainda estes preços, de contrário ainda não lhe podemos enviar a sua encomenda.

Naturalmente, nalguns casos, por exemplo no caso de modelos em fim de série ou pouco tempo antes de a mercadoria perder a validade, o Senhor pode fazer promoções. No entanto, aqui trata-se sobretudo de produtos que comprou no ano passado, e por isso não cremos que os produtos estão quase a perder a validade.

Por favor, ajuste respectivamente os preços, para que nós lhe possamos enviar a encomenda.

Muito obrigado.

Com os melhores cumprimentos

sera GmbH

p.p. Anny Ravnak” (fls. 3942)

79. Segundo a Sera Portugal, a sua filosofia de empresa é no sentido de que os aficionados só podem obter bons resultados na montagem e na manutenção do aquário, quando recebem aconselhamento profissional por parte do vendedor especializado. Considera que *“este facto, por seu lado aumenta a satisfação do consumidor final, garantindo assim também ao vendedor especializado e a nós mesmos um sucesso permanente, no que diz respeito à comercialização dos nossos produtos. Tendo em consideração o número de consumidores finais que, anualmente, iniciam o hobby, desistindo dele por falta de bons resultados (por exemplo: morte dos peixes, devido a cuidados incorretos, etc..., o*

que se deve à falta de assessoramento na fase inicial), então vemo-nos confirmados na filosofia da nossa firma” (fls.137).

80. Assim sendo, a Sera Portugal afirma que *“é por este motivo, e com o objectivo de promover a aquariofilia, [que] nós fornecemos e colaboramos principalmente com vendedores especializados no ramo dos animais de estimação. Na nossa opinião, só aí será possível um tal assessoramento do consumidor final. Para poder oferecer este serviço de assessoramento, naturalmente o vendedor especializado tem mais despesas para pessoal, formação, etc. Estas despesas relativas ao pessoal, por exemplo, não se originam no caso de venda dos produtos no supermercado ou na Internet, onde não se realiza um tal assessoramento. Por esta razão, estes vendedores podem oferecer os produtos a um preço mais baixo e os vendedores especializados não têm oportunidade de vender os nossos produtos de modo competitivo. Com a indicação de preços de venda recomendados, tentamos apoiar os vendedores especializados e restabelecer a sua competitividade”*(fls.138).

II.4. A comercialização dos produtos da marca SERA em Portugal

81. Como acima referido, a empresa Sera Portugal, foi constituída em 1 de agosto de 2007, iniciando a sua atividade de importação e distribuição de produtos de marca SERA, em Portugal, no dia 1 de janeiro de 2008 (v. parágrafo 62 acima).
82. Segundo a Sera Portugal, durante o ano de 2007, por decisão da gerência, a empresa Sera Portugal não desenvolveu qualquer atividade comercial em Portugal. Nesse período, *“as transações comerciais faziam-se a partir da sede da empresa mãe, a Sera Alemã [GmbH], tendo, assim, a empresa portuguesa começado a operar em Portugal em janeiro de 2008”* (fls.23).
83. Antes, porém, os produtos da marca SERA eram distribuídos, em Portugal, pela empresa Agrovete, ao abrigo de um "contrato de entregas e de importação" celebrado em 23 de maio de 2006 com a sociedade Sera GmbH, com sede na Alemanha (fls.3616 e 3625 e seguintes).
84. De acordo com a informação prestada pela referida empresa Agrovete a um pedido de elementos que lhe foi dirigido pela AdC, *“[o] desenvolvimento dessa atividade foi breve e terminou aquando da cessação do referido contrato que ocorreu em junho de 2008 [...]”* (fls. 3617).
85. Deve ainda ser referido que, de acordo com a informação transmitida pelo denunciante, em resposta a um pedido de elementos que lhe foi dirigido pela AdC, *“[a]pós a AGROVETE ter deixado de comercializar SERA (Julho de 2007), em Portugal, o*

comércio destes produtos passou a ser realizado diretamente da SERA Alemanha, a qual nos negou o fornecimento, durante esse período, retiramos [sic] de venda a esmagadora maioria dos produtos desta marca, tendo sido efectuadas algumas compras pontuais a uma loja online alemã a partir de Agosto de 2007 (AQUARISTIK.NET, MOZARTSTR, 1, 87727 BABENHAUSEN), com o objectivo de mantermos os produtos mais vendáveis, esta situação causou algum transtorno pois estávamos a comprar a um preço superior e tínhamos que traduzir e rotular as embalagens, provenientes desse fornecedor. Esta situação continuou até finais de Setembro do passado ano [2009] onde passamos [sic] a comprar á [sic] SERA PORTUGAL UNIPessoal, LDA” (fls.146).

86. Acresce que, entre março de 2003 e junho de 2006 foi a empresa Orni-ex quem distribuiu “[...] a marca SERA em Portugal, mediante um contrato de exclusividade celebrado com a empresa SERA GmbH, [...]. A nossa política assentou num preço base para os revendedores, sem imposição de preços fixos de venda a público, nem regimes de exclusividade” (fls.3570 e 3572 e seguintes).
87. Segundo a Sera Portugal, a partir de 1 de janeiro de 2008, a mesma “importa e distribui produtos de marca SERA em Portugal. Fornece produtos SERA às lojas especializadas em animais de companhia, emitindo depois as facturas correspondentes. Os representantes comerciais, empregados, da SERA Portugal Unipessoal Lda. visitam os seus clientes em intervalos regulares e tomam nota de encomendas” (fls.13).
88. De acordo com a Sera Portugal, estes “representantes comerciais” serão também responsáveis pelo atendimento, pelo que aconselham os seus clientes, proprietários das lojas, dando-lhes formação relativamente aos produtos a comercializar, para que estes, por sua vez, possam esclarecer e até ajudar nas escolhas do consumidor final (fls.137 a 138).
89. De acordo com a informação transmitida pelo denunciante, em resposta a um pedido de elementos que lhe foi dirigido pela AdC, “[a] SERA GmbH é o fabricante e casa mãe sendo a Sera Portugal Unipessoal, Lda uma empresa criada somente para emitir a fatura dentro do território nacional, dos produtos enviados desde a casa mãe na Alemanha, a Pet4you.Net neste momento efetua encomendas à [sic] SERA Portugal” (fls. 146).
90. Nas relações comerciais entre a Sera Portugal e os seus clientes retalhistas aplicam-se as condições gerais de venda e de entrega da Sera Portugal (fls. 33 e 34).
91. De acordo com o “contrato-condições acordadas” fornecido pela Sera Portugal, quando os retalhistas atingem determinado volume de negócios “...recebem alguns descontos no valor da factura...” (fls.35).

92. Constatam dos autos documentos que apresentam ofertas que permitem, por vezes, a aquisição de produtos mais baratos por parte dos retalhistas (fls. 14, 36 e 37).
93. Segundo o retalhista Alberto Ferreira Filhos, a Sera Portugal fornece uma tabela de preços onde constam os preços recomendados de venda ao público de todos os produtos da marca SERA (fls. 3059 a 3089).
94. A Sera GmbH, quando questionada sobre a lista dos seus retalhistas *online* que operam no mercado português, informou que *"a actividade comercial com Portugal foi assumida pela empresa SERA Portugal Unipessoal que foi registada em Agosto de 2007 e iniciou a sua actividade em Janeiro de 2008. Por este motivo, a SERA GMBH não pode fornecer informações sobre os clientes portugueses..."* (fls. 3890, 3894 e 3902 a 3904).
95. Neste contexto, a Sera Portugal informou que apenas fornece dois retalhistas que comercializam os produtos SERA através da Internet, designadamente os retalhistas Girafaonline e Pet4you (fl.138).
96. Através da implementação de uma política de preços recomendados, a Sera Portugal considera que está a *"...apoiar os vendedores especializados"* e a *"...restabelecer a sua competitividade"* (fls.138).

II.5. Fornecimento/comercialização de produtos para aquarioria em Portugal

97. Atualmente, em Portugal, o fornecimento de produtos de aquarioria é feito, através de importadores/distribuidores, que por sua vez vendem aos retalhistas e estes últimos ao consumidor final.
98. No que se refere aos distribuidores, para além da Sera Portugal, existem várias empresas, que comercializam produtos de aquarioria ao retalho, das quais se destacam as seguintes: Anivite, Milaquários, Tropizoo, Aviário Tropical, David Roca (Portugal Pet), Mário Sustelo (Dido's Farm), Animal Concept, Propet, Tropifauna, Perlea, Orni-ex, Figueira Pet, Quinta Nova, TMC, Proagralli, Momtipet, Pantanal, Scalare, ICA (empresa espanhola com vendedores em Portugal), Sera, promotora Bamma, Fernando Ribeiro, Crystal Red (fls.14, 318, 357).
99. Em Portugal existem diversas marcas de produtos de aquarioria, sendo que cada distribuidor pode comercializar uma marca em regime de exclusividade, como é o caso da Sera Portugal, ou várias marcas, tomando como exemplo o distribuidor Milaquários, Lda., concorrente da Sera Portugal, que comercializa as seguintes marcas: Chemi-Vit, Flamingo, Fop, Eheim, Koala, Astra, Waterlife, Eden, Sunny Aquarium, Lumbini Aquarium, Anivite, Scalare, Aquarium Glaser, Arntra, Tropica, Ada (fls.356).

100. Apesar de esta Autoridade ter solicitado nos diversos pedidos de elementos aos distribuidores, à Sera GmbH e à Sera Portugal, os elementos necessários para a determinação das posições no mercado dos operadores, bem como das respetivas quotas de mercado, das respostas aos referidos pedidos de informação não constam elementos suficientes que permitam determinar tais valores, pelo que não é possível indicar as quotas de mercado detidas pelas empresas ou detidas pelas marcas, por alegado desconhecimento dessa informação por parte dos distribuidores e das Arguidas.
101. No que se refere aos retalhistas, quer sejam retalhistas de lojas especializadas, quer sejam retalhistas do canal *online*, das respostas aos pedidos de elementos efetuados aos mesmos (v. parágrafos 16 e 17), foi possível concluir o tipo de relações comerciais existentes entre fornecedores/distribuidores e retalhistas, as marcas comercializadas, assim como a respetiva política de preços de venda ao público praticada pelos retalhistas e que a seguir se identificam:
- (i) Aquária, Lda.
102. O retalhista *supra* dedica-se à comercialização a retalho de alimentos para animais de estimação, tendo iniciado a sua atividade em 2 de novembro de 2000. Nos produtos de aquariofilia as marcas comercializadas são as seguintes: JBL, Tropical, Supa, Pilesan, Waterlife, Aquatlantis, TETRA, Rena, Wave, HYDOR, Elite, JBL, Pennplax, Europet, Sera, HYDOR, Boyu, BRAVO, IBL, Aquaclear, Anipet, NUTRAMATIC, Grolux, Silvania, Europet, Bernina e Tropizoo. Na relação com os seus fornecedores referiu que não tem qualquer contrato com os mesmos, adquirindo os produtos a qualquer fornecedor com quem trabalhe habitualmente (fl.317-318).
103. Segundo o mesmo, no que se refere à “...*política de preços praticada não tem qualquer influência nela os meus fornecedores, simplesmente ao preço de custo de cada produto aplico a margem de lucro que considero rentável e sustentável para fazer face a todas as despesas inerentes da atividade exercida e para o meu sustento, não tendo Tabelas de Preço Recomendadas.*” (fls. 378 e 379).
- (ii) Abreu & Ferreira, Lda.
104. A atividade do retalhista caracteriza-se pelo comércio a retalho de peixes, pássaros tropicais e animais domésticos: comércio a retalho de produtos para columbofilia, canicultura e aquariofilia, incluindo diversos apetrechos, alimentos e rações. Os produtos de aquariofilia comercializados pelo retalhista são das marcas: SERA, Tetra, Aquatlantis,

Aquapor, Nutron, Astra, JBL, Eheim e Anivite. Na relação com os seus fornecedores referiu nunca estabelecer qualquer contrato, quer oral, quer escrito, com fornecedores de Aquariefilia: "...as condições comerciais são a liquidação das faturas a 30 e 60 dias após o fornecimento." (fls.334).

105. No que se refere à política de preços, a mesma "... é efectuada numa lógica normal de oferecer aos n/clientes os melhores produtos a preços justos e consoante as flutuações de mercado". Mencionou ainda que não possuem "... tabelas de preços recomendados pelos fornecedores para venda ao público." (fls.335).

(iii) Vilanimália, Animais de Companhia, Lda.

106. A atividade do retalhista *supra* é o comércio de animais de companhia e respetivos alimentos e acessórios, tendo iniciado a sua atividade em 1 de junho de 2003. As marcas de produtos para aquariefilia comercializados pelo mesmo são: Aquael, Eden, Elite, Hydor, Eheim, Fluval, SERA, Aquatlantis, Glo e Marina (fls.337 e 339).

107. Referiu ainda que "*Não existem contratos celebrados com os fornecedores. A maioria deles passa mensalmente pela loja. Necessitando de produtos, procede-se à encomenda. O valor a pagar fica estabelecido no ato da encomenda e é pago aquando da recepção da mercadoria.*" A sua política de preços tem subjacente o "...preço de aquisição dos produtos, não existem tabelas de preços recomendados pelos fornecedores." (fls.338).

(iv) Ivalvet, Lda.

108. O retalhista Ivalvet, Lda., comercializa todo o material para aquariefilia, rações para animais, pássaros, gaiolas e acessórios. As marcas dos produtos para aquariefilia, comercializadas pelo retalhista são fornecidas pelas empresas: Tetra, SERA, Ica, Orniex, Figueirapet, Aviário Tropical, Isjome, Catch Garden, Aquário Mundo e Pet Life. Nas relações comerciais com as referidas empresas "*[n]ão foram celebrados quaisquer contratos com as empresas [...] em virtude de sermos visitados nas nossas instalações por vendedores das mesmas, tendo estes na altura apresentado em catálogo próprio os produtos para venda e que foram adquiridos por nós, conforme a nossa necessidade e conveniência, situação esta que até à presente data se mantém.*" (fl.341).

109. No que se refere à "*[p]olítica dos preços praticados em relação a produtos de aquariefilia, vigora da seguinte forma: A partir do preço de compra, colocamos uma margem de lucro que varia entre os 20 % e 30 %, dependendo se os produtos por nós comprados serem de maior ou menor valor. Nos produtos de aquariefilia, "...esta loja*

apenas recebeu tabelas com preços recomendados de venda ao público das empresas TETRA, SERA e ICA.” (fls.341)

(v) Oceanises, Lda.

110. O retalhista comercializa produtos para animais tendo iniciado a sua atividade em 1998. As marcas dos produtos para aquariofilia, comercializadas são: Tetra, SERA, Prodac e Nutron. Referiram não ter contratos escritos com os seus fornecedores nem “... *tabelas de preços recomendados ao público mas sim todos os produtos marcados com o seu respectivo preço com margens de 30%.*” (fls.354).

(vi) Visama, Lda.

111. O retalhista dedica-se “...*à exploração de uma loja de animais e, dada a atividade profissional da maior parte dos sócios, tem como 2ª atividade a comercialização, manutenção, etc., de computadores.*”, tendo iniciado a sua atividade em 12 de fevereiro de 2007. As marcas dos produtos para aquariofilia comercializadas são: Fuval, Nutrafm, Esha, Laguna, Eheim, Jagger, Waterlife, JBL, Aquatlantis (fls.363).

112. Não respondeu à questão das relações comerciais entre a Visama, Lda. e os seus fornecedores.

113. Em termos de política de preços, referiu que “*[o]preço de venda ao público é determinado, com raríssimas exceções, pela seguinte fórmula $P.V.P.=P.C.X2,21$.*” (fls.364).

(vii) Luís Carvalho Unipessoal, Lda.

114. A atividade do retalhista “...*é o comércio a retalho de produtos para animais de estimação e exóticos; venda de animais de estimação e exóticos; fabrico, montagem e manutenção de aquários e marisqueiras e comércio a retalho de plantas, conforme o objecto social.*”

115. As marcas dos produtos para aquariofilia, comercializadas são: SERA, Nutra Fin Max, Nutron, Jbl, Ocean Nutricien, Tropic Marin, Hagen, Prodac, Hydor, Jbl, Eheim, Boyu, Tropic Marin, Tetra, Jebo Aquamedic, Aqua El, Boyu, Mp, Jebo, Aquatlantis e Aquapor.

116. Não respondeu à questão das relações comerciais entre a empresa e os seus fornecedores (fls.380).

117. No que se refere à política de preços referiu na primeira resposta ao pedido de elementos que se comprometia “... *com os fornecedores não vender a preços abaixo*

dos sugeridos.” (fls.380), posteriormente informou que “ [n]enhuma empresa do ramo da aquariofilia fornece tabelas de preços recomendados para o cliente final. “Os preços praticados pela empresa são unicamente calculados pela própria, sendo aplicado 80% sobre o preço (de custo sem Iva)” (fls.3766).

(viii) Templo Aquático, Comércio e Serviços de Aquariofilia, Lda.

118. O retalhista tem como atividade a “...[i]mportação, exportação, representação, comércio por grosso e retalho para a aquariofilia e restantes animais, produto equipamentos, acessórios e prestação de serviços relacionados com a atividade. Formação e investigação na aquacultura”.

119. O retalhista *supra* iniciou a sua atividade em 2004. Atualmente comercializa as seguintes marcas: Eheim, SERA, JBL, Resun, Ocean Nutron, Aquamedic, TMC, Aquagro, ADA, Deltec, ATI, Omega One, Red Sea, Seachem, Aquarium Systems, Sunsun, Kent Marine, 2little Fishes, Gamma, New Era, Cliffi, Bayer, Hill' s, Eukanuba, Frontline, Azoo, Nobby, Hikari, Hailea, Hydor, Tropica, Aqua One, Ica, Crystal Sea, Zoomed e Wave (fls.1858).

120. Nas suas relações comerciais “[n]ão existe nenhum contrato assinado com nenhum dos fornecedores quer sejam nacionais ou internacionais. O modo de funcionamento é idêntico em todos eles exceção feita às condições de pagamento: nacionais a 30 dias ou a pronto pagamento contra entrega e internacionais à apresentação da pro-forma aquando da encomenda efectuada. As relações existentes entre nós e os fornecedores não obedecem a grandes regras por não existirem contratos. Somos alvo de uma visita semanal ou quinzenal é efectuada a encomenda e paga no acto da entrega ou a 30 dias. Nunca recebemos correspondência sobre regras ou similares às condições de venda por parte de um fornecedor.”(fls.1859).

121. No que se refere à política de preços: “Temos como estratégia aplicar as nossas próprias margens de preços e não praticar na maioria dos casos as recomendadas pelos nossos fornecedores por as considerarmos insuficientes para a boa saúde financeira da empresa. No caso das rações para cães e gatos praticamos as recomendadas pelos 2 fornecedores em causa (CESMAN e RUDOLPH ARIE) por este produto se considerar mais uma facilidade na aquisição por parte dos nossos clientes do que uma mais valia para o nosso negócio. Com o fornecedor MIL AQUARIOS respeitamos os preços recomendados para um tipo de equipamento (filtros) por ser a nossa estratégia comercial e para todos os restantes casos aplicamos as nossas margens de serem [sic] no mínimo de 75% mais IVA variando sempre de acordo com a natureza do artigo em causa. Outro artigo que merece exceção é o aquário; independentemente do fornecedor,

e nunca temos preço recomendado, praticamos a margem mais baixa que se cifra em 40% mais IVA, neste caso também por ser nossa estratégia comercial. Nos animais a margem mínima é de 100% mais IVA.”(fls.1859 e 1860).

(ix) Girafaonline

122. A atividade da Girafaonline é exclusivamente via internet e resume-se à venda de artigos para animais de estimação (cães, gatos, roedores, aves, peixes (aquariofilia)) através da sua loja *online*, tendo-a iniciado em 24 de novembro de 2005 (fls.1902). As marcas comercializadas por este retalhista são: Trixie, SERA, Prodac, Aquael, Jebo, Nirox, SuperFish, Tetra, Arcádia, Hagen/Fluval, Ehein e Jagger (fls.1902).

123. Não respondeu à questão das relações comerciais entre a empresa e os seus fornecedores.

124. Quanto à política de preços referiu, como já explicitado no parágrafo 77 *supra*, que o único fornecedor que lhes enviou instruções específicas para a comercialização de produtos foi a SERA (fls.1903).

(x) Agro Maçanita - Produtos para Agricultura e Pecuária, Lda.

125. O retalhista, Agro Maçanita - Produtos para Agricultura e Pecuária, Lda., tem como atividade a distribuição e venda ao público de produtos para: agricultura, casa e jardim, aquariofilia, caça e equitação. Também distribui medicamentos e produtos de uso veterinário e de fitofármacos, pecuária e pesca recreativa. As marcas comercializadas pelo retalhista são: SERA, Boyu, Biozoo, Juwel, Dejjia, Aquariums ATI-Aquaristik e Trixie (fls.1926).

126. Segundo o mesmo, no que diz respeito à sua política de preços, “[e]m 2007, *aquando da abertura da loja, os preços de iniciação foram calculados com 40% margem lucro sobre o PVP s/ IVA para todos os artigos excepto aquários de mais de 20L (exclusivé) em que se praticou uma margem de lucro de 30% do PVP por não termos ainda fornecedor com preço que nos permitisse maior margem. Desde meados de 2008 até à presente data, todos os artigos são vendidos com uma margem de lucro bruto calculada sobre o preço de venda ao público (s/IVA) de 45 a 50% com as seguintes exceções:*

- *Artigos da marca Tunze em que se pratica o preço recomendado em euros para todo o mundo.*
- *Aquários completos da marca SERA em que se faz o possível por praticar os preços recomendados pelo fabricante. (Salvo quando custos de transporte tornam inviável esta pratica)*

- *Artigos com prazo de validade que se preveja não ser escoado antes do final do prazo com a rotação que têm ao preço normal (calculado como descrito nas alíneas anteriores). Estas promoções vão de 15% de desconto sobre o PVP s/IVA a 12% de margem de lucro bruto sobre o PVP (s/IVA)*
- *Artigos que se destinem à revenda (por Petshops locais), em que se pratica um desconto de 10-20% sobre o preço de venda ao público (s/IVA)*
- *Promoções ocasionais de artigos em stock há mais de 24 meses ou de referências sem interesse económico que deixarão de existir em stocks futuros. Estas promoções vão de 15% de desconto sobre o PVP s/IVA a 12% de margem de lucro bruto sobre o PVP (s/IVA)*
- *Acordos verbais com clientes que pretendam encomendar mercadoria de valor elevado (Ex: aquários cl mais de 100L) que não se encontra em stock, a levantar pelo cliente com pagamento a pronto aquando da chegada às nossas instalações. Nesta situação o desconto vai de 7-15% sobre o PVP s/IVA.” (fls.1929).*

127. Informou, ainda, que as empresas que têm preços recomendados são: a Tunze, SERA, Aquavista e ATI. “ *Não temos preços recomendados de qualquer outro fornecedor (são distribuidores e não fabricantes).*” (fls.1929).

(xi) Dr. Cão, Sr. Gato & Companhia, Lda.

128. A atividade do retalhista *supra* é a venda a retalho de artigos para animais de estimação, venda de animais de estimação e prestação de serviços, tendo-a iniciado em 26 de junho de 2006. As marcas comercializadas por este retalhista são: SERA, JBL, Aquapex, Prodac, Eheim/Jager, Aquatlantis e outras marcas residuais sem grande representatividade. No que se refere às relações comerciais entre o retalhista e os seus fornecedores, esclareceu que não tinha “... *qualquer contrato celebrado com nenhum fornecedor, pois compro a grosso e vendo a retalho.*” (fls. 1998).

129. Quanto à política de preços praticada pela empresa mencionou que “[a]o preço de compra é acrescentado o valor do IVA e depois acrescentada uma percentagem definida por nós como sendo a mais adequado às nossas pretensões.”(fls.1999).

(xii) Mafrazoo – Comércio de Produtos para Animais, Lda.

130. A atividade do retalhista *supra* consiste na compra e venda de produtos, alimentos e acessórios para animais, compra e venda de animais de estimação, prestação de cuidados a animais, banhos e tosquiadas, tendo-a iniciado a em janeiro de 2005. As

marcas que comercializam são: JBL, Eheim, SERA, Hydor, Trixie, Hobby, Fluval, Aquatlantis. Em termos de relações comerciais informou que não têm “...contratos de fornecimento celebrados por escrito com os nossos fornecedores. No que diz respeito às condições de fornecimento, têm por norma os fornecedores de produtos de aquariorfilia e todos os outros, uma encomenda mínima de 150€ /200€ não sei precisar porque normalmente é ultrapassado esse valor e se tenho dúvidas pergunto na altura da encomenda ao vendedor.” (fls.2062).

131. No que diz respeito à política de preços refere a empresa que “... os produtos são marcados com uma margem de lucro de 10% a 40%, conforme o valor do mesmo, se é um produto com um preço elevado (por ex. um aquário de grandes dimensões) a margem pode não ultrapassar os 10% ou 15%. Se for por exemplo uma planta natural, que se estraga com facilidade nos nossos aquários, a margem pode ir aos 40%, esta margem também se aplica aos produtos que têm uma validade reduzida.” (fls.2063).

(xiii) Figueiredo & Mendonça, Lda.

132. O retalhista Figueiredo & Mendonça, Animais e Plantas, Lda., dedica-se ao comércio a retalho de animais, de flores, de rações e de outros produtos novos relacionados com animais tendo iniciado a sua atividade em 16 de janeiro de 2008 (fls. 2066).
133. Segundo o mesmo “*Esta Empresa não tem qualquer contrato por escrito...*” com os seus fornecedores, havendo apenas o acordo verbal com todos eles, no sentido de efetuar o pagamento a 30 dias. “*No que diz respeito a preços praticados pela empresa, julgo serem idênticos aos praticados no mercado e tentamos mante-los sem alterações o maior tempo possível. As margens aplicadas são entre 35% a 45%*” (fls.2067).

(xiv) Aquamagia- Comercio de Animais, Lda.

134. O retalhista tem como atividade a venda a retalho de produtos para animais de companhia, tendo-a iniciado em 2001. Comercializa as seguintes marcas: Seachem, Hanna, Eheim, Jager, Arntra, Waterlife, Eden, Astra, Red Sea, API - aditivos para água, JBL, Aquatlantis, Hydor, Europet Bernina, Ocean Nutrition, Scalare, SERA , Aqua-Tissot, Kent, Odysea, Dymax, Resun, Aqua Medic , Aquarium Systems, TMC, Salifert, Hikari, Tropic Marin, Hagen, ICA , Arcádia, MP , Wave, Hobby, Boyd e SHa. “*As condições comerciais, celebradas na forma oral, respeitam ao bom cumprimento das condições de pagamento, e à boa exposição e conservação dos produtos em causa.*”(fls.2129).
135. Em termos de “... política de preços praticada procura assegurar uma concorrência sã, praticando margens variáveis, que nos permitam prestar um acompanhamento de

qualidade ao cliente, sem ficar demasiado afastado dos preços praticados pelas grandes superfícies.” (fls.2129).

(xv) Zoomarinho – Animais e Plantas, Lda.

136. A atividade do retalhista foi iniciada em 1 de fevereiro de 1993 consistindo no comércio a retalho de animais de companhia e respectivos alimentos, em estabelecimentos especializados. As marcas comercializadas pelo retalhista *supra* são: ICA, JBL, SERA, Waterlife, Jagger, Eheim (fls.2133).

137. No que se refere às relações comerciais salientou que não existiam “... *contratos escritos. Os contratos verbais assumem a totalidade das nossas compras. Não tenho conhecimento de recomendações para venda (preço) de produtos para aquariorfilia.*”. Em termos de política de preços de venda os mesmos são “...*marcados produto a produto. A margem de lucro praticado na aquariorfilia varia entre os 50% e 100%.*”. Refere ainda não ter “...*conhecimento de tabelas ou outros formatos relativamente a preços de venda ao público recomendado.*” (fls.2134).

(xvi) Péscávado – Comércio de Artigos de Lazer, Lda.

138. A Péscávado – Comércio de Artigos de Lazer, Lda. iniciou a sua atividade em 28 de janeiro de 2004, com o comércio a retalho de artigos de desporto, de campismo, caça, e lazer (fls.2189).

139. Não respondeu à questão das relações comerciais entre a empresa e os seus fornecedores.

140. “*A política de preços praticada pela empresa é de 30% a 50% s/ preço de custo com desconto ao cliente.*” (fls.2190).

141. Apresenta a tabela de preços de venda ao público recomendados, da empresa Sera GmbH, para Portugal, referente ao ano de 2006. (fls.2205 a 2225).

142. “*O preço de venda resulta do preço de compra acrescido da margem de lucro, que nem sempre é fixa, podendo variar com a época do ano ou com o stock existente.*” (fls.3497).

(xvii) Agrocirnes – Produtos Agrícolas e Pecuários Unipessoal, Lda.

143. O retalhista *supra* iniciou a sua atividade em março de 2001, comercializando produtos para a agricultura e *bricolage*, venda de sementes adubos, ferragens e alimento para animais. Em termos de produtos para aquariorfilia comercializa apenas a marca SERA. Não celebraram qualquer contrato com os seus fornecedores. A margem praticada na

venda ao público é de aproximadamente 30%. Não lhes foi entregue qualquer tabela referente a preços recomendados (fls.2228).

(xviii) Damasceno & Ana, Lda.

144. Damasceno & Ana, Lda. dedica-se ao comércio de rações, acessórios para animais e animais de estimação, tendo iniciado a sua atividade em 04 de novembro de 2005. As marcas comercializadas pelo retalhista são: API, Red Sea, Aquarian, Rena, API, Hagen, Nutrafin, Elite, Fluval, Nutrifin, Hagen, Elite, Fluval, Aquapex e Hobby (fls.2489).
145. As condições fornecidas pelas empresas fornecedoras *“...constituem as únicas comunicações com prova documental existentes entre a requerida e as empresas fornecedoras relativas à comercialização dos produtos. Não há lugar à celebração de contratos com os fornecedores, havendo somente a emissão de factura aquando das compras dos produtos aos fornecedores.”* (fls.2490).
146. *“A política de preços prosseguida pela empresa é tendencialmente estável com exceção das atualizações anuais. Deste modo, é possível indicar de forma geral, que durante o ano de 2008 (por referência ao ano de 2007) a política de preços foi influenciada pela subida generalizada dos preços por parte dos próprios fornecedores. Consequentemente, a requerida assistiu a uma diminuição significativa do lucro: mesmo aumentando ligeiramente os preços a sua margem de lucro permaneceu menor ou igual relativamente ao ano anterior. Esta situação, não registou melhoras nos anos de 2009 e 2010, em resultado da crise financeira que o país atravessa, forçando a empresa uma vez mais, a vender a preço mais baixo relativamente ao ano anterior, de forma a conseguir manter a sua clientela. Assim, é possível indicar como fatores tidos em consideração pela empresa requerida: a rotatividade do produto, a eventual existência de promoções, a validade dos produtos e as condições de mercado.”*
147. *“Ponderados os fatores supra expostos, a requerida tende a aplicar uma margem de lucro que varia entre os 70% e 80 % (percentagem de lucro máxima) e os 20% e 35% (percentagem de lucro mínima) sobre o preço da compra dos bens aos fornecedores. Naturalmente, esta percentagem tende a ser menor (na ordem dos 20% -35%) nos produtos mais dispendiosos como por exemplo, entre 30€ e 50 €, e mais alta (entre os 70%-80%) nos produtos de preço inferior, como sejam os produtos de valor compreendido entre 2€ e 10 €. O “valor base” sobre o qual a empresa aplica a referida percentagem de lucro consiste no valor de compra dos bens aos fornecedores, acrescido do IVA à taxa 20 %. A título de exemplo, o produto “SERA florena 100ml” (“família 33” (fls.2521V e fls.254)) “... é adquirido pela empresa pelo preço de 2.75 €.*

Sobre este valor, a requerida calcula primeiramente, o valor devido a título de IVA, que corresponde no caso, a 0,55 €. O "valor base" encontrado é assim 3,30 € (2.75€+0,55€), valor este a que acresce, a mencionada percentagem de 80%. Desta forma, o preço final de venda ao público será sensivelmente de 5,94 € (3,30€+2,64€). Do mesmo modo, sobre o produto "SERA Med Argulo/100 ml" ..."(fls.2529 e "família 33" fls. 2542) "... adquirido pelo preço de 30,49 €, uma vez calculado o "valor base" de 36,60 €, a empresa cobra sobre esta a percentagem de lucro de 20%, comercializando o produto, pelo valor final de sensivelmente 43,92 €."(fls.2490 a 2491).

(xix) Aquaplante, Lda.

148. A aquaplante, Lda. dedica-se exclusivamente à comercialização a retalho, de produtos e de vivos para a aquariofilia, diretamente ao público, não fazendo qualquer tipo de revenda, tendo iniciado a sua atividade em 17 de abril de 2004. (fls.2547) As marcas comercializadas são: JBL, SERA, Eheim, Fluval, Tetra, Aquarium-Systems, Nutra, Rena, Tropic Marin, Tropical Marine Center, Aquatlantis, Tecatlantis, Aqua-Light, Sun-Sun, Red-Sea, Waterlffe, Aqua-Tissot, Aqua-Medic, Arcadia, TU NZE, Tropica, Seachem, Aquapor, Elos, Ocean Nutrion, Gamma, Jagger, ICA, Bioaquária e Vortech (fls.2547).
149. *"Não temos com nenhum fornecedor, qualquer tipo de contracto especial, para além das condições gerais de fornecimento. A nossa política de preços, resume-se a marcar os produtos com as margens necessárias a fazer face a todas as despesas e podermos pagar aos nossos fornecedores no prazo concedido por estes. Nos produtos em geral marcamos os produtos com o factor multiplicativo de dois. Temos produtos, tais como, aquários, filtros exteriores de todas as marcas, alimentadores automáticos, Sistemas completos de CO2 e de Control eletrónico, em que nos limitamos a marcar uma margem de 25% a 30%, pois tratam-se de artigos dispendiosos. Nos vivos marcamos com o factor multiplicativo entre dois e três, consoante seja uma espécie com uma taxa menor ou maior de mortalidade. O mesmo se passa com as plantas aquáticas. Não temos tabelas de preços dos nossos fornecedores, com PVP recomendado, pelo menos que eu tenha conhecimento."* (fls.2548).

(xx) Biokoi - Construção e Projetos Aquáticos, Unipessoal Lda.

150. O retalhista, Biokoi - Construção e Projetos Aquáticos, Unipessoal Lda., dedica-se à atividade de construção civil e obras públicas, estando particularmente focada na conceção (projeto) e execução de lagos, piscinas biológicas e arranjos exteriores; e produz e comercializa animais de estimação, acessórios e rações. Nas relações

comerciais que mantém com os seus fornecedores de produtos para aquariorfilia, o Biokoi - Construção e Projetos Aquáticos, Unipessoal Lda., informou que as mesmas se baseiam em contratos de fornecimento verbais, prática corrente do retalhista (fls.2781).

151. *“Apesar de ter pouco tempo de atividade, a Biokoi - Construção e Projetos Aquáticos, Unipessoal Lda., tem apresentado, na venda dos seus produtos, preços iguais aos praticados por empresas e pessoas em nome individual que desenvolvem a sua atividade no segmento de mercado da aquariorfilia.”* (fls.2875).

(xxi) Raul Silva Neves Lda.

152. O retalhista Raul Silva Neves Lda., iniciou a sua atividade na área da restauração e em 2007 iniciou a atividade de venda de produtos para animais incluindo produtos de aquariorfilia (fls.3053 - A).

153. O retalhista *supra* não respondeu quais as marcas que comercializava.

154. Refere ainda que *“As condições comerciais acordadas com os fornecedores são verbais, os fornecedores têm comerciais que passam uma vez por mês, os preços são comunicados verbalmente e a encomenda também ou por telefone. Os pagamentos aos fornecedores são a trinta dias. A política de preços praticada depende do tipo de produto, as margens variam entre os 30% e os 50%. Não tendo tabelas de preços recomendadas para venda ao público”* (fls.3053-A).

(xxii) Alberto Ferreira & Filhos, Lda.

155. A atividade do retalhista é o comércio de alimentos e artigos para animais, comércio de sementes, cereais, outros materiais agrícolas e produtos agrícolas. A empresa vende produtos de aquariorfilia em que se destacam as marcas: Sera, Prodac, Aquael, Aquarium Munster, Resun, Europet. Não existem contratos reduzidos a escrito (fls.3057).

156. No que se refere à política de preços *“É aplicada uma margem comercial variável entre 25 a 40% tendo em vista os elevados custos de manutenção de determinados produtos da aquariorfilia.”*(fls.3058).

(xxiii) Pet Mania, Unipessoal, Lda.

157. O retalhista *supra* dedica-se ao comércio de alimentos e produtos para animais, banhos, tosquiagens e entregas ao domicílio, tendo iniciado a sua atividade em 14 de janeiro de 2009. Comercializa as seguintes marcas: SERA, Aquatlantis, Elite, Eheim, Nutrafin, Astra, Waterlife, Hydor, Wave, Fluval (fls.3311).

158. No que diz respeito às relações comerciais com os seus fornecedores: *“Não foram celebrados contratos por escrito, e as condições são as que os fornecedores fornecem e as que nós pagamos. A política de preços é vender com lucro suficiente para pagar as contas da empresa, mas não muito, para não passar a ser “loja muito cara”. E as percentagens variam muito, conforme produto, marca, qualidade etc...”*. *“Não seguimos as tabelas de preços na aquariofilia, só nos alimentos cães e gatos, e temos conhecimento de que a marca “Sera” tem essa tabela de preços recomendados, e que cabe a cada um vendedor decidir segui-la ou não.”* (fls.3311).

(xxiv) Nemo e Companhia, Lda.

159. A Nemo e Companhia, Lda., dedica-se, desde 2006, à comercialização de peixes de água doce e salgada, aves e roedores, alimentos para os mesmos e outros complementos tais como, aquários, produtos para aquariofilia, decorações para aquários, gaiolas, ninhos. Comercializa, ainda, flores e plantas naturais e artificiais (fls.3368).

160. As marcas que neste momento comercializa na área da aquariofilia são as seguintes: Prodac, JBL, Kent Marine, Tropic Marin, Ocean Nutrition, Jebo, SERA. *“A Nemo e Companhia, Lda. não possui nenhum contrato escrito ou verbal com os nossos fornecedores, limitamo-nos a adquirir os produtos quando necessário.”* (fls.3369).

161. Relativamente à política de preços não respondeu.

II.6. Relações entre as empresas Sera Portugal e Sera GmbH

162. Como já referido *supra*, o capital social da empresa Sera Portugal é integralmente detido pela Sera GmbH, sendo que as funções de gerência da empresa Sera Portugal são, desde a data da sua constituição, exercidas por Anny Ravnak, a chefe de Exportações da Sera GmbH (v. parágrafos 59 e 62).

163. De acordo com o denunciante, a Sera GmbH é o fabricante e casa mãe, sendo a Sera Portugal uma sociedade criada somente para emitir a faturação dentro do território nacional (v. parágrafo 89 acima).

164. Neste contexto, resulta das cópias das faturas referentes à aquisição, por parte de diversos retalhistas, de produtos da marca SERA, que foram juntas ao processo (com datas referentes ao período de 2008-2010), que as mesmas foram emitidas em papel timbrado da Sera Portugal (fls.2807 e 2808, 3213 a 3215, 3236 e 3237, 3245 3246, 3255 a 3257, 3268 e 3269, 3271 e 3272, 3275 e 3283).

165. Contudo, a Sera Portugal afirma que desde o dia 1 de janeiro de 2008, é o importador e distribuidor exclusivo dos produtos da marca SERA em Portugal (v. parágrafo 87).
166. Note-se que, a resposta dada pela Sera Portugal ao primeiro pedido de elementos formulados pela AdC foi remetida a esta em papel timbrado da empresa Sera Portugal, embora fosse assinada pela Anny Ravnak em representação da Sera GmbH, (fls.13 e 14).
167. Acresce que, as mensagens de correio eletrónico *supra* identificadas, enviadas às retalhistas Girafaonline e Pet4you, no sentido de respeitarem os preços mínimos “recomendados” dos produtos da marca SERA, são enviadas em nome da Sera GmbH e assinadas por Anny Ravnak (fls. 61, 62, 64, 75, 76, 146, 148, 1903 e 1906 e parágrafos 68 a 78).
168. Ainda, a tabela de preços recomendados relativa ao ano de 2008, referente aos produtos da marca SERA, tem indicada a morada da empresa Sera Portugal. Contudo, os contactos de venda são os da Sera GmbH (fls. 150 a 169, 2518 a 2532, 3059 a 3088).
169. Acresce que, a mencionada tabela de preços recomendados de 2008, referente aos produtos da marca SERA, foi enviada ao denunciante e a um outro retalhista (Agromaçanita, Lda) por um colaborador da empresa Sera Portugal (fls.172 a 177 e 1960 e seguintes).
170. Uma informação acerca da alteração da morada da empresa Sera Portugal tem indicado como local da respetiva redação uma localidade alemã, estando a mesma assinada pela empresa Sera GmbH, por Anny Ravnak (fls. 1938 e 2064).
171. O retalhista Nemo & Companhia identifica a empresa Sera GmbH como fornecedora, indicando para contacto telefónico um número alemão (fls.3368).
172. Por fim, a própria empresa Mil Aquários, Lda. – grossista de peixes de aquário, répteis e de materiais para todos os animais de estimação (cães, gatos, peixes, répteis, roedores, etc.) –, na sua resposta ao pedido de elementos que lhe foi dirigido pela AdC, refere-se à sua concorrente como “[...] Sera (empresa alemã com vendedores em Portugal)” (fls.356 e 357).

II.7. Da prova produzida, das diligências complementares de prova e da Pronúncia das Arguidas sobre as diligências complementares de prova

II.7.1. Da prova produzida

173. Como referido no parágrafo 37 *supra*, as Arguidas requereram a junção aos autos dos 7 documentos constantes do referido parágrafo.

174. Neste contexto e no que se refere aos documentos n.º 1 e n.º 2, que contêm as listas de PVP's recomendados pelas Arguidas, nos anos de 2008 e 2011, as Arguidas informaram que entre os preços de revenda praticados pela Sera aos retalhistas e os preços de PVP's recomendados, a margem bruta de comercialização dos produtos SERA é, em média, de 100%. Esta situação, segundo as Arguidas, permite concluir *"...que a quase totalidade de retalhistas que responderam aos pedidos de elementos efectuados pela AdC, vende os produtos Sera abaixo do PVP recomendado"* (parágrafo 12 da Resposta à Nota de Ilícitude);
175. Da análise às referidas tabelas, a AdC observou que a lista de preços de 2008, esteve em vigor até Fevereiro de 2011, data na qual foi remetida aos retalhistas a lista de preços de 2011;
176. Relativamente à lista de preços de 2011, a Autoridade observou que a mesma está em vigor até à data.
177. Da análise comparativa das listas de preços *supra*, concluiu-se que, na generalidade dos produtos, os preços aumentaram do ano de 2008 para o ano de 2011. No entanto, os PVP's recomendados apresentam, em média, tal e como alegado pelas Arguidas, quer na lista de preços de 2008, quer na lista de preços de 2011, uma margem bruta de 100% em relação aos preços de venda das Arguidas aos retalhistas.
178. Assim, neste contexto, os retalhistas gozam de uma margem razoável para determinar os seus preços de venda ao público.
179. Contudo, saliente-se que a margem bruta de comercialização dos produtos SERA não é relevante para a determinação da prática anticoncorrencial imputada às Arguidas.
180. Efetivamente, no presente processo, estamos em presença de uma fixação dos PVP's recomendados como preços mínimos de venda, e não perante uma fixação de margens de comercialização.
181. Acresce que, não é plausível concluir, atendendo às elevadas margens brutas dos produtos SERA, que os retalhistas das Arguidas que operam através do canal *online*, praticam PVP's inferiores aos recomendados pelas Arguidas.
182. No que aos documentos n.º 3, n.º 4, n.º 5 e n.º 6 se refere, os "print-screens" das listas de PVP's dos websites dos retalhistas Pet4you, Girafaonline, Anamilandia e Water-evolution, as Arguidas argumentaram que, *"...da comparação dos PVP's anunciados por qualquer uma daquelas [sic] retalhistas online com os PVP's recomendados pelas Arguidas de acordo com a lista de preços que se juntou sob o n.º2 [lista de preços referentes ao ano de 2011] é fácil de ver que são vários os produtos que tanto as [sic] 4 retalhistas online referidas [sic], como os retalhistas do circuito tradicional, vendem abaixo do PVP recomendado pelas Arguidas."*

183. Em suma, as Arguidas argumentam que, com base nas listas de preços *supra* referidas, tanto os retalhistas de loja tradicional como os 4 retalhistas *online* por elas identificados, vendem vários produtos SERA a um preço inferior ao PVP por elas recomendado (parágrafos 13 a 17 da Resposta à Nota de Ilícitude). Note-se que as Arguidas reiteraram estas afirmações na sua Pronúncia sobre as diligências complementares de prova (parágrafo 3 e 15 da Pronúncia sobre as diligências complementares de prova e parágrafo 226).
184. A este respeito cumpre notar que, relativamente ao *print-screen* dos PVP's praticados pelo retalhista Pet4you, observa-se que pratica, para a maior parte dos produtos SERA, preços inferiores aos PVP's recomendados, quer na lista de preços de 2008, quer na lista de preços de 2011.
185. Sucede, porém, que, como referido ao longo do processo, nas diversas informações remetidas pelo retalhista Pet4you a esta Autoridade, este retalhista nunca praticou os PVP's recomendados pelas Arguidas. Neste contexto, lembre-se que, em 2008, o retalhista Pet4you não aceitou a exigência das Arguidas de aplicar os PVP's recomendados como preços mínimos. Por essa razão, as Arguidas cessaram o fornecimento de encomendas ao referido retalhista. Em 27 de maio de 2009, o retalhista informou as Arguidas da sua intenção de denunciar esta situação à AdC, tendo, em 25 de junho de 2009, submetido junto da AdC a referida denúncia.
186. É neste contexto que as Arguidas, em setembro de 2009, retomaram o fornecimento de encomendas ao retalhista Pet4you. Neste sentido, o próprio retalhista declarou a esta Autoridade que "(...) o motivo do fim da renúncia de venda dos produtos Sera à Pet4you será consequência da reclamação efectuada por nós junto da Autoridade da Concorrência" (fls.3929).
187. Assim, o retalhista Pet4you nunca praticou os PVP's recomendados. Contudo, esta situação, como melhor descrito *infra*, não invalida a existência de uma política de preços mínimos implementada pelas Arguidas aos seus retalhistas do canal *online*.
188. No que se refere ao documento n.º4, o *print-screen* do *website* do retalhista Girafaonline, as Arguidas consideram que o referido retalhista vende os produtos SERA abaixo do PVP's recomendados.
189. Neste contexto, e com base no referido *print-screen* e nas tabelas de preços de 2008 e de 2011, construiu-se o quadro comparativo que se segue:

Quadro 1

Produto	PVP's praticado, pela Girafaonline, em 2012 (€) (fls.4092 a 4095)	PVP's recomendado pela Sera para 2008 (€)	fls.	PVP's recomendado pela Sera para 2011, (€)	fls.
Sera Artémia Kit de criação	11,99	11,99	4034	12,59	4063
Sera blue Sky TS	24,19	24,19	4048	24,19	4079
Sera Brillant,t DayLightTS	21,99	21,99	4048	21,99	4079
Sera Crabs Natural	3,99	3,99	4035	4,29	4065
Sera Deep Sea TS	24,19	24,19	4047	24,19	4078
Sera fiter Blo Start	7,69	7,69	4037	7,89	4066
Sera Flore Daydrpos	7,29	7,29	4038	7,19	4067
Sera GoldY Aquatan	4,99	4,99	4036	4,89	4051
Sera Marin Protein Skinmer 400 HC	141,90	141,90	4042	152,89	4071
Sera Marin Protein Skinmer 600 S	163,9	163,9	4042	174,89	4071
Sera Paint Color TS	21,99	21,99	4048	21,99	4079
Sera precision Feed A Plus	29,69	29,69	4046	30,79	4076
Sera Shimps Natural	3,99	3,99	4041	4,24	4065
Sera Snall Collect	10,99	10,99	4046	11,49	4075
Sera - Air 110	11,59	11,59	4045	11,99	4074
Ser - Air 275 R	24,19	24,19	4045	25,29	4074
Sera - Air550 R	38,49	38,49	4045	40,69	4074
Sera - Set "L"Air	7,19	7,19	4045	7,59	4074
Sera - Air Set "M"	5,49	5,49	4045	5,69	4074
Sera - Air Set "S"	4,39	4,39	4045	4,59	4074
Sera Algovec	3,89	3,89	4040	4,29	4069
Sera Aqua Test	29,69	29,69	4039	30,79	4068
Sera - Aquartaclear	5,49	5,49	4037	5,69	4066
Sera Aquatan	2,79	2,79	4037	2,79	4066
Sera-Artema	1,00	1,00	4034	1,09	4063
Sera Baktopur	6,59	6,59	4040	6,99	4069
Sera Backtopur Direct	9,89	9,89	4040	9,89	4069
Sera - Biofibras Fino 40gr	3,19	3,19	4045	3,29	4075
Sera - Biofibras Grosso	3,19	3,19	4045	3,29	4075
Sera Biopur 750 gr	5,69	5,69	4045	5,99	4075
Sera Biopur Forte	11,29	11,29	4045	11,49	4075
Sera Blue Sky Royal	17,59	17,59	4047	18,69	4078

190. O quadro acima identifica todos os produtos comercializados pelo retalhista Girafaonline listados no *print-screen supra* indicado, e que se encontram igualmente em ambas as duas listas de preços de 2008 e 2011.
191. Consta ainda deste quadro os PVP's praticados pelo retalhista Girafaonline em 2012 e os PVP's recomendados pelas Arguidas para cada produto na lista de preços de 2008 e de 2011.
192. Da análise da informação constante do quadro *supra* conclui-se que, no ano de 2012, o retalhista Girafaonline pratica os preços recomendados pelas Arguidas na sua lista de preços de 2008.
193. Esta situação é corroborada com a informação que o retalhista Girafaonline forneceu, em resposta ao pedido de elementos remetido por esta Autoridade em 27 de julho de 2012, em que refere que *“Os artigos SERA que ainda temos em catálogo online estão ao preço de venda recomendado pela própria marca desde Janeiro de 2008 (altura em que a SERA/Alemanha nos solicitou/obrigou a vender apenas a esses preços salvo promoções de artigo em fim de validade). Os PVP's que temos referem-se à tabela do Verão de 2008, último que possuímos. A partir de Janeiro de 2008, e com os PVPs recomendados em todos os artigos, fomos deixando gradualmente de trabalhar com essa marca. Fizemos pouquíssimas encomendas à marca. A última encomenda que recebemos data de Abril/Maio de 2010. Deixámos de trabalhar com a marca. Neste momento, ainda temos alguns artigos mas apenas os poucos que ainda temos em stock. Gradualmente, vão sendo retirados.”* (fls.4505).
194. Assim, atendendo às declarações *supra*, o retalhista Girafaonline apenas pode praticar os PVP's recomendados constantes da lista de preços de 2008, dado que a última encomenda efetuada às Arguidas foi em 2010, estando em vigor a lista de preços de 2008, e não tendo recebido por essa razão até à data, a tabela de preços de 2011.
195. Não se infere do quadro comparativo *supra* a existência de qualquer preço inferior ao PVP recomendado pela Sera na lista de preços de 2008.
196. Assim, contrariamente às afirmações das Arguidas, o retalhista Girafaonline *“...não ajustou temporariamente e parcialmente os seus preços de venda aos preços recomendados pelas Arguidas”*, continuando a praticar os PVP's recomendados constantes da lista de preços fornecida pelas Arguidas em 2010 ou seja a lista de preços de 2008.

197. Deste modo, não é possível concluir, como afirmam as Arguidas, que “...[à] *data de hoje não existe qualquer retalhista dos produtos Sera que não venda produtos das Arguidas a preços inferiores dos PVP’s recomendados pelas Arguidas.*” (parágrafo 18 da Resposta à Nota de Ilícitude).
198. Do *print-screen* do *Website* do retalhista Wate[R]evolution conclui-se que este retalhista pratica, em todos os produtos constantes do referido *print-screen*, preços inferiores aos PVP’s recomendados pelas Arguidas, quer na lista de preços de 2008, quer na lista de preços de 2011.
199. Em resposta ao pedido de elementos remetido por esta Autoridade em 27 de junho de 2012, e como já referido *supra*, o retalhista informou que começou a sua atividade em 01 de janeiro de 2010 e que desconhece os preços recomendados pela Sera. Também remeteu uma lista indicando os seus fornecedores. Neste contexto, sublinhe-se que as Arguidas não constam da referida lista de fornecedores (fls. 4552 a 4554).
200. Neste sentido, as Arguidas entendem, que o desconhecimento dos PVP’s recomendados implica que “*o retalhista wate[r]evolution define os seus preços sem qualquer imposição das Arguidas*” (fls. 4669)
201. Ora, se o retalhista Wate[r]evolution não adquire os produtos às Arguidas, obviamente desconhece os PVP’s por elas recomendados. Neste contexto, lembre-se que a infração em causa no presente processo versa apenas sobre a política de preços mínimos exigido pelas Arguidas aos seus retalhistas que operam através do canal *online*.
202. Assim, não sendo Wate[r]evolution um dos seus retalhistas, os preços por este praticados, não relevam para efeitos da determinação da infração em causa no presente processo.
203. No que ao retalhista Anamilândia se refere, com base no *print-screen* do seu *Website* bem como nas tabelas de preços de 2008 e de 2011, construiu-se o quadro comparativo que segue:

Quadro 2

Produto	PVP's praticado, pela Anamilandia, em 2012 (€) (fls.4096 a 4101)	PVP's recomendado pela Sera para 2008 (€)	fls.	PVP's recomendado pela Sera para 2011, (€)	fls.
SERA med Professional Flagellol...	13,10	13,19	4040	13,29	4069
SERA vipan@ 50 ml	2,56	1,99	4034	2,09	4063
SERA vipan@ 100ml	3,01	3,49	4034	3,59	4063
SERA vipan@ 250 ml	6,71	6,59	4034	6,89	4063
SEM dlscus granulat 100 ml	5,11	4,99	4037	5,29	4064
SEM disCU5 granulat 250 ml	10,24	9,99	4035	10,19	4064
SERA discus granulat 500 ml	14,45	16,49	4035	16,99	4064
SERA BIO NITRIVEC 50ml	4,00	3,89	4037	3,89	4066
SEM bio nltrivec 100ML	6,27	7,69	4037	7,89	4066
SERA blo nitrivec 250ML	15,78	15,39	4037	15,79	4066
SERA bio nltrivec 500ML	23,56	21,99	4037	21,99	4066
SERA MINERAL SALT 105 9	7,48	7,29	4037	7,69	4066
SERA MINERAL SALT 280G	16,90	16,49	4037	16,99	4066
SERA pH-minus 100ML	6,14	5,99	4037	5,99	4066
SERA pH-minus 500 ml	21,51	20,89	4052	20,89	4066
SERA FLORA 100ml	4,29	4,19	4034	4,19	4063
SERA FLORA 250ml	8,71	8,49	4034	8,79	4063
SERA FLORA 1.000 ml	23,56	21,99	4034	22,99	4063
SERA Artémia klt de criação	12,29	11,99	4046	12,59	4063
SERA vipan@ baby 50ml	3,37	3,29	4034	3,49	4063
SERA vipan@baby 100ml	5,63	5,49	4034	5,79	4063
SERA vipagran@ baby 50ml	3,04	3,49	4034	3,69	4064
SERA vipagran@ baby 100ml	5,84	5,69	4034	5,69	4064
SERA SIPORAX MINI	11,16	10,99	4045	11,49	4075
SERA SIPORAX	16,76	16,49	4045	16,49	4075
SERA SIPORAX 10L	138,67	135,29	4045	142,09	4075
SERA SIPORAX SOL	264,95	258,49	4045	271,39	4075
SERA AIR 275R PLUS	24,79	24,19	4045	25,29	4074
SERA AIR 110 PLUS	11,88	11,59	4045	11,99	4074
SERA AIR 550R PLUS	39,45	38,49	4045	40,69	4074
SERA Blotop Cube 130 XXL	338,15	329,99	4046	329,99	4071
MARIN BIOTOP CUBE 130	338,24	329,99	4046	329,99	4071

204. O quadro acima identifica todos os produtos comercializados pelo retalhista Anamilandia listados no *print-screen supra* indicado, e que se encontram igualmente em ambas as duas listas de preços de 2008 e 2011.

205. Constam ainda deste quadro os PVP's praticados pelo retalhista Anamilandia em 2012 e os PVP's recomendados pelas Arguidas para cada produto na lista de preços de 2008 e de 2011.
206. Da análise da informação constante do quadro *supra* conclui-se que, atualmente, o referido retalhista pratica, na maior parte dos produtos SERA, preços superiores aos PVP's recomendados pelas Arguidas na lista de preços de 2008.
207. Observa-se ainda que, existem 5 produtos, que se encontram identificados a azul no quadro *supra*, dos 32 produtos constantes do referido quadro que são comercializados a um preço inferior ao PVP recomendado pela Sera na lista de preços de 2008.
208. A este propósito, cumpre informar, que segundo as Arguidas, existem promoções pontuais "*... no caso de modelos em fim de série ou pouco tempo antes de a mercadoria perder a validade*" (fls.3942).
209. O retalhista Anamilandia informou esta Autoridade que há um ano que não adquire produtos SERA, não possuindo listas de preços recentes, tendo remetido a lista de preços de 2008 (fls. 4614 e 4622 a 4652).
210. De acordo com as declarações *supra*, o retalhista Anamilandia apenas pode praticar os PVP's recomendados constantes da lista de preços de 2008, dado que a última encomenda efetuada às Arguidas foi há um ano, estando em vigor, por esta razão, para todos os produtos SERA que comercializa, a lista de PVP's recomendados de 2008.
211. Em suma, dos factos *supra* descritos, conclui-se que o retalhista Anamilandia pratica, em termos gerais, PVP's superiores aos PVP's recomendados pelas Arguidas.
212. Deste modo, e contrariamente às alegações das Arguidas, o retalhista Anamilandia cumpre com a exigência das Arguidas de praticar os PVP's recomendados como preços mínimos de venda.
213. No que se refere ao documento n.º 7, os panfletos promocionais de outros retalhistas de produtos SERA, que não do canal *online*, as Arguidas argumentaram que, os referidos panfletos apresentavam "[...] *PVP's substancialmente inferiores aos PVP's recomendados pelas Arguidas.*" (parágrafo 15 da Resposta à Nota de Ilícitude).
214. Neste contexto, note-se que os referidos panfletos promocionais dizem respeito aos preços de produtos SERA comercializados por lojas físicas, pelo que não relevam para efeitos da determinação da infração em causa no presente processo.
215. Relembre-se que, o presente processo contraordenacional versa sobre a imposição dos PVP's recomendados pelas Arguidas como preços mínimos de venda aos seus retalhistas que operam através do canal *online*.
216. Como referido no parágrafo 44.c acima, em sede das diligências complementares de prova, a AdC identificou o retalhista Loropark como um novo retalhista *online* que

eventualmente poderia revender produtos SERA, remetendo-lhe, deste modo o pedido de informação referido no parágrafo 44.a. Neste contexto, o retalhista “Loropark” referiu a esta Autoridade que, começou a realizar vendas *online* em 23 de abril de 2012, no entanto informou que o seu site está há um ano em desenvolvimento, sendo que *“...neste momento dispõ[e] de alguns produtos das marcas (sera, resun, ica, hailea ejbl) na área de aquariorfilia. O nosso site foi criado com o objectivo primordial de servir de “montra” das nossa lojas físicas no Funchal. O nosso site neste momento ainda não tem um sistema de pagamentos online definido (estamos ainda à procura da melhor solução).*

A nível de vendas não fizemos nada de significativo envio em anexo o print screen das nossas vendas. Em relação aos preços praticados na loja online nos produtos de todas as marcas são os mesmos que praticamos nas lojas físicas com margens mínimas de X1.75% ou mais sobre o preço de custo (excepto alguma promoção, mas nunca abaixo do preço de custo).” (fls. 4607).

217. Neste contexto, vieram as Arguidas alegar que a Loropark pratica uma margem mínima de 75% *“...margem esta que é inferior à margem resultante dos preços recomendados pelas Arguidas”*. Assim, consideram as Arguidas que sendo esta margem inferior à margem de 100% que permitem os PVP’s por elas recomendados, a Loropark pratica PVP inferiores aos PVP’s recomendados (fls. 4670).
218. A este respeito cumpre informar que, contrariamente a estas alegações, o próprio retalhista Loropark afirma vender os produtos SERA *online* a preços superiores aos PVP recomendados pelas Arguidas (fls. 4653).
219. Em qualquer caso, note-se que este retalhista ainda não tem atividade online, atendendo a que não tem definido um sistema de pagamentos online nem tem realizado vendas significativas.
220. Acresce que este retalhista detém uma loja física, pretendendo fazer do seu site uma “montra” para publicitar os produtos que comercializa na sua loja física (parágrafo 216).
221. Por esta razão, este retalhista não é alvo da política de PVP’s mínimos imposto pelas Arguidas aos retalhistas *online* e em causa neste processo.
222. Assim sendo, os PVP’s praticados por este retalhista na sua loja física bem como na “montra” *online*, não relevam para efeitos de determinação da prática imputada no presente processo às Arguidas.
223. Em suma, do exposto conclui-se que os retalhistas do canal *online* Girafonline e Anamilandia praticam os PVP’s recomendados pelas Arguidas para todos os produtos SERA, como preços mínimos de venda.

II.7.2. *Das diligências complementares de prova*

224. Das diligências complementares de prova referidas nos parágrafos 40 a 45 *supra* foram apuradas as seguintes conclusões:

1. Todos os retalhistas do canal tradicional previamente indagados pela AdC aquando das diligências de investigação (parágrafo 17 da Nota de Ilícitude) foram novamente consultados, e responderam ao pedido de elementos remetido por esta Autoridade afirmando não realizar vendas através do sistema *online* (fls. 4357 a 4384, 4389 a 4468, 4472 a 4504, 4507 a 4508, 4509 a 4550, 4604 a 4606).
2. No que se refere aos novos retalhistas que alegadamente operam através do canal *online* e que as Arguidas deram conhecimento a esta Autoridade no ponto 14 e no documento n.º 5 da Resposta a Nota de Ilícitude, cumpre informar o seguinte:
 - i. O retalhista Animalandia, respondeu que não realiza vendas *online* (fls. 4482);
 - ii. O retalhista Wate[R]evolution informou esta Autoridade que comercializa várias marcas de produtos para aquariofilia, entre elas a marca SERA, não obstante, as Arguidas não se encontram entre os seus fornecedores. Neste contexto, referiu que não tem conhecimento dos preços recomendados pelas Arguidas (fls. 4551 a 4603);
 - iii. O retalhista Anamilandia em resposta ao pedido de elementos remetido por esta Autoridade referiu que efetua vendas *online*, tendo iniciado a sua atividade em 07 de abril de 2010. Informou ainda que, os preços que pratica são ligeiramente mais altos que os PVP's recomendados pelas Arguidas (fls. 4614). No que se refere à comercialização dos produtos SERA acrescentou que, deixou de trabalhar "... com a marca Sera pois existe muitas lojas a praticar preços muito mais baixos que o pvp recomendado aliás preços mais baixos que o meu preço de compra [...] além de ter a quantidade mínima de compra imposta pela marca, e agora tenho muitos produtos quase a acabar o prazo de validade." Informou ainda a esta Autoridade que "a Sera exige que seja cumprido o PVP [...]". Neste sentido remeteu um correio eletrónico dirigido pelo Sr. Ricardo Rivero, comercial da empresa Sera Esp à Anamilandia que dizia nos seguintes termos : "[...] preciso os dados fiscais para a facturação e como somente têm uma loja on line, isto é, não há uma loja física, preciso que me assinem um contrato de venda para lojas on line, no que se comprometem a cumprir os PVP recomendados por SERA e não poder nunca vender por embaixo desses preços [...]" (fls. 4612 a 4652).

Neste contexto, note-se que não consta dos autos o referido contrato atendendo a que a pessoa responsável da Anamilanda *“apesar de ter assinado o contrato não ficou com nenhuma cópia”* (fls. 4660 a 4664).

3. Como referido no parágrafo 44 alínea c) *supra*, a AdC também solicitou informação ao retalhista Loropark, o qual declarou que realiza vendas através do canal *online* desde o dia 23 de abril de 2012 sendo que vende produtos da marca SERA desde essa data. Contudo, afirma que o *site* foi criado com o objetivo primordial de servir de "montra" das suas lojas físicas no Funchal e que ainda se encontra em desenvolvimento, não tendo de momento um sistema de pagamentos online definido. Referiu ainda que os preços praticados para os produtos SERA são superiores aos preços de custo, praticando uma margem de 75% (fls. 4607 e 4653).
4. No que respeita à informação solicitada aos retalhistas Pet4you e Girafaonline, tal e como requereram as Arguidas, sobre se vendem produtos SERA abaixo do PVP's recomendados, os mesmos responderam nos seguintes termos:
 - i. O retalhista Pet4you informou que nunca praticou os PVP's recomendados pelas Arguidas e que os preços que pratica para os produtos da marca SERA são abaixo dos PVP recomendados. Justificou ainda que *“[o] motivo que levou a praticar preços mais baixos que os recomendados pela marca foi a concorrência com outros comerciantes.”* (fls. 4469 a 4470);
 - ii. Na sua resposta o retalhista Girafaonline referiu que *“[o]s artigos SERA que ainda temos em catálogo online estão ao preço de venda recomendado pela própria marca desde Janeiro de 2008 (altura em que a SERA Alemanha nos solicitou/obrigou a vender apenas a esses preços salvo promoções de artigo em fim de validade). Os PVPs que temos referem-se à tabela do Verão de 2008, último que possuímos.”*

Neste sentido, informou que *“ [d]esde que fornecemos SERA (2006), e de um modo global em toda a linha SERA, nunca baixamos preços (é possível que, esporadicamente, um ou outro artigo sofresse algum tipo de alteração de preço mas apenas em situações pontuais, depois de tantos anos é-me impossível ter esse tipo de informação com precisão).”*

Acrescentou que *[...] em Julho/Agosto [de 2008], o comercial da SERA ter-me informado que não forneceria a lojas online. Na altura fiquei perplexo com essa informação que surgiu do nada, depois de todo o trabalho que tivemos para a introdução da marca no catálogo e de fomentar a mesma e já com clientes habituais, e manifestei o meu total desagrado até por considerar a situação completamente ilegal (havia outras lojas online que continuavam com SERA e,*

sobretudo, na Alemanha a marca potencia lojas online inclusivamente com preços absolutamente absurdos [chegam a ser inferiores aos nossos de custos em alguns casos (...)]. Na mesma semana, o comercial contactou-me e informou-me que tinham voltado atrás na decisão pedindo que aumentasse os preços. Na altura, aumentamos a nossa margem nos artigos SERA em toda a sua linha. Meses depois, em Janeiro de 2008, a SERA informa-nos que teríamos que praticar os seus PVPs recomendados e não nos enviariam mais qualquer encomenda caso tal não acontecesse. Assim o fizemos. Cheguei, pessoalmente, a falar via telefone para a Alemanha a solicitar que explicassem o porquê de sermos obrigados a praticar preços PVPs recomendados quando a maioria das lojas online ou físicas não faz. Nunca tivemos resposta, o mesmo acontecendo com os sucessivos comerciais (e já foram muitos ...)”.

Assim, informou ainda, “[a] partir de Janeiro de 2008 e com os PVPs recomendados em todos os artigos, fomos deixando gradualmente de trabalhar com essa marca. Fizemos pouquíssimas encomendas à marca. A última encomenda que recebemos data de Abril/Maio de 2010. Deixamos de trabalhar com a marca. Neste momento, ainda temos alguns artigos mas apenas os poucos que ainda temos em stock. Gradualmente, vão sendo retirados.” (fls. 4471 e 4505).

225. Em suma, e face ao exposto verifica-se que contrariamente às afirmações das Arguidas na Resposta à Nota de Ilícitude:

1. Não foi produzida prova da existência de retalhistas do canal tradicional que possuam, desde janeiro de 2008, *sítes* onde procedam também à venda dos produtos SERA (parágrafo 20 da Resposta à Nota de Ilícitude);
2. Dois dos retalhistas que operam através do canal *online* dos quais as Arguidas deram conhecimento a esta Autoridade, o retalhista Wate[r]evolution e o retalhista Animalandia, não relevam para efeitos de determinação da prática anticoncorrencial em causa no presente processo por se tratar de retalhistas que não são fornecidos pelas Arguidas ou não realizam vendas através do canal *online* (parágrafo 14 da Resposta à Nota de Ilícitude);
3. O retalhista Girafaonline e o retalhista Anamilandia afirmam continuar a praticar os PVP’s recomendados pelas Arguidas (parágrafo 18 da Resposta à Nota de Ilícitude).

II.7.3. *Da Pronúncia das Arguidas sobre as diligências complementares de prova*

226. Na Pronúncia sobre as diligências complementares de prova as Arguidas vieram alegar que os elementos constantes das diligências complementares de prova “[...] *vêm na sua generalidade comprovar o que é dito pelas Arguidas na sua [Defesa Escrita]*”, em particular, consideram que permitem confirmar que:

1. Apenas a Girafaonline ajustou temporária e parcialmente os seus preços de venda aos preços recomendados pelas Arguidas;
2. Há vários retalhistas do canal *online* que vendem os produtos SERA abaixo do PVP recomendado pelas Arguidas;
3. À data de hoje não existe qualquer retalhista dos produtos SERA que não venda produtos das Arguidas a preços inferiores aos PVP's recomendados;
4. O retalhista Girafaonline não procedeu a qualquer nova encomenda de produtos Sera a partir de 21 de Abril de 2010;
5. O retalhista Pet4you continuou a vender abaixo do PVP recomendado pelas Arguidas e o retalhista Girafaonline não acatou a solicitação das Arguidas, tendo deixado de adquirir e revender produtos SERA;
6. Não existe nem existiu no mercado qualquer acordo para a concretização de uma prática restritiva, tal como definida no artigo 101.º do TFUE e no artigo 4º, n.º 1 da LdC;
7. O retalhista Girafaonline “*deixou de adquirir produtos Sera por não concordar com tal solicitação*”.
8. Relativamente às afirmações do retalhista "Anamilandia" proferidas a fls. 4618 e 4660, declaram as Arguidas desconhecer por completo o envio do e-mail do comercial "Ricardo Riveiro Aldão" anexo a essas declarações bem como a assinatura de qualquer acordo/contrato com o teor referido em tais declarações. Neste contexto, acrescentaram as Arguidas que a solicitação do referido comercial foi efetuada “ [...] *à completa revelia das Arguidas e com o total desconhecimento destas; e não tinha, até à presente data, chegado ao conhecimento das Arguidas informação sobre tal pedido ou sobre qualquer acordo ou contrato assinado com aquele propósito, acordo ou contrato este que as Arguidas não possuem, tal como, de resto o próprio retalhista, pelo que não podem as Arguidas aceitar ou reconhecer o mesmo como existente*”.
9. Finalmente, afirmaram que, o documento n.º 5 junto pelas Arguidas ao processo na Resposta à Nota de Ilicitude (v. parágrafo 37.5) permite,

demonstrar que na data de 17.07.2012, o retalhista Anamilandia publicitava no seu site eletrónico a venda de produtos SERA abaixo do PVP recomendado, o que desmente igualmente a existência de qualquer acordo entre a mesma e as Arguidas (parágrafos 10 a 25 da Pronúncia sobre as diligências complementares de prova).

227. Neste contexto note-se que, a maior parte das alegações das Arguidas identificadas nos pontos 1 a 7 do parágrafo 226 acima, reiteram os argumentos previamente apresentados pelas Arguidas na resposta à Nota de Ilicitude, tendo sido analisadas e rebatidas nos parágrafos 174 a 225 *supra*.
228. Em suma, o retalhista Girafaonline continua em 2012 a praticar os PVP recomendados pelas Arguidas na sua lista de preços de 2008, fornecida em 2010 (v. parágrafos 192 a 197).
229. Deste modo, não é possível concluir, como afirmam as Arguidas, que “[...]à data de hoje não existe qualquer retalhista dos produtos Sera que não venda produtos das Arguidas a preços inferiores dos PVP’s recomendados pelas Arguidas” (parágrafo 12 da Pronúncia sobre as diligências complementares de prova).
230. O retalhista Wate[R]evolution não adquire os produtos SERA às Arguidas pelo que os preços que pratica não relevam para efeitos da determinação da infração em causa no presente processo.(v. parágrafos 200 e 202 *supra*)
231. Como *supra* referido, os PVP’s praticados pelo retalhista Loropark na sua loja física bem como na “montra” online, também não relevam para efeitos de determinação da prática imputada no presente processo às Arguidas (v. 217 a 222 *supra*).
232. Relativamente à mensagem de correio eletrónico remetida a esta autoridade pelo retalhista Anamilandia, datada de 5 abril de 2010, através da qual o referido retalhista era informado pelo delegado comercial da Sera Espanha que, “*como tem uma loja online [...] preciso que assine um contrato de venda para lojas online, no que se comprometem a cumprir os PVP recomendados pela Sera e não pode nunca vender por embaixo [sic] desses preços*”, cumpre notar que o alegado desconhecimento por parte das Arguidas do referido contrato bem como o facto de argumentar que “*a solicitação do referido comercial foi efectuada à completa revelia das Arguidas*” não implica a inexistência da prática em questão nem retira a responsabilidade das Arguidas.
233. A este propósito, note-se que, de acordo com a informação fornecida pelas Arguidas, a Sera GmbH detém 100% do capital social da Sera Esp. SL. Sociedade Unipersonal (v parágrafo 58).

234. Neste sentido, de acordo com a jurisprudência constante, o comportamento de uma filial pode ser imputado à sociedade mãe quando é detida a 100% por esta (v. parágrafo 276).
235. Apesar de a Autoridade não ter constituído como Arguida a empresa Sera Esp. SL. Sociedad Unipersonal, as declarações constantes da mensagem de correio eletrónico *supra* não deixam, no entanto, de corroborar os elementos probatórios que sustentam a Nota de Ilícitude, demonstrando uma estratégia consistente de controlo das condições de preço praticadas no canal online.

II.8. Conclusões quanto à matéria de facto

236. Nos termos expostos, resulta assim provado, com fundamento nos elementos recolhidos através das diversas diligências realizadas e *supra* indicadas, que:
1. A Sera GmbH é uma empresa alemã que fabrica produtos para a “... aquariofilia, aquariofilia de água, lagos e terrários” e, pelo menos, desde o dia 1 de janeiro do ano 2008, opera em Portugal através da Sera Portugal que importa, distribui e factura aos seus clientes retalhistas portugueses os produtos SERA;
 2. Em janeiro e fevereiro de 2008, a Sera GmbH solicitou por mensagem de correio eletrónico aos retalhistas portugueses que operam através do canal online, Girafaonline e Pet4you, o ajuste dos preços de todos os produtos SERA conforme os seus preços de venda ao público recomendados;
 3. Apenas o retalhista Girafaonline aceitou o pedido e ajustou os seus preços aos preços recomendados;
 4. A Sera GmbH recusou as encomendas do retalhista Pet4you, pelo menos, desde 28 de fevereiro de 2008 até setembro de 2009;
 5. A Sera GmbH controla os preços de venda ao público praticados pelos retalhistas portugueses que operam no canal *online*;
 6. O comportamento das Arguidas têm como alvo concorrencial o canal de vendas *online* atendendo a que os retalhistas tradicionais não indicam ter sido pressionados a manter os preços recomendados;
 7. Os retalhistas tradicionais, na sua maioria, não celebram contratos escritos com os fornecedores e, embora recebam tabelas de preços de venda ao público recomendados, afirmam que praticam a política de preços por eles definida;

8. Existem, em Portugal, cerca de 22 fornecedores de produtos de aquariorfilia, e mais de 40 marcas deste tipo de produtos;
9. Não consta dos autos informação suficiente que permita determinar as quotas de mercado detidas pelos diversos fornecedores e/ou marcas.
10. Não foi produzida prova da existência de retalhistas do canal tradicional que possuam, desde janeiro de 2008, sites onde procedem também à venda dos produtos SERA.

III. DO DIREITO

III.1. Mercado Relevante

237. O conceito jusconcorrencial de mercado relevante é utilizado para identificar e definir os limites da concorrência entre empresas.
238. Este conceito engloba a dimensão produto ou serviço - mercado relevante do produto ou serviço - e a dimensão geográfica - mercado geográfico relevante.

III.1.1. O Mercado do Produto

239. O mercado do produto relevante *“compreende todos os produtos e/ou serviços considerados permutáveis ou substituíveis pelo consumidor devido às suas características, preços e utilização pretendida”*².
240. Conforme foi referido, as Arguidas dedicam-se, em Portugal, à importação, comercialização e distribuição de produtos para aquariorfilia.
241. As vendas efetuadas pelas Arguidas estão direcionadas para retalhistas - lojas da especialidade ou *online* - que, por sua vez, vendem ao consumidor final.
242. Nas vendas que efetuam aos retalhistas, as Arguidas comercializam uma gama de produtos destinados à aquariorfilia.
243. Refere a Comissão, nas suas Orientações Relativas às Restrições Verticais, que *“[n]os casos em que os fornecedores vendem em geral uma gama de produtos, a gama no seu todo pode determinar o mercado do produto quando as gamas de produtos em si, e não os produtos tomados individualmente, são consideradas substitutos pelos compradores”*³.
244. Assim, atentos os factos *supra* descritos e para efeitos de avaliação da presente Decisão, o mercado relevante do produto é “o mercado dos produtos para aquariorfilia”.

² Vide, Comunicação relativa à definição do mercado relevante, parágrafo 7.

³ Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 19 de Maio de 2010 (2010/C 130/01).

III.1.2. O Mercado Geográfico

245. Os acordos de distribuição em análise são de âmbito nacional, direcionados ao mercado português, pelo que foram tidos em conta dados de mercado de âmbito nacional - Portugal Continental - por se tratar do espaço económico em que as empresas intervenientes operam em condições de concorrência homogénea, com o mesmo enquadramento legal e fiscal, nomeadamente no que concerne aos aspetos de comercialização deste tipo de produtos.
246. A própria Comissão Europeia, na definição de mercados relevantes no âmbito de fornecimentos de alimentação para animais domésticos, considerou estarmos em presença de mercados de âmbito nacional atendendo às “... *diferenças substanciais entre os Estados Membros no que se refere aos hábitos de consumo, às estruturas de mercado e às estratégias de comercialização.*”⁴
247. Assim, o mercado relevante é o mercado dos produtos para aquarofilia em Portugal Continental.
248. Contudo, “...*a definição de mercados relevantes, muito embora importante na determinação dos efeitos concorrenciais dos comportamentos das empresas envolvidas e, em particular, nas operações de controlo de concentrações, não é necessário ou indispensável em processos de práticas restritivas da concorrência, em especial perante acordos, práticas concertadas ou decisões de associações de empresas com objectivo restritivo da concorrência, nomeadamente através da fixação, directa ou indirecta, de preços ou de outras condições que permitam a sua determinação.*”⁵
249. Esta é a jurisprudência constante dos tribunais comunitários, ao confirmarem a desnecessidade de se determinar ou apurar o mercado relevante quando os acordos ou práticas restritivas da concorrência em causa são suscetíveis de afetar o comércio entre Estados-membros e tenham como objeto a restrição da concorrência no mercado comum:

“Quanto, em primeiro lugar, à crítica relativa à falta de definição prévia do mercado relevante pela Comissão, há que reconhecer que a Comissão não tinha, neste caso, nenhuma obrigação de operar uma delimitação do mercado em causa. Com efeito, resulta da jurisprudência que, no quadro da aplicação do artigo 81.º, n.º 1, CE, é com vista a determinar se um acordo é susceptível de afectar o comércio entre Estados Membros e tem por objecto ou efeito impedir, restringir ou falsear o jogo da

⁴ IP/02/263, de 15 de Fevereiro de 2002, e Decisão da Comissão Europeia no processo de concentração COMP/M.2544, Masterfoods – Royal Canin.

⁵ Decisão do Conselho AdC em 31 de Dezembro de 2010 no processo PRC/2006/12.

concorrência no interior do mercado comum que é necessário definir o mercado em causa (acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 21 de Fevereiro de 1995, SPO e o./Comissão, T 29/92, Colect., p. II 289, n.º 74; Cimento, n.º 31 supra, n.º 1093, e de 6 de Julho de 2000, Volkswagen/Comissão, T 62/98, Colect., p. II 2707, n.º 230). Por consequência, a obrigação de operar uma delimitação do mercado em causa numa decisão adoptada em aplicação do artigo 81.º, n.º 1 CE, impõe-se à Comissão unicamente quando, sem tal delimitação, não seja possível determinar se o acordo, a decisão de associação de empresas ou a prática concertada em causa é susceptível de afectar o comércio entre os Estados Membros e tem por objectivo ou efeito impedir, restringir ou falsear o jogo da concorrência no mercado comum (acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 15 de Setembro de 1998, European Night Services e o./Comissão, T 374/94, T 375/94, T 384/94 e T 388/94, Colect., p. II 3141, n. os 93 a 95 e 105, e Volkswagen/Comissão, já referido, n.º 230). Ora, a recorrente não contesta que os acordos ou as práticas concertadas em causa eram susceptíveis de afectar o comércio entre os Estados Membros e tinham por objectivo restringir e falsear o jogo da concorrência no interior do mercado comum. Em consequência, não exigindo a aplicação feita pela Comissão do artigo 81.º CE, neste caso, uma definição prévia do mercado pertinente, não pode ser identificada qualquer violação da obrigação de fundamentação quanto a este ponto”⁶.

III.1.3. O mercado nacional de produtos de aquariorfilia

III.1.3.1. Caracterização da Oferta

250. A oferta de produtos para aquariorfilia, possui as seguintes características:

1. Estamos em presença de produtos finais, independentemente da sua embalagem ou textura;
2. A sua importação e comercialização realizam-se no mercado português através de importadores/distribuidores ou de retalhistas do canal *online*;
3. Desconhecem-se quaisquer barreiras à importação deste tipo de produtos no mercado português.

251. Para além das Arguidas, que operam neste mercado, existem várias empresas em Portugal que distribuem/comercializam produtos para aquariorfilia (v. artigo 97 a 99).

⁶ Vd. Acórdãos do TPI, *Groupe Danone c. Comissão*, T-38/02, Col. II-4407 (2005), e *Brouwerij Haacht NV c. Comissão*, T-48/02, Col. II-5259 (2005).

III.1.3.2. Caracterização da Procura

252. A caracterização da procura no mercado de produtos para aquarofilia é feita do seguinte modo:

1. A procura é ao nível nacional, dispersa e relaciona-se com a densidade populacional;
2. A concorrência é baseada na marca, no preço e no tipo de animal ao qual o produto se destina;
3. Em Portugal os principais clientes dos distribuidores são as lojas/retalhistas da especialidade e no que aos retalhistas do canal *online* se refere, os consumidores finais.

III.2. Apreciação Jurídica e Económica

253. Dos factos acima enunciados resulta que a Sera GmbH, desde o ano de 2008, impôs aos retalhistas portugueses que operam no canal *online*, nomeadamente ao retalhista Pet4you e ao retalhista Girafaonline, a aplicação dos preços de venda ao público recomendados para todos os seus produtos como preços mínimos de venda (v. parágrafos 68 a 78).

254. Resulta igualmente dos factos *supra* descritos que a Sera GmbH opera em Portugal através da Sera Portugal, a qual procede à distribuição e faturação dos produtos da marca SERA vendidos aos retalhistas do canal *online* (v. parágrafos 61 e 64).

255. Decorre ainda dos factos, após uma análise pormenorizada da informação constante do processo, não dispor esta Autoridade, no âmbito do presente processo, de elementos substanciais, coerentes e precisos que permitam a imputação às Arguidas de uma infração à Lei da Concorrência e/ou ao TFUE, ao abrigo do disposto no n.º 1 do seu artigo 6.º e/ou do disposto no artigo 102.º, respetivamente (v. parágrafo 236).

256. Contudo, e sem prejuízo do atrás referido, nos termos do n.º 1 do artigo 4.º da Lei n.º 18/2003 de 11 de junho (LdC) “[s]ão proibidos os acordos entre empresas, as decisões de associações de empresas e as práticas concertadas entre empresas, qualquer que seja a forma que revistam, que tenham por objecto ou como efeito impedir, falsear ou restringir de forma sensível a concorrência no todo ou em parte do mercado nacional, nomeadamente que se traduzam em:

a) *Fixar, de forma directa ou indirecta, os preços de compra ou de venda ou interferir na sua determinação pelo livre jogo do mercado, induzindo, artificialmente, quer a sua alta quer a sua baixa (...)*”.

257. E do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE resulta que *“[s]ão incompatíveis com o mercado comum e proibidos todos os acordos entre empresas, todas as decisões de associações de empresas e todas as práticas concertadas que sejam susceptíveis de afectar o comércio entre os Estados-Membros e que tenham por objectivo ou efeito impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado comum, designadamente as que consistam em:*

a) *Fixar, de forma directa ou indirecta, os preços de compra ou de venda, ou quaisquer outras condições de transação (...)*”.

258. Impõe-se, deste modo, verificar se a conduta assumida pelas Arguidas se subsume aos tipos de ilícito em causa.

III.2.1. Tipo Objetivo

259. Como sublinhado pelo Tribunal da Relação de Lisboa a respeito do n.º 1 do artigo 4.º da Lei n.º 18/2003, *“Nos termos da indicada disposição legal «são proibidos os acordos entre empresas, as decisões de associações de empresas e as práticas concertadas entre empresas, qualquer que seja a forma que revistam, que tenham por objecto ou como efeito impedir, falsear ou restringir de forma sensível a concorrência no todo ou em parte do mercado nacional», nomeadamente os que se traduzam nos comportamentos enunciados nas diferentes alíneas desse preceito”*.

260. *“Significa isto, em primeiro lugar, que os elementos dos diversos tipos de ilícito contraordenacional se encontram descritos no corpo desse número um e não nas suas alíneas. O que nelas se contém são meros exemplos de condutas típicas”*.⁷

261. São, assim, elementos do tipo objetivo da contraordenação prevista no n.º 1 do artigo 4.º da LdC (i) a existência de um acordo, ou prática concertada entre (duas ou mais) empresas ou de uma decisão de associação de empresas; (ii) o objeto ou efeito anti concorrencial do comportamento; (iii) o carácter sensível da restrição da concorrência.

262. Nos parágrafos 237 a 252 acima, para onde expressamente se remete a fim de evitar repetições desnecessárias, foi já determinada a existência de um mercado relevante,

⁷ Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (3.ª Secção) de 7.11.2007, Proc. N.º 7251/07-3. Disponível em versão eletrónica em <http://www.dgsi.pt/jtrl.nsf/e6e1f17fa82712ff80257583004e3ddc/e8e8c6f60e771c5c8025739b00594a49?OpenDocument>.

sendo nesse quadro que se deve aferir o carácter anti concorrencial dos ilícitos em causa e a natureza sensível das restrições em apreço.

263. Cumpre, deste modo, aferir se a conduta assumida pelas Arguidas preenche os elementos do tipo objetivo.

III.2.1.1. Qualidade de empresa

264. O n.º 1 do artigo 2.º da LdC dispõe que “[c]onsidera-se empresa, para efeitos da presente lei, qualquer entidade que exerça uma atividade económica que consista na oferta de bens ou serviços num determinado mercado, independentemente do seu estatuto jurídico e do modo de funcionamento.”

265. Esta disposição reflete aquela que vem sendo a jurisprudência comunitária desenvolvida a propósito do conceito de empresa para efeitos de aplicação do artigo 101.º do TFUE, evidenciada, desde logo, no Acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça em 23 de abril de 1991, no âmbito do processo Klaus Höfner e Fritz Elser contra Macrotron GmbH com o número C-41/90⁸.

266. Deste modo, é considerada uma “empresa”, para efeitos de aplicação das regras da concorrência, a entidade que exerça uma atividade económica, independentemente do seu estatuto jurídico e do seu modo de funcionamento e financiamento⁹.

267. Para efeitos de aplicação das regras de concorrência, o exercício de uma atividade económica consiste, por regra, na oferta de bens ou serviços num determinado mercado (n.º 1 do artigo 2.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho; neste sentido v. igualmente a jurisprudência comunitária aplicável¹⁰).

⁸ [1991] CJ I – 1979.

⁹ “Klaus Höfner e Fritz Elser contra Macrotron GmbH”, Processo n.º C-41/90, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61990J0041:PT:PDF>, parágrafo 21; “Poucet et Pistre”, Processos n.ºs C-159/91 e C-160/91, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61991J0159:PT:HTML>, parágrafo 17; “Fédération Française des Sociétés d’Assurance”, Processo n.º C-244/94, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61994J0244:PT:PDF>, parágrafo 14; “FENIN contra Comissão”, Processo n.º C-205/03 P, CJ, página I-6295, parágrafo 25; “Cassa di Risparmio di Firenze” e Outros, Processo n.º C-222/04, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62004J0222:PT:PDF>, parágrafo 107; “Dansk Rørindustri e Outros contra Comissão”, Processos n.ºs C-189/02 P, C-202/02 P, C-205/02 P a C-208/02 P e C-213/02 P, CJ, página I-5425, parágrafo 112; Sentença do 3.º Juízo do Tribunal de Comércio, de 18 de Janeiro de 2007, Processo n.º 851/06.2 TYLSB, página 32, não publicada.

¹⁰ “Comissão contra República Italiana”, Processo n.º 118/85, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61985J0118:PT:PDF>, parágrafos 7 e 8; “Comissão contra República Italiana”, Processo n.º C-35/96, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61996J0035:PT:HTML>, parágrafo 36; “Pavel Pavlov e outros contra Stichting Pensioenfonds Medische Specialisten”, Processos n.ºs C-180/98 a C-184/98, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61998J0180:EN:HTML>, parágrafo 75; “Aéroports de Paris contra Comissão”, Processo n.º C-82/01 P, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62001J0082:PT:HTML>, parágrafo 79; “Ryanair Ltd contra Comissão”, Processo n.º T-196/04, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/>

268. Assim, face aos factos expostos nos parágrafos 55 a 66 *supra*, quer a Sera Portugal, quer a Sera GmbH, devem ser consideradas “empresas” para efeitos de aplicação do artigo 4.º da LdC, porquanto ambas são fornecedoras de bens (produtos da marca SERA) num determinado mercado (o mercado português de produtos para aquariofilia).
269. Por outro lado, cumpre notar que, embora juridicamente distintas, duas ou mais “empresas” poderão formar uma única “empresa”, para efeitos jusconcorrenciais, conforme resulta do disposto no n.º 2 do artigo 2.º da LdC: “*Considera-se como uma única empresa o conjunto de empresas que, embora juridicamente distintas, constituem uma unidade económica ou que mantêm entre si laços de interdependência ou subordinação decorrentes dos direitos ou poderes enumerados no n.º 1 do artigo 10.º*”.
270. O citado n.º 1 do artigo 10.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de Junho, por sua vez, consagra o que a seguir se transcreve:

“Artigo 10.º

Quota de mercado e volume de negócios

1 – Para o cálculo da quota de mercado e do volume de negócios previstos no artigo anterior ter-se-ão em conta, cumulativamente, os volumes de negócios:

- a) Das empresas participantes na concentração;*
- b) Das empresas em que estas dispõem direta ou indiretamente:*
 - De uma participação maioritária no capital;*
 - De mais de metade dos votos;*
 - Da possibilidade de designar mais de metade dos membros do órgão de administração ou de fiscalização;*
 - Do poder de gerir os negócios da empresa;*
- c) Das empresas que dispõem nas empresas participantes, isoladamente ou em conjunto, dos direitos ou poderes enumerados na alínea b);*
- d) Das empresas nas quais uma empresa referida na alínea c) dispõe dos direitos ou poderes enumerados na alínea b);*
- e) Das empresas em que várias empresas referidas nas alíneas a) a d) dispõem em conjunto, entre elas ou com empresas terceiras, dos direitos ou poderes enumerados na alínea b)”.*

LexUriServ.do?uri=CELEX:62004A0196:EN:HTML, parágrafo 87; “Cassa di Risparmio di Firenze” e Outros, Processo n.º C-222/04, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62004J0222:PT:PDF>, parágrafo 108; “Enirisorse SpA contra Sotacarbo SpA”, Processo n.º C-237/04, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62004J0237:EN:HTML>, parágrafo 29; “SELEX Sistemi Integrati SpA contra Comissão”, Processo n.º C-113/07 P, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62007J0113:EN:HTML>, parágrafo 69.

271. Verifica-se, assim, que, à semelhança do que vem sendo implementado pela jurisprudência comunitária¹¹, também o legislador nacional adotou a chamada doutrina da unidade económica.
272. Ora, conforme se verificou no parágrafo 65 *supra*, a Sera Portugal é detida, na totalidade, pela Sera GmbH, mantendo assim, entre si, um dos laços de interdependência ou subordinação consagrados no n.º 1 do artigo 10.º acima transcrito, apesar de serem sociedades juridicamente distintas.
273. Acresce que, dos factos enunciados nos parágrafos 68 a 78 e 162 a 172 *supra* resulta, igualmente provado que é a Sera GmbH quem determina a linha de atuação da empresa Sera Portugal no mercado, limitando-se a empresa portuguesa a proceder à distribuição dos produtos da marca SERA vendidos aos retalhistas portugueses bem como à faturação dos mesmos.
274. Por outro lado, e ainda com referência aos factos enunciados nos parágrafos 68 a 78 *supra*, cumpre também observar que as mensagens de correio eletrónico enviadas aos retalhistas Girafaonline e Pet4you, no sentido de respeitarem os preços mínimos “recomendados” nos produtos da marca SERA, são enviadas com o timbre da Sera GmbH e assinadas por Anny Ravnak, gerente da empresa Sera Portugal, em nome da Sera GmbH.
275. Por todo o *exposto*, afigura-se existir prova cabal e suficiente de que as sociedades Sera Portugal e Sera GmbH formam uma única empresa, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 2.º da LdC.
276. Neste contexto, sublinhe-se que resulta da jurisprudência que *“o comportamento de uma filial pode ser imputado à sociedade-mãe, designadamente quando, apesar de ter personalidade jurídica distinta, essa filial não determina de forma autónoma o seu comportamento no mercado, mas aplica, no essencial, as instruções que lhe são dadas pela sociedade-mãe, atendendo em especial aos vínculos económicos, organizacionais e jurídicos que unem essas duas entidades jurídicas (acórdão Akzo Nobel e o./Comissão, já referido, n.º 58 e jurisprudência referida). Com efeito, nessa situação, uma vez que a sociedade-mãe e a sua filial fazem parte de uma mesma unidade económica e, portanto, formam uma única empresa na acepção do artigo 81.º CE [atual 101 TFUE], a Comissão pode dirigir à sociedade-mãe uma decisão que aplica coimas, sem que seja necessário demonstrar o envolvimento pessoal desta última na infracção (v., neste sentido, acórdão Akzo Nobel e o./Comissão, já referido, n.º 59).*

¹¹ “*Corinne Bodson contra SA Pompes Funebres Des Regions Liberees*”, Processo n.º 30/87, disponível no sítio de internet <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61987J0030:PT:HTML>; “*Viho Europe BV contra Comissão*”, Processo n.º C-73/95 P, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61995J0073:PT:HTML>, parágrafos 6 e 15 a 18.

39 A este respeito, o Tribunal de Justiça precisou que, no caso especial em que uma sociedade-mãe detém 100% do capital da sua filial que tenha cometido uma infracção às regras da concorrência da União, por um lado, essa sociedade-mãe pode exercer uma influência determinante sobre o comportamento dessa filial e, por outro, existe uma presunção ilidível segundo a qual essa sociedade-mãe exerce efectivamente tal influência (v. acórdão Akzo Nobel e o./Comissão, n.º 60 e jurisprudência referida).

40 Nestas condições, basta que a Comissão prove que a totalidade do capital de uma filial é detida pela sua sociedade-mãe para se presumir que esta última exerce uma influência determinante sobre a política comercial dessa filial. A Comissão pode, em consequência, considerar que a sociedade-mãe é solidariamente responsável pelo pagamento da coima aplicada à sua filial, a menos que a sociedade-mãe, à qual incumbe ilidir a presunção, apresente elementos de prova suficientes susceptíveis de demonstrar que a sua filial se comporta de forma autónoma no mercado (v. acórdãos já referidos Stora Kopparbergs Bergslags/Comissão, n.º 29, e Akzo Nobel e o./Comissão, n.º 61)¹².

277. No caso em apreço, embora a conduta em causa seja imputável à Arguida Sera GmbH, a mesma atua em Portugal através da Sera Portugal. No entanto, como se verifica dos elementos constantes do processo, a Sera Portugal segue a política comercial definida pela empresa mãe. Assim sendo, e tendo a Sera GmbH atuado no comportamento ilícito por intermédio da própria gerente da Sera Portugal, é necessário imputar a conduta anticoncorrencial i.e. fixação dos preços mínimos de venda, à empresa constituída por aquelas duas sociedades.
278. Assim sendo e do exposto, afigura-se, que a empresa constituída pela Sera GmbH e pela Sera Portugal, quando procedeu à comercialização dos produtos da marca SERA em Portugal, fixou, desde janeiro de 2008, os preços de venda ao público dos referidos produtos para os seus retalhistas portugueses que operam no canal *online*, agindo assim como autora da infração em causa.
279. A este propósito cumpre observar que, “[s]ob reserva das obrigações internacionais do Estado Português, a presente lei é aplicável às práticas restritivas da concorrência e às

¹² “General Química SA e Outros contra Comissão Europeia”, Processo n.º C-90/09 P, disponível em [Página 59 de 90](http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/form.pl?lang=pt&newform=newform&Submit=Pesquisar&alljur=alljur&jurcdj=jurcdj&jurtpi=jurtpi&jurtfp=jurtfp&alldocrec=alldocrec&docj=docj&docor=docor&docop=docop&docppoag=docppoag&docav=docav&docsom=docsom&docinf=docinf&alldocnorec=alldocnorec&docnoj=docnoj&docnoor=docnoor&radtypeord=on&typeord=ALL&docnodecision=docnodecision&allcommjo=allcommjo&affint=affint&affclose=affclose&numaff=c-90%2F09&ddatefs=&mdatefs=&ydatefs=&ddatefe=&mdatefe=&ydatefe=&nomusuel=&domaine=&mots=&resmax=100, parágrafos 37 a 40.</p></div><div data-bbox=)

operações de concentração de empresas que ocorram em território nacional ou que neste tenham ou possam ter efeitos” (n.º 2 do artigo 1.º da LdC).

280. Deste modo, não obstante a empresa Sera GmbH ser uma empresa incorporada de acordo com as leis alemãs, com sede na Alemanha, tal não obsta à aplicação da LdC ao caso concreto.
281. Deste modo, face aos factos expostos nos parágrafos 55 a 66 e 97 a 160, quer as Arguidas, quer os seus retalhistas, devem ser considerados “empresas” para efeitos de aplicação da LdC, porquanto todos eles fornecem bens (produtos de aquaríofilia) num determinado mercado (mercado nacional de produtos para a aquaríofilia).

III.2.1.2. Existência de um acordo, decisão de associação de empresas ou prática concertada

Posição adotada pela Autoridade na Nota de Ilícitude

282. Nos parágrafos 197.º a 210.º da Nota de Ilícitude a AdC manifestou o seu entendimento de que, no caso *sub judice*, se verifica a existência de um acordo vertical entre a Arguidas e os seus retalhistas, pelo que estaria, assim, preenchido mais um dos elementos dos tipos objetivos legais previstos no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no n.º 1 do artigo 101.º TFUE .
283. Efetivamente considerou a AdC que dos factos analisados resulta, que entre as Arguidas e os seus retalhistas, existem relações comerciais de compra e venda de produtos (para serem revendidos por estes), as quais não se encontram, em termos gerais, reguladas por estipulações contratuais. Não obstante, as Arguidas remetem aos seus retalhistas, na generalidade dos casos, uma tabela onde constam os PVP's recomendados (v. parágrafo 93 e 169).
284. Assim, e de acordo com os elementos constantes dos autos, as Arguidas exigiram aos seus retalhistas do canal *online* a aplicação dos preços de venda ao público por elas recomendados, pelo que, a fixação dos preços de venda ao público se insere no âmbito da política de preços por elas adotada (v. parágrafos 68 e 77).
285. Com efeito, como *supra* referido, o retalhista Girafaonline recebeu instruções por parte da Sera GmbH para o ajuste dos preços dos produtos SERA conforme os PVP's recomendados. Neste caso, o retalhista procedeu de imediato à requerida alteração, atendendo à recusa da Sera GmbH em fornecer mais encomendas no caso de não alterar os seus preços.
286. Não obstante, no caso do denunciante, o retalhista Pet4you, a exigência das Arguidas de ajustar os preços dos produtos SERA aos preços recomendados não foi por ele

- aceite e por essa razão a Pet4you não recebeu mais encomendas até setembro de 2009 (v. parágrafo 74).
287. Esta situação prova que, a partir de janeiro de 2008, as Arguidas incluem nas suas condições de venda aplicáveis aos seus retalhistas do canal *online*, a obrigação de praticar os preços de venda ao público recomendados. No caso de o retalhista não aceitar essa condição, as Arguidas cessam os fornecimentos, como ocorreu no caso da Pet4you.
288. Deste modo, a prática pela qual as Arguidas exigem aos seus retalhistas do canal *online* a aplicação dos PVP's recomendados como preços mínimos, insere-se nas relações comerciais que mantêm com os revendedores.
289. Neste sentido, deve sublinhar-se que, para efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 4.º da LdC, um "acordo" não está sujeito a condicionalismos de forma, pelo que não é pelo facto de não se encontrar a obrigação de praticar os preços de venda ao público recomendados nas condições gerais de venda escritas ou não se conter a assinatura das partes envolvidas no acordo, que o mesmo não foi celebrado.
290. De facto, a imposição efetuada pelas Arguidas no sentido de aplicar os PVP's recomendados é uma prática que não pode ser apenas ou em exclusivo implementada pelas Arguidas.
291. Se não existir a concordância, expressa ou tácita, dos retalhistas, esta prática não poderá ser implementada.
292. Efetivamente, a compra às Arguidas dos produtos da marca SERA para revenda no canal *online* está necessariamente dependente da prévia aceitação, expressa ou tácita, pelos retalhistas, das condições de venda por elas impostas.
293. Por conseguinte, ao adquirirem das Arguidas os produtos da marca SERA, os seus retalhistas do canal *online* manifestaram a sua concordância com as condições por estas impostas, revelando, deste modo, a sua conformidade com a obrigação de praticar os PVP's por elas recomendados.
294. Verifica-se, assim, que, entre as Arguidas e os seus retalhistas do canal *online*, foi celebrado um acordo para efeitos do disposto no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no artigo 101.º do TFUE.¹³
295. O acordo em causa é um acordo vertical, na medida em que no mesmo participam empresas que exercem, cada uma delas, as suas atividades a um nível diferente da

¹³ A possibilidade de os comportamentos unilaterais configurarem "acordos" para efeitos de direito da concorrência está expressamente consagrada ao nível da jurisprudência comunitária: AEG-Telefunken v Comissão, Caso 107/82 [1983] CJ 3151; Ford v Comissão, Casos 25/84 e 26/84 [1985] CJ 2725; Sandoz Prodotti Farmaceutici SpA v Comissão [1990] CJ I-45.

cadeia de distribuição e que diz respeito às condições em que as partes podem adquirir, vender e revender os produtos da marca SERA.

296. Por conseguinte, e no que aos retalhistas das Arguidas que operam no canal *online* se refere, está preenchido mais um dos elementos do tipo objetivo legal do n.º 1 do artigo 4.º da LdC.

Posição das Arguidas na Resposta à Nota de Ilícitude

297. As Arguidas vieram, porém, na sua Defesa, rebater o entendimento da AdC explanado nos parágrafos 253 a 296 acima.
298. Na perspetiva das Arguidas, não se pode retirar dos factos constantes do processo o preenchimento do tipo objetivo de contraordenação de que as Arguidas são acusadas (parágrafos 34 e 35 da Resposta à Nota de Ilícitude).
299. A este propósito as Arguidas argumentam que dos factos trazidos ao processo pela AdC resulta que *“o retalhista Pet4you não aceitou a recomendação das Arguidas para respeitar os PVP’s recomendados, [...] nem se pode inferir que com o reatamento do fornecimento de produtos à Pet4you em setembro de 2009, esta passou a respeitar integralmente os PVP’s recomendados”*. Acresce que, segundo as Arguidas, não é possível concluir que, após a data de 23 de abril de 2010, a Pet4you tenha continuado a respeitar integralmente os PVP’s recomendados pelas Arguidas (pontos 27 a 32 da Resposta à Nota de Ilícitude).
300. Em suma, as Arguidas consideram que resulta dos factos constantes do processo que o retalhista Pet4you não aceitou vender os produtos SERA de acordo com os PVP’s recomendados e que os vende abaixo desse valor desde, pelo menos, setembro de 2009, pelo que, em aplicação da jurisprudência estabelecida pelo TJUE no assunto Bayer¹⁴, não é possível concluir pela existência de um acordo na aceção do artigo 4.º da LdC (parágrafos 34 a 41 da Resposta à Nota de Ilícitude).
301. Assim, para as Arguidas, resta apenas a análise da conduta do retalhista Girfaonline para se concluir pela existência ou não de um acordo entre este e as Arguidas para a concretização de uma conduta subsumível ao tipo legal previsto no artigo 4.º, n.º 1 da LdC.
302. Neste contexto, as Arguidas argumentaram que o retalhista Girfaonline, não aceitou totalmente o pedido das Arguidas e continuou a vender alguns produtos SERA abaixo do PVP recomendado. Ademais, afirmam que manifestou, de forma expressa, por várias vezes, a sua discordância com o pedido das Arguidas de aplicar os PVP’s

¹⁴ Acórdão de 06.01.2004 no processo C-2/01 P e C-3/01, BAI e Comissão / Bayer (Rec.2004,p.I-23).

- recomendados, sendo que, pelo menos a partir de abril de 2010, recusou adquirir os produtos SERA se não os pudesse comercializar abaixo dos PVP's recomendados.
303. Assim, consideram as Arguidas, que tendo em conta que o último pedido de produtos efetuado pelo retalhista Girafaonline data de 21 de Abril de 2010, *“pode concluir-se que ainda que entre as Arguidas tivesse existido um acordo para a fixação de preços mínimos de venda, o que não se concede e apenas por dever de patrocínio se refere, tal acordo sempre teria terminado em Abril de 2010.”* (parágrafos 42 a 46 da Resposta à Nota de Ilícitude).
304. As Arguidas ainda referiram que, atendendo a que a Girafaonline se manifestou expressamente contra o pedido das Arguidas e que continua a vender abaixo do PVP recomendado os produtos SERA adquiridos até 2010, *“não só a Girafaonline não celebrou, formalmente, com a [as Arguidas] qualquer acordo, como tacitamente também não aderiu a ele.”* (parágrafos 47 a 56 da Resposta à Nota de Ilícitude).
305. Assim sendo, segundo as Arguidas, perante a inexistência de um acordo entre as Arguidas e qualquer retalhista do canal *online* na aceção do disposto no artigo 4.º, n.º 1, a) da LdC, não se encontra preenchido o primeiro elemento do tipo objetivo da contraordenação prevista naquele dispositivo legal.

Apreciação da Autoridade

306. O artigo 4.º da LdC bem como o artigo 101.º do TFUE sancionam os comportamentos de coordenação de conduta ou colusão entre empresas (*i.e.*, comportamentos não unilaterais), que tenham por objeto ou efeito impedir, falsear ou restringir de forma sensível a concorrência no todo ou em parte do mercado nacional.
307. De acordo com a jurisprudência comunitária, *“[n]ão é necessário que a coordenação seja do interesse de todas as empresas em causa, do mesmo modo que não tem necessariamente de ser expressa. Pode também ser tácita. Para que se possa considerar que um acordo foi concluído por aceitação tácita deverá existir um convite feito por uma empresa a outra empresa, de forma expressa ou implícita, para atingir conjuntamente um determinado objectivo. Em certas circunstâncias pode inferir-se que existe um acordo devido à existência de uma relação comercial entre as partes. No entanto, o mero facto de uma medida adoptada por uma empresa se inserir no contexto de relações comerciais existentes não é suficiente.”*¹⁵.

¹⁵ Ver, processo C-453/99, Courage/Crehan, Col. 2001, p. I-6297 e ponto 3444 do acórdão Cimenteries CBR, processos apensos T-25/95 e outros, Col. 2000, p. II-491, processos apensos C-2/01 P e C-3/01 P, Bundesverband der Arzneimittel-Importeure, Col. 2004, p. I-, ponto 102 e 141 e processos apensos 25/84 e 26/84, Ford, Col. 1985, p. 2725.

308. Efetivamente, conforme ficou demonstrado no processo *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure EV e Comissão v. Bayer AG*, “[o] simples facto de existir concomitantemente um acordo, em si mesmo neutro, e uma medida restritiva da concorrência, imposta de forma unilateral, não equivale a um acordo proibido pela referida disposição. Por conseguinte, o simples facto de uma medida adoptada por um fabricante, que tem por objectivo ou por efeito limitar a concorrência, se inserir no âmbito de relações comerciais continuadas entre este último e os seus grossistas não é suficiente para concluir pela existência de tal acordo”¹⁶.
309. Neste contexto, as Arguidas baseiam-se no acórdão proferido pelo TJUE no processo *supra* referido para concluir pela inexistência no presente caso de um acordo entre as Arguidas e qualquer retalhista do canal *online* na aceção do disposto no artigo 4.º, n.º 1, a) da LdC.
310. Ora, depois de verificar as circunstâncias concretas que caracterizam o processo Bayer, podemos concluir que, naquele processo, tratava-se de um assunto muito diferente do caso em apreço.
311. Em primeiro lugar, no citado processo estava em causa uma situação em que já existia um acordo válido entre a empresa Bayer AG e os seus clientes, tendo aquela, posteriormente, alterado unilateralmente a sua política de fornecimentos, no sentido de reduzir os mesmos.
312. Acresce que, no processo Bayer, a Comissão não tinha demonstrado suficientemente que a Bayer AG tivesse: (i) imposto uma restrição da concorrência aos seus grossistas i.e. proibição de exportar, (ii) posto em prática um sistema de controlo para determinar a adoção da sua nova política de fornecimento, (iii) implementado uma política de ameaças e de sanções em caso de incumprimento, nem que (iv) subordinasse os fornecimentos ao cumprimento da nova política.
313. Assim, foi sob estas circunstâncias que o TJUE confirmou o acórdão do Tribunal de Primeira Instância, o qual considerou que, os documentos invocados pela Comissão não provaram que a Bayer AG tivesse tentado obter qualquer acordo da parte dos grossistas relativamente à adoção da sua nova política.
314. É importante sublinhar que, ao contrário do que se verifica no presente processo, no citado caso Bayer, também não foi provado que a Bayer AG tivesse exigido ou negociado a adoção de qualquer comportamento da parte dos grossistas¹⁷.

¹⁶ *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure EV e Comissão v. Bayer AG*, Casos Conjuntos C-2 e 3/01, parágrafo 141, também citado pelas *Arguidas* nos parágrafos 38 e 40 da Resposta à Nota de Ilícitude.

¹⁷ Ver artigo 152 do acórdão do TPI no processo Bayer AG contra Comissão, Caso T-41/96 [2000], CJ II-3383.

315. É neste contexto que deve ser interpretada a afirmação do TJUE *supra* referida e citada pelas Arguidas, no sentido de que “(...) o *simplex facto de uma medida adotada por um fabricante, que tem por objeto ou por efeito limitar a concorrência, se inserir no âmbito de relações comerciais continuadas [...] não é suficiente...*”¹⁸. (sublinhado nosso)
316. Porém, no caso em análise nos presentes autos, não se verifica qualquer medida unilateral adotada pelas Arguidas, no contexto das relações comerciais que já mantinha com os seus retalhistas.
317. Na verdade, conforme foi referido nos parágrafos 63 a 65 *supra* (que, por razões de economia processual, aqui se dão por reproduzidos para os devidos e legais efeitos), o que se verifica é que, quando a Sera GmbH começou a operar em Portugal através da Sera Portugal, exigiu aos seus retalhistas do canal *online*, nomeadamente o retalhista Pet4you e o retalhista Girafaonline, através de mensagens de correio eletrónico, a aplicação dos PVP’s recomendados como preços mínimos de venda, para todos os produtos da marca SERA, ameaçando que, em caso de incumprimento destes preços mínimos, cessaria os fornecimentos (parágrafos 67 a 73).
318. Neste contexto, recorde-se que, o retalhista Anamilândia, identificado pelas Arguidas, confirmou a esta Autoridade a existência de uma obrigação de praticar os PVP’s recomendados para todos os produtos SERA, declarando ter assinado um contrato, específico para a *loja online*, através do qual se comprometia a “*cumprir os PVP’s recomendados por SERA e não poder nunca vender [abaixo] desses preços*” (parágrafos 2.iii *supra*).
319. Deste modo, e – repita-se – ao contrário do que se verificava no processo *Bayer*, não está em causa, nos presentes autos, uma medida adotada pelos fornecedores no decurso das relações comerciais com os seus retalhistas, mas, ao invés, uma “exigência” das Arguidas aos retalhistas que quisessem adquirir os seus produtos para os vender através do canal *online*, a qual teve a concordância dos mesmos no momento em que os produtos foram adquiridos, formando, deste modo, um acordo.
320. Tal e como o TJUE afirmou no já referido processo *Bayer* “ [...] o *conceito de acordo, na aceção do artigo 85.º[atual 101.º] n.º 1, do Tratado, se baseia na existência de uma concordância de vontades entre pelo menos duas partes, cuja forma de manifestação não é importante, desde que constitua a expressão fiel das mesmas*”. Além disso, recordou que, “*para que haja acordo, na aceção desta disposição, basta que as empresas em causa tenham expressado a sua vontade comum de se comportarem no mercado de uma forma determinada*”.

¹⁸ Ver parágrafo 141 do processo *Bundesverband der Arzneimittel Importeure EV e Comissão v. Bayer AG*.

321. Acrescenta o TJUE que “ *para que se possa considerar concluído por aceitação tácita um acordo, na acepção do artigo 85.º, n.º 1, do Tratado, é necessário que a manifestação de vontade de uma das partes contratantes, com um objectivo anticoncorrencial, constitua um convite à outra parte, quer seja expresso ou implícito, para a realização comum de tal objectivo, tanto mais que tal acordo não é à primeira vista do interesse da outra parte, ou seja dos grossistas, como no caso vertente*”¹⁹.
322. Assim, tendo as Arguidas dirigido aos seus retalhistas do canal *online* as mensagens de correio eletrónico solicitando a aplicação dos PVP’s por elas recomendados, estes, ao terem adquirido os produtos SERA, manifestaram a sua aceitação, ainda que de forma tácita, perante a referida política de preços e independentemente do alegado descontentamento inicial que os retalhistas pudessem ter transmitido às Arguidas em relação à referida política de preços²⁰.
323. Pelo que, a argumentação apresentada por esta Autoridade ao longo da Nota de Ilícitude está em conformidade com a jurisprudência constante dos tribunais comunitários. Neste contexto, refira-se a título de exemplo, o acórdão AEG/Comissão, em que as respetivas vontades do fabricante e dos distribuidores não eram evidentes e no qual o recorrente invocava expressamente o carácter unilateral do seu comportamento. Neste âmbito, o Tribunal de Justiça considerou que, no quadro de um sistema de distribuição seletiva, uma prática por força da qual o fabricante, a fim de manter um nível de preços elevado ou de excluir certas vias de comercialização modernas, recusa aprovar distribuidores que satisfazem os critérios qualitativos do sistema “*não constitui um comportamento unilateral da empresa que, como sustenta a AEG, escape à proibição do artigo 85.º [atual 101.º], n.º 1, do Tratado. Insere-se, em contrapartida, nas relações contratuais que a empresa mantém com os revendedores*”.
324. Neste sentido, o Tribunal precisou que “[c]om efeito, no caso de admissão de um distribuidor, a aprovação funda-se na aceitação, expressa ou tácita, pelos contraentes, da política prosseguida pela AEG exigindo, nomeadamente, a exclusão da rede de distribuidores com as qualidades para serem admitidos na mesma, mas não estando dispostos a aderir a esta política”.
325. Em suma, e face ao *supra* exposto, as Arguidas não podem invocar que a resposta negativa por parte de um dos retalhistas do canal *online* a aplicar os PVP’s por elas

¹⁹ V artigos 97 e 102 dos casos conjuntos C-2 e 3/01.

²⁰ Cumpre notar que a formalização jurídica da concorrência de vontades das partes num determinado acordo (e, deste modo, ainda menos a eventual validade dessa formalização) é irrelevante – para que se verifique um acordo, para efeitos de aplicação da lei da concorrência, nomeadamente do n.º 1 do artigo 4.º da LdC, é suficiente que “(...) as empresas em causa tenham manifestado a sua vontade comum de se comportar no mercado de uma forma determinada” (v. *Tréfileurope v Commission*, Caso T-141/89, [1995] CJ-II 791).

- recomendados invalida a existência de um acordo quanto à política de preços mínimos aplicada, especificamente pelas Arguidas, ao canal de vendas *online*.
326. Com efeito, as Arguidas excluíram da sua rede aquele retalhista que não aderiu à sua política de preços mínimos. Esta atitude por parte das Arguidas não constituiu um comportamento unilateral.
327. Pelo contrário, a referida conduta insere-se nas relações contratuais que as Arguidas mantêm com os revendedores *online*. Efetivamente, caso as Arguidas aceitem fornecer um retalhista *online*, o acordo tem por base a aceitação, expressa ou tácita, por parte dos contraentes, da política perseguida pelas Arguidas de exigir a aplicação dos PVP's recomendados para todos os produtos da marca SERA. Caso contrário, o retalhista será excluído como retalhista das Arguidas, tal e como aconteceu no caso do retalhista Pet4you.
328. No presente caso, e para efeitos de determinação da existência de um acordo, é indiferente que o retalhista Pet4you tenha aceitado ou não aplicar os PVP's recomendados. Mesmo as recusas, como no caso do retalhista Pet4you, devem considerar-se como constituindo atos que relevam das relações contratuais das Arguidas com os seus retalhistas do canal *online*, na medida em que mostram a efetiva aplicação da restrição da concorrência que está na base dos contratos entre as Arguidas e os seus retalhistas *online* i.e. aplicação dos PVP's recomendados como preços mínimos de venda.
329. A infração em causa versa sobre a política de preços mínimos aplicada pelas Arguidas apenas aos seus retalhistas que operam através do canal de vendas *online*. Neste sentido, e contrariamente ao que se verificava no assunto Bayer AG citado pelas Arguidas, não há dúvidas quanto ao facto de que a política consistente em fixar os preços mínimos de venda ao público de todos os produtos SERA para os retalhistas portugueses que operam apenas através do canal *online* é organizada pelas Arguidas com a cooperação dos retalhistas.
330. Se pudesse subsistir qualquer dúvida, a análise do comportamento dos retalhistas, pressionados pelas Arguidas, prova claramente a sua aquiescência às intenções restritivas da concorrência das Arguidas, quer assinando um contrato²¹, quer confirmando através de mensagens de correio eletrónico a aplicação da referida política de preços. Esta Autoridade provou assim, não só que os retalhistas das Arguidas reagiram às ameaças e às pressões das Arguidas, mas também que pelo menos um dos seus retalhistas *online* revelou a sua cooperação.

²¹ Note-se que não consta dos autos o referido contrato apesar da pessoa responsável da Anamilanda afirmar “... ter assinado o contrato [mas] não ficou com nenhuma cópia”, v. parágrafo 1.2.iii.

331. Assim, e contrariamente ao verificado no processo Bayer AG, ficou demonstrado, desde logo nos parágrafos 70 a 73 e 77 a 78 acima que, as Arguidas solicitaram aos seus retalhistas do canal *online* o ajuste dos preços de todos os produtos SERA em conformidade com os PVP's recomendados, subordinando posteriores fornecimentos ao respeito desse ajuste de preços, controlando a efetiva aplicação dos mesmos por parte dos seus retalhistas do canal *online* e até sancionando o seu incumprimento i.e. cessando o fornecimento dos produtos SERA ao retalhista Pet4you.
332. No que se refere a alegada falta da aplicação atual dos PVP's recomendados pelas Arguidas por parte dos seus retalhistas *online*, cumpre dizer que, como se depreende dos autos constantes do processo, no momento em que as Arguidas aceitam fornecer um retalhista *online*, requerem a aceitação, expressa ou tácita, por parte do mesmo, da política de preços por elas prosseguida exigindo, nomeadamente, a aplicação dos PVP's recomendados como preços mínimos (parágrafos 67 a 80 *supra*).
333. O acordo, para efeitos de aplicação do disposto no artigo 4.º da LdC, formou-se nesse momento, sendo irrelevante o facto de, posteriormente, algum retalhista se poder ter distanciado do acordo anteriormente concluído com as Arguidas.
334. Sem prejuízo do atrás referido, cumpre notar que, tal como ficou demonstrado nos parágrafos 190 a 197 *supra*, o retalhista Girafaonline continua a aplicar os PVP's recomendados, pelo que nem todos os retalhistas *online* das Arguidas deixaram de cumprir o acordo.

III.2.1.3. O objeto ou efeito anticoncorrencial do comportamento

Posição adotada pela Autoridade na Nota de Ilícitude

335. Nos parágrafos 211 a 227 da Nota de Ilícitude, a AdC manifestou o seu entendimento de que o acordo celebrado entre as Arguidas e os seus retalhistas do canal *online* tinha por objeto a restrição da concorrência, pelo que estaria, assim, preenchido mais um dos elementos dos tipos objetivos legais previstos no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no artigo 101.º do TFUE.
336. Com efeito, referiu a AdC que, segundo o Tribunal de Relação de Lisboa “ *[a]s ações típicas podem, alternativamente, consistir:*
- a) na celebração de um acordo com uma outra empresa;*
 - b) na tomada de uma decisão por parte de uma associação de empresas; ou*
 - c) na prática concertada com outra ou outras empresas;*
- Tais atos só são proibidos:*

a) quando o acordo ou a decisão referidas revestirem determinadas características, ou seja, quando tiverem por objecto impedir, falsear ou restringir de forma sensível a concorrência no todo ou em parte do território nacional; ou

b) quando o acordo, a decisão ou a prática concertada provocarem esse mesmo efeito sobre a concorrência.

Nesta disposição legal [artigo 4.º da Lei n.º 18/2003] delimitam-se, portanto, tipos de mera atividade e de perigo, na modalidade de aptidão [os indicados na alínea a) que antecede] e tipos de resultado e de dano [os indicados na alínea b) do anterior parágrafo], exigindo-se quanto a estes últimos, como é óbvio, a imputação objectiva do resultado à conduta.

O primeiro dos tipos descritos nesta disposição legal exige apenas que uma empresa celebre com outra um acordo que tenha por objecto o impedimento, o falseamento ou a restrição de forma sensível da concorrência no todo ou em parte do território nacional”.²²

337. Assim, o artigo 4.º, n.º 1, alínea a), da Lei n.º 18/2003 – à imagem do que sucede com o artigo 101.º, n.º 1, alínea a), do TFUE – proíbe expressamente os acordos entre empresas que, tendo por objeto ou efeito impedir, restringir ou falsear a concorrência no mercado comum, consistam em “fixar, de forma direta ou indireta, os preços [...] de venda, ou quaisquer outras condições de transação”, o que sucede in casu, considerando a Comissão que não se podem incluir nos acordos que não restringem sensivelmente a concorrência, aqueles que, celebrados entre empresas não concorrentes, tenham por objeto, direta ou indiretamente, de forma isolada ou em combinação com outros fatores, a restrição da capacidade de o comprador estabelecer o seu preço de venda, impondo-lhe um preço fixo ou mínimo²³.

338. Acresce que o Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 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, aplicável in casu ex vi artigo 5.º da Lei n.º 18/2003, afasta do âmbito da isenção concedida aos acordos que contenham restrições verticais, aqueles que tenham por objeto a “restrição da possibilidade de o comprador [in casu, os retalhistas do canal online] estabelecer o seu preço de venda”.²⁴

339. Assim, no caso em apreço, ao impor aos seus retalhistas do canal online a prática dos seus preços recomendados como preços mínimos, com a consequência, no caso de

²² Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (3.ª Secção) de 7.11.2007, Proc. N.º 7251/07-3.

²³ Vide, Comunicação da Comissão relativa aos acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE (de Minimis), in JO C 368, de 22.12.2001, p. 13-15 (considerando 11. 2. a)).

²⁴ V. alínea a) do artigo 4.º do Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 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, JO L 102, 23.4.2010.

- incumprimento, de não receber mais encomendas, as Arguidas fixaram os preços de venda ao público dos seus produtos.
340. Note-se que, no caso dos retalhistas do canal *online*, as Arguidas conseguem facilmente verificar os preços que os mesmos estão a praticar em cada momento, controlando de maneira imediata qualquer alteração aos mesmos, como resulta do teor das mensagens enviadas aos referidos retalhistas (v. parágrafos 68 e 78).
341. Assim sendo, a imposição de preços mínimos de venda pelas Arguidas, nos moldes em que vêm descritos, não deixa margem de liberdade aos seus retalhistas que lhes permita determinar efetivamente o preço de revenda dos produtos SERA e, assim, diminuírem o PVP recomendado²⁵.
342. Pelo que, a fixação de preços mínimos de venda pelas Arguidas aos seus retalhistas do canal *online* é suficientemente adequada para restringir a capacidade de estes poderem competir com os seus concorrentes, na medida em que elimina ou reduz a concorrência pelo preço dos produtos, em prejuízo dos consumidores finais, que ficam limitados nas suas opções de escolha e que deixam de poder beneficiar de produtos a preços mais reduzidos²⁶.
343. Como sustentado pelo Tribunal do Comércio de Lisboa:
- “A fixação dos preços faz parte da liberdade contratual do prestador do serviço e do respectivo cliente, não havendo justificação para que seja imposto por um terceiro ao primeiro e, conseqüentemente, também ao segundo. A fixação do preço deve resultar apenas e só do livre jogo do mercado, naturalmente com respeito pelas regras e princípios que regulam o funcionamento do próprio mercado”.*
- “Ora o acordo celebrado entre as Arguidas, ele mesmo, pelo seu próprio objecto, interfere com o regular funcionamento do mercado, na medida em que influencia necessariamente a formação da oferta e da procura (sendo o factor ‘preço’ decisivo neste binómio, e de forma que não é insignificante ou despicienda”.*²⁷
344. Deste modo a conduta assumida pelas Arguidas tem um elevado potencial anticoncorrencial.
345. Verifica-se assim, que as condições a que as Arguidas subordinam a venda dos seus produtos aos retalhistas do canal *online*, ao imporem a fixação de preços mínimos de venda, têm por objeto (objetivo) restringir, de forma grave, a concorrência²⁸.

²⁵ Neste sentido, v. *Pedro IV Servicios SL v Total España, S.A.*, Caso C-260/07, disponível em curia.europa.eu.

²⁶ V. Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações Relativas às Restrições Verticais*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, (2010/C 130/01)

²⁷ Sentença do Tribunal do Comércio de Lisboa (4.º Juízo) de 12.9.2011, Proc. N.º 199/01.0TYLSB.

²⁸ *Metro-SB-Grossmärkte GmbH v. Comissão*, Caso 26/76, [1977] CJ 1875; *Binon & Cie. v. Agence et Messageries de la Presse*, Caso 243/85, [1985] CJ 2015; *Pronuptia de Paris GmbH v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis*, Caso 161/84, [1986] CJ 353; *European Night Services e o. v. Comissão*, Caso T-374/94, T-375/94, T-

346. Esta prática de fixação de preços mínimos é um dos exemplos de restrição grave da concorrência por objeto avançados pela Comissão Europeia nas suas *Orientações Relativas às Restrições Verticais*²⁹.
347. De facto, é entendimento da Comissão Europeia que, “[q]uanto aos acordos verticais, a categoria de restrições por objectivo inclui, nomeadamente, as que provêm da imposição de preços fixos e mínimos de revenda ...”³⁰.
348. Este entendimento é corroborado pela jurisprudência comunitária, como é ilustrado pelo Acórdão proferido pelo Tribunal de Justiça, no âmbito do processo Louis Erauw-Jacquery C. LA Hesbignonne³¹.
349. Efetivamente, resulta deste acórdão que “[é] importante salientar que, nos termos do artigo [81.º] do Tratado [atual 101TFUE], são incompatíveis com o mercado comum e proibidos todos os acordos que sejam “susceptíveis de afectar o comércio entre Estados-membros” e que “tenha por objectivo ou como efeito afectar a concorrência no mercado comum”. Como já foi muitas vezes observado pelo Tribunal (por último, no acórdão de 16 de Junho de 1981, *Salonia*, 126/80, *Recueil*, p.1563), “é este o caso de um acordo que permita prever, com base num conjunto de elementos objectivos de direito e de facto e com suficiente probabilidade a possibilidade de vir a exercer uma influência direta ou indireta, atual ou potencial, sobre os fluxos comerciais entre os Estados-membros, e que tenha por objectivo ou efeito restringir ou falsear a concorrência no mercado comum.”
350. Resulta igualmente que “[é] preciso observar a este respeito que o n.º 1 do artigo [101.º] do Tratado indica expressamente como incompatíveis com o mercado comum os acordos que consistam “em fixar, de forma direta ou indireta, os preços... de venda, ou quaisquer outras condições de transação”. Assim sendo, um acordo deste tipo tem por objetivo e como efeito restringir a concorrência no mercado comum.
351. Deste modo, estando, assim, determinado, no presente processo, o objeto restritivo do acordo, não é necessário apurar se o mesmo produziu quaisquer efeitos anticoncorrenciais³². Acresce que, como decidido pelo Tribunal da Relação de Lisboa, “em nada afete o preenchimento da primeira modalidade do tipo enunciada [restrição

384/94 e T-388/94, CJ II-3141; *Fédération nationale de la coopération bétail et viande* e o. v. Comissão, Casos T-217/03 e T-245/03, disponíveis em curia.europa.eu.

²⁹ Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 19 de Maio de 2010 (2010/C 130/01).

³⁰ Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações Relativas à Aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de Abril de 2004 (2004/C 101/97).

³¹ Caso 27/87, de 19 de Abril de 1988, CJ 1919.

³² *Consten-Grundig v Comissão*, Casos 56/64 e 58/64, [1966] CJ 423; *Comissão v Anic Partecipazioni SpA*, Caso C-49/92 P, [1999] CJ I-04125; ponto 20 da Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações Relativas à Aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de Abril de 2004 (2004/C 101/97).

pelo objeto] *o facto de o mercado ter continuado a funcionar ou de, pretensamente, ele não ter sido afetado de forma sensível. Tudo isso são elementos estranhos ao tipo sancionador em causa*".³³

352. Pelo que, concluiu a AdC estar assim preenchido mais um dos elementos do tipo objetivo legal do n.º 1 do artigo 4.º da LdC e do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.

Posição assumida pelas Arguidas na Resposta à Nota de Ilícitude

353. As Arguidas vieram, porém, nos parágrafos 60 a 78 da Resposta à Nota de Ilícitude, rebater o entendimento da AdC explanado nos parágrafos 336 a 352 acima.³⁴

354. Para o efeito, alegaram as Arguidas que *não “eliminaram ou sequer reduziram a concorrência pelo preço dos produtos, em prejuízo dos consumidores”,* atendendo a que *“não só os produtos continuaram a ser vendidos abaixo do PVP recomendado no canal de vendas tradicional, como também no canal de vendas online, através dos retalhistas Animalândia [sic] [Anamilândia] e Wate-r-revolution, e dos demais operadores do canal tradicional que também têm lojas online”.*

355. Por outro lado, argumentaram as Arguidas que os produtos SERA continuaram a ser vendidos abaixo do PVP recomendado pelo retalhista Pet4you, desde pelo menos, setembro de 2009 e pelo retalhista Girafaonline, desde pelo menos, abril de 2010, sendo o efeito restritivo da concorrência da solicitação das Arguidas praticamente nulo.

356. No entender das Arguidas, *“(…) ainda que tivesse existido um acordo com vista à fixação de preços mínimos, a AdC não pode entender que tal acordo tem, obrigatoriamente, como objecto a restrição da concorrência, devendo também demonstrar o seu efeito restritivo”.*

357. Assim, concluem as Arguidas que, *“a Nota de Ilícitude não demonstra a existência qualquer efeito restritivo no mercado relevante da solicitação das Arguidas. Nem o poderia fazer, uma vez que a mesma não teve qualquer efeito (…).”*

Apreciação da Autoridade

358. Os argumentos invocados pelas Arguidas *supra*, revelam-se totalmente improcedentes.

359. A fixação de preços é uma prática que, conforme referido, consubstancia uma restrição da concorrência pelo objeto (v. parágrafos 335 a 350 *supra*).

³³ Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa (3.ª Secção) de 7.11.2007, Proc. N.º 7251/07-3.

³⁴ Cumpre notar que, apesar das Arguidas ter invocado sob este título a eventual justificação da conduta em causa no presente processo, a AdC apreciará oportunamente os argumentos expostos pelas Arguidas, em sede de análise da rúbrica “III.2.2 Ilícitude”, nos parágrafos 378 a 418 *infra*.

360. A restrição pelo objeto é uma contraordenação de perigo, uma vez que o tipo legal fica preenchido com a colocação em perigo do bem jurídico protegido (a concorrência) – ou, por outras palavras, “(...) *basta a possibilidade de lesão para que a infração se considere cometida*”³⁵, não sendo exigida a verificação do resultado³⁶.
361. Pelo que, contrariamente ao que referem as Arguidas, a AdC não tem que apurar e fazer prova dos efeitos produzidos pela medida introduzida pelas Arguidas.

III.2.1.4. Carácter sensível da restrição da concorrência

Posição assumida pela Autoridade na Nota de Ilícitude

362. Nos parágrafos 228 a 233 da Nota de Ilícitude a AdC manifestou o seu entendimento de que o acordo em análise nos presentes autos é suscetível de restringir sensivelmente a concorrência, pelo que estaria, assim, preenchido mais um dos elementos dos tipos objetivos legais previstos no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.
363. Efetivamente, a fixação de preços mínimos no âmbito de um acordo vertical é considerada uma restrição grave da concorrência³⁷.
364. De facto, tal prática comporta dois efeitos negativos para a concorrência: (i) provoca uma redução da concorrência a nível dos preços intramarcas e (ii) causa uma maior transparência a nível dos preços³⁸.
365. Efeitos que as próprias Arguidas referiram pretender atingir com a prática da infração que lhes vem imputada (v. parágrafo 80).
366. Acresce que, atenta à gravidade da restrição vertical em análise, esta é uma restrição que nos termos dos regulamentos de isenção por categoria é excluída do seu âmbito de autorização³⁹.

³⁵ Sentença proferida pelo 2.º Juízo do Tribunal de Comércio de Lisboa, em 09.12.2005, no âmbito do processo 1307/05.6 TYLSB, pág. 24.

³⁶ Sentença proferida pelo 3.º Juízo do Tribunal de Comércio de Lisboa, em 12.01.2006, no âmbito do processo 1302/05.5 TYLSB, pág. 17; sentença proferida pelo 2.º Juízo do Tribunal de Comércio de Lisboa, em 12.01.2006, no âmbito do processo 766/06.4 TYLSB, pág. 61.

³⁷ Neste sentido, v., por exemplo, *Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 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*, JO L 102, 23.4.2010, Comunicação da Comissão Europeia, Orientações Relativas às Restrições Verticais, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 19 de maio de 2010 (2010/C 130/01) e *Comunicação da Comissão relativa aos acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do n.º 1 do artigo 81.º do Tratado que institui a Comunidade europeia (de minimis)*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 22 de dezembro de 2001 (2001/C 368/13).

³⁸ Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações relativas às Restrições Verticais*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 19 de maio de 2010 (2010/C 130/01); Sent. Tribunal de Comércio de Lisboa, de 18 de Janeiro de 2007, 3.º J., Proc. n.º 851/06.2TYLSB.

³⁹ A este propósito e com referência aos acordos verticais, v. alínea a) do artigo 4.º do Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 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, JO L 102, 23.4.2010.

367. Por outro lado, a fixação de preços mínimos é de tal modo grave que a Comissão Europeia afasta, expressamente, este tipo de acordos do âmbito da sua Comunicação *de minimis*, considerando que o seu impacto no mercado, independentemente do eventual reduzido poder de mercado das empresas envolvidas, não é mínimo⁴⁰.

Posição assumida pelas Arguidas na Resposta à Nota de Ilícitude

368. As Arguidas vieram nos pontos 79 a 81 da Resposta à Nota de Ilícitude, rebater o entendimento da AdC a propósito do carácter sensível da restrição em causa nos presentes autos, remetendo-se para as considerações vertidas sob a rúbrica “do objeto ou efeito anticoncorrencial do comportamento” *supra* expostas e examinadas (parágrafos 335 a 361).

Apreciação da Autoridade

369. O n.º 1 do artigo 4.º da LdC consagra uma regra “*de minimis*” (na medida em que impõe que a concorrência seja restringida, impedida ou falseada “de forma sensível”) entendendo assim que a infração aí prevista é de perigo concreto, ou seja, o tipo legal contraordenacional apenas estará preenchido se a restrição for significativa – e não sempre quando seja consumada uma prática proibida (infração de perigo abstrato).

370. Tal entendimento está em consonância com a jurisprudência comunitária, da qual resulta que “(...) *um acordo cai fora do âmbito da proibição prevista no [n.º 1 do artigo 101.º] do Tratado quando tem um efeito insignificante no mercado, atendendo à fraca posição que as pessoas em causa detêm no mercado do produto em questão*”⁴¹.

371. Da jurisprudência comunitária resulta, ainda, que, no caso de restrições verticais, quando as quotas de mercado das partes se situam acima de 5%, a restrição não é insignificante, estando sujeita à aplicação do disposto no n.º 1 do artigo 101.º do TFUE⁴².

372. Ou seja, mais do que o efeito realmente causado com a prática assumida pelas Arguidas (o qual, como *supra* ficou explicado, não tem que ser apurado) é necessário determinar a importância da referida prática, o que foi feito pela AdC na Nota de Ilícitude, conforme referido nos parágrafos 362 a 367 *supra*, que aqui se dão por reproduzidos para os devidos e legais efeitos.

⁴⁰ Tal entendimento resulta da conjugação do exposto nos pontos 1, 7 e 11 da *Comunicação da Comissão relativa aos acordos de Pequena Importância que não restringem sensivelmente a concorrência nos termos do n.º 1 do artigo 81.º do Tratado que institui a Comunidade europeia* (de *minimis*), Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 22 de dezembro de 2001 (2001/C 368/13).

⁴¹ *Völk v Vervaecke*, Caso 5/69 [1969] CJ 295. Tradução da AdC. A versão original dispõe como se passa a transcrever: “(...) *an agreement falls outside the prohibition in Article [81(1)] where it has only an insignificant effect on the market, taking into account the weak position which the persons concerned have on the market of the product in question.*”

⁴² *Miller International Schallplatten GmbH v Commission*, Caso 19/77 [1978] CJ 131.

373. Contudo, e como já referido acima, independentemente da posição que as Arguidas detenham no mercado relevante, certo é que a infração por elas praticada, a imposição dos PVP's recomendados como preços mínimos de venda aos seus retalhistas do canal *online*, é de tal modo grave que a mesma é sempre suscetível de restringir sensivelmente a concorrência.
374. Face ao exposto, verificando-se o carácter sensível da restrição em causa está assim verificado mais um dos elementos dos tipos objetivos legais do n.º 1 do artigo 4.º da LdC e do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.

III.2.1.5. Da suscetibilidade de afetação do comércio entre Estados-membros

375. No caso específico da aplicação do artigo 101.º do TFUE, para além da necessidade de estarem reunidos todos os elementos do tipo objetivo acima identificados, deverá ainda encontrar-se preenchida a condição de o acordo em análise nos presentes autos ser suscetível de afetar o comércio entre os Estados-membros.
376. *“Os acordos verticais que cobrem a totalidade de um Estado Membro podem, nomeadamente, afectar a estrutura do comércio entre os Estados Membros no caso de dificultarem a penetração das empresas de outros Estados Membros no mercado nacional em causa, quer através de exportações, quer através de estabelecimento (efeito de encerramento). No caso de produzirem efeitos de encerramento, os acordos verticais contribuem para uma segmentação dos mercados numa base nacional, dificultando, deste modo, a interpenetração económica que constitui um objectivo do Tratado.”*⁴³
377. A afetação do comércio entre os Estados-membros não tem de ser efetiva ou real, sendo suficiente que o acordo em análise seja apenas suscetível de ter esse efeito⁴⁴, como é o caso do acordo de fixação de preços junto aos presentes autos, atendendo aos potenciais efeitos resultantes da celebração deste tipo de acordo por parte dos retalhistas das Arguidas.
378. Acresce que, para que o artigo 101.º do TFUE seja aplicável, não é indispensável que o comércio entre Estados-membros seja restringido ou reduzido, mas que seja

⁴³ Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações sobre o conceito de afetação do comércio entre os Estados-Membros previsto nos artigos 81.º e 82.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de abril de 2004 (2004/C 101/81).

⁴⁴ Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações sobre o conceito de afetação do comércio entre os Estados-Membros previsto nos artigos 81.º e 82.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de abril de 2004 (2004/C 101/81).

“susceptível de evoluir de forma diferente daquela que seria a sua evolução provável na ausência do acordo ou da prática”⁴⁵.

379. Sublinhe-se que, no presente caso, os produtos da marca SERA são importados de um outro Estado-membro. Acresce que a restrição em causa tem lugar no canal *online*.
380. Neste sentido, recorde-se que a utilização de um sítio na Internet pode ter efeitos que vão para além do território onde o retalhista está estabelecido; este meio de operar é resultado da tecnologia, e permite acesso fácil a partir de qualquer ponto, possibilitando a um cliente nacional de qualquer Estado-membro visitar o sítio Web do retalhista, contactando-o de seguida, e conduzindo-o a uma venda, incluindo a entrega. Assim sendo, as condições a que as Arguidas subordinam a venda dos seus produtos aos retalhistas portugueses do canal *online*, impondo a aplicação de preços mínimos de revenda, é suscetível de afetar o comércio entre os Estados-membros.
381. Face a todo o exposto nos parágrafos 259 a 379, o comportamento assumido pelas Arguidas (fixação de preços mínimos de venda) preenche todos os elementos dos tipos objetivos previstos no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.

III.2.2. Ilicitude

382. O comportamento assumido pelas Arguidas, i.e. a fixação de preços mínimos de venda é expressamente proibido pelo disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 4.º da LdC e do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.
383. Deste modo, as Arguidas, ao fixarem aos seus retalhistas do canal *online* os preços mínimos de venda, agiram em desconformidade com os referidos preceitos legais, pelo que a sua conduta é ilícita.
384. Acresce que, a conduta assumida pelas Arguidas não está abrangida pela isenção conferida pelo Regulamento (UE) n.º 330/2010 da Comissão, de 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 concertadas⁴⁶.
385. Efetivamente, a alínea a) do artigo 4.º do referido regulamento comunitário exclui, expressamente, a aplicação da isenção aos acordos que tenham por objeto, direto ou indireto, a restrição da possibilidade de o retalhista estabelecer o seu preço de venda, como se verifica no caso em análise.

⁴⁵ Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações sobre o conceito de afectação do comércio entre os Estados-Membros previsto nos artigos 81.º e 82.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de abril de 2004 (2004/C 101/81).

⁴⁶ Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 23 de abril de 2010, JO L 102, 23.4.2010.

386. Pelo que, o comportamento assumido pelas Arguidas, objeto dos presentes autos, não se pode considerar abrangido pela isenção conferida pelo Regulamento em causa.
387. Não existem outros regulamentos de isenção por categoria aplicáveis *in casu* e que devam ser considerados para efeitos do disposto no n.º 4 do artigo 5.º da LdC.
388. Por outro lado, admitindo que este tipo de acordo restritivo da concorrência, apesar da sua gravidade, possa ser justificado pelas partes nele envolvidas⁴⁷, considerou esta Autoridade na Nota de Ilícitude que dos elementos constantes dos autos não resultava a verificação dos critérios cumulativos consagrados no n.º 1 do artigo 5.º da LdC e no n.º 3 do artigo 101.º do TFUE, o que inviabiliza a sua aplicação.
389. Cumpre notar, ainda, que não se verificam quaisquer fatores objetivos externos às partes que justifiquem a imposição de preços mínimos no caso concreto.
390. Este não corresponde, contudo, ao entendimento das Arguidas, as quais apresentaram nos parágrafos 68 a 75 da Resposta à Nota de Ilícitude, os seus argumentos para que se entendesse que a prática que lhes vêm imputada, a ser ilícita, encontra-se justificada.
391. Na perspetiva das Arguidas, a fixação de preços mínimos, objeto do presente processo, *“pode ser benéfica para o mercado e para os consumidores e, como tal autorizada pela Comissão uma isenção ao abrigo do artigo 101, n.º 3, do TFUE.”*
392. A este propósito, as Arguidas citaram o parágrafo 225 das Orientações da Comissão relativas às restrições verticais *supra* referidas⁴⁸ segundo o qual:

“a imposição dos preços de revenda não se limita a restringir a concorrência, podendo também, em especial quando é introduzida pelo fornecedor, conduzir a ganhos de eficiência, que serão apreciados nos termos do artigo 101. n.º3. [...] Nalguns casos, a margem adicional proporcionada pela imposição dos preços de revenda poderá permitir que os retalhistas forneçam serviços pré-venda (adicionais), em especial quando possuem experiência ou quando se trata de produtos complexos. Se um número suficiente de clientes tirar partido destes serviços para fazer a sua escolha mas, subsequentemente, efectuar a sua aquisição, a um preço inferior, junto de retalhistas que não fornecem tais serviços (e que, conseqüentemente, não incorrem nos respectivos custos), os retalhistas que proporcionam um elevado nível de serviço podem reduzir ou eliminar tais serviços que aumentam a procura do produto do fornecedor. A imposição dos preços de revenda pode contribuir para evitar este parasitismo a nível da distribuição. A fim de demonstrarem que todas as condições previstas no artigo 101.n.º 3, se encontram preenchidas, as partes terão de

⁴⁷ A este propósito, veja-se o disposto nos parágrafos n.ºs 20 e 46, da Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações Relativas à Aplicação do n.º 3 do artigo 81.º do Tratado*, Jornal Oficial das Comunidades Europeias, de 27 de abril de 2004 (2004/C 101/97).

⁴⁸ Ver nota rodapé 25.

demonstrar de forma convincente que preveem que a imposição dos preços de revenda não só proporcionará os meios, mas também o incentivo, para evitar o eventual parasitismo entre retalhistas nestes serviços e que, globalmente, os serviços pré-venda beneficiam os consumidores.”

393. Neste contexto, as Arguidas afirmaram ter evidenciado em resposta à AdC muitos dos efeitos benéficos requeridos pela Comissão Europeia para que um acordo de fixação de preços mínimos de venda possa beneficiar de uma isenção.

394. Neste sentido, consideram as Arguidas “ *que o mercado de aquariorfilia é extremamente volátil, afastando dele todos os consumidores que não recebem, continuamente apoio na aquisição dos respectivos produtos*”, sendo que “*a proteção dos custos incorridos pelos fornecedores com o pessoal de aconselhamento especializado e as acções de formação beneficia, em última linha, todos os intervenientes do mercado, pois satisfaz os clientes e mantém ou aumenta a procura em benefício de todos os retalhistas mesmo daqueles que conferem aquele aconselhamento especializado*”.

395. Assim, declaram as Arguidas “ *que a sua intenção, com a [sua] solicitação para que os retalhistas do canal online respeitassem os PVP's recomendados, teve sempre como intenção evitar o parasitismo a nível de distribuição de que fala a Comissão e beneficiar o próprio mercado.*”

396. É necessário sublinhar *ab initio* que, se por um lado a Comissão Europeia admite que as restrições verticais possam ser justificadas, por outro lado refere que “[c]ontudo, é improvável que restrições graves da concorrência [como é o caso] satisfaçam as condições do n.º 3 do artigo [101]”⁴⁹.

397. Assim, são elementos cumulativos da justificação prevista no n.º 1 do artigo 5.º da LdC os que se seguem:

1. a contribuição para melhorar a produção ou a distribuição de bens e serviços ou para promover o desenvolvimento técnico ou económico;
2. a reserva aos utilizadores desses bens ou serviços de uma parte equitativa do benefício daí resultante;
3. a não imposição às empresas em causa de quaisquer restrições que não sejam indispensáveis para atingir esses objetivos;
4. a não eliminação da concorrência numa parte substancial do mercado dos bens ou serviços em causa.

⁴⁹ A este propósito, veja-se o disposto no parágrafo n.º 46. da Comunicação da Comissão Europeia, *Orientações Relativas à Aplicação do n.º 3 do artigo 81º do Tratado*, JO, C 101/08, de 27.04.2004.

III.2.2.1. A contribuição para melhorar a produção ou a distribuição dos Produtos SERA ou para promover o desenvolvimento técnico ou económico

398. Antes de mais, cumpre notar que, as Arguidas não apresentaram qualquer prova que permita determinar a existência de quaisquer ganhos de eficiência.
399. Acresce que, apesar da importância atribuída pelas Arguidas à alegada formação dos retalhistas e à informação dos consumidores, não ficou demonstrado qualquer nexo causal direto entre o acordo em causa nos presentes autos e os eventuais ganhos de eficiência.
400. Efetivamente, é insuficiente alegar que a fixação dos PVP's recomendados como preços mínimos de venda apenas para os retalhistas do canal *online* irá permitir aos seus retalhistas do canal tradicional praticarem preços a um determinado nível, que lhes permita prestar determinados serviços aos consumidores, serviços estes que nem sequer constam indicados das Condições Gerais de Venda (v. por exemplo fls. 4409 e seguintes) para se poder concluir pela verificação do necessário nexo causal entre esse acordo e os alegados ganhos de eficiência decorrentes do mesmo.
401. Por outro lado, note-se que os produtos em causa não são de tal modo complexos que exijam a disponibilização, ao consumidor, de informação igualmente especializada e que não seja já exigível, em termos de informação e rotulagem, pelas leis de defesa dos consumidores.
402. Face ao *supra* exposto, verifica-se que as alegações das Arguidas relativas a ganhos de eficiência não foram suficientemente justificadas de forma a poderem ser verificadas, sob um ponto de vista objetivo⁵⁰.
403. O não preenchimento de um dos critérios enunciados no n.º 1 do artigo 5.º da LdC, como é o caso da contribuição para melhorar a produção ou a distribuição de bens e serviços ou para promover o desenvolvimento técnico ou económico, inviabiliza, por si só, que a prática em causa nos presentes autos, possa ser considerada justificada.

III.2.2.2. A reserva aos utilizadores desses bens ou serviços de uma parte equitativa do benefício daí resultante

404. Não obstante, e sem prejuízo do atrás referido, também não está preenchido o segundo critério enunciado, ou seja, a reserva aos utilizadores de uma parte equitativa do benefício.

⁵⁰ Parágrafo n.º 49 da Comunicação da Comissão Europeia, Orientações Relativas à Aplicação do n.º 3 do artigo 81º do Tratado, JO, C 101/08, de 27.04.2004.

405. A este propósito, consideraram as Arguidas que “...a *proteção dos custos incorridos pelos fornecedores com o pessoal de aconselhamento especializado e as acções de formação beneficia, em última linha, todos os intervenientes do mercado, pois satisfaz os clientes e mantém ou aumenta a procura em benefício de todos os retalhistas mesmo daqueles que conferem aquele aconselhamento especializado*”.
406. Da mesma maneira, vieram ainda as Arguidas tentar demonstrar que a restrição da concorrência em causa nos presentes autos não teve qualquer impacto negativo (v. Parágrafos 62 a 65 da Resposta à Nota de Ilicitude), aparentemente, de modo a tornar neutro ou mais benéfico para os consumidores o efeito do acordo.
407. Sucede, porém, que, como já referido *supra*, os factos alegados nos Parágrafos 62 a 65 da Resposta à Nota de Ilicitude não ficaram demonstrados nos presentes autos (parágrafos 173 a 235).
408. Por outro lado, conforme já foi referido, atenta a natureza dos produtos em causa, não se vislumbra qual o concreto benefício resultante para os consumidores do acesso a uma rede de “retalhistas especializados” que não possa resultar, por si só, dos deveres de informação que, face à lei nacional aplicável, todos os fabricantes e vendedores estão obrigados a prestar aos consumidores.
409. Por conseguinte, também a verificação deste elemento do n.º 1 do artigo 5.º da LdC não resultou suficientemente demonstrada o que deixa, por si só, inviabilizada a justificação da ilicitude da prática em causa nos presentes autos.

III.2.2.3. A não imposição às empresas em causa de quaisquer restrições que não sejam indispensáveis para atingir esses objetivos;

410. Do mesmo modo, não está preenchido o terceiro critério enunciado, ou seja, a não eliminação da concorrência no mercado dos produtos para aquariofilia em Portugal.
411. No entender das Arguidas, o acordo em causa não *elimin[ou] ou sequer reduz[iu]* a concorrência no mercado relevante, tendo, os vários retalhistas vendido sempre abaixo do PVP recomendado.
412. Como já referido ao longo desta Decisão, as afirmações das Arguidas não correspondem com o resultado das análises realizadas aos documentos constantes do processo (parágrafos 173 a 235). Acresce que, como já referido, a fixação de preços mínimos conduz à redução da concorrência intramarca – ou seja, a uma redução da concorrência entre os próprios retalhistas das Arguidas.

413. Por conseguinte, também a verificação deste elemento do n.º 1 do artigo 5.º da LdC não resultou suficientemente demonstrada, o que impede, por si só, que a prática em causa nos presentes autos possa ser considerada justificada.

III.2.2.4. A não eliminação da concorrência numa parte substancial do mercado dos bens ou serviços em causa.

414. Também não se encontra preenchido o quarto critério enunciado, referente à proporcionalidade entre a prática restritiva da concorrência em causa nos presentes autos e os objetivos que as Arguidas pretendiam atingir com a sua implementação.

415. A este propósito, cumpre notar que, o modo como as Arguidas implementam o seu sistema de distribuição não lhe garante que os seus retalhistas do canal tradicional prestem os “especiais ou adicionais” serviços de apoio e/ou aconselhamento especializado aos consumidores que estas afirmam estarem na base da sua política de preços.

416. De facto, não existe, desde logo, nada que possa obrigar os retalhistas das Arguidas que operam no canal tradicional a prestarem os referidos serviços, conforme se verifica das Condições Gerais de Venda que as Arguidas fornecem aos seus retalhistas e constantes nos presentes autos (fls. 33 a 34).

417. Neste contexto, sublinhe-se que, as Arguidas não apresentaram na sua Defesa quaisquer possíveis alternativas ao acordo em causa, embora justifiquem a adoção de uma conduta ilícita em detrimento de uma conduta lícita.

418. Neste sentido, as Arguidas poderiam, por exemplo, ter implementado um sistema de distribuição seletiva, dando especial ênfase aos serviços de pré-venda e/ou pós-venda.

419. Acresce que, as Arguidas poderiam, ainda, caso não quisessem optar por um sistema de distribuição seletiva, ter apenas exigido, contratualmente, que todos os seus retalhistas estivessem presentes em ações de formação e/ou que prestassem aconselhamento aos consumidores, de modo a atingir os objetivos pretendidos, sem, contudo, se estar a imiscuir na liberdade que os retalhistas devem ter em fixar os PVP's.

420. Tudo isto é claramente elucidativo do carácter não indispensável daquela que foi a prática assumida pelas Arguidas.

421. Por conseguinte, verifica-se que também este elemento do n.º 1 do artigo 5.º da LdC não resultou suficientemente demonstrado, o que impede, por si só, que a prática em causa nos presentes autos possa ser considerada justificada.

422. Face ao exposto, a conduta assumida pelas Arguidas, para além de ser objetivamente típica, é ilícita, dada (i) a sua desconformidade legal, (ii) a não aplicação de qualquer

isenção prevista em Regulamento Comunitário (o qual, se fosse o caso, seria aplicável por remissão do n.º 3 do artigo 5.º da LdC), (iii) a inexistência de quaisquer fatores objetivos externos às partes que justifiquem a imposição de preços mínimos e (iv) a inexistência de justificação da prática adotada, em conformidade com o disposto no n.º 1 do artigo 5.º da LdC.

III.2.3. Tipo Subjetivo

423. Dos factos que foram acima enunciados, resulta que as Arguidas quiseram, deliberadamente, como parte integrante da política de preços por elas definida, fixar preços mínimos de venda aos seus retalhistas do canal *online* (v. parágrafos 68 a 80).
424. Resulta, igualmente, dos factos acima enunciados que, com a assunção da referida conduta, as Arguidas pretenderam evitar que os seus produtos fossem vendidos no canal *online* a preços inferiores aos que entendiam serem os adequados e evitar ou reduzir, assim, a concorrência intramarca (v. parágrafo 80).
425. A ingerência dos fornecedores na fixação dos PVP's é uma restrição muito grave da concorrência, como é do conhecimento dos agentes económicos em geral.
426. Efetivamente, a gravidade da referida restrição é de tal modo acentuada que esta é um dos exemplos paradigmáticos de restrições anticoncorrenciais e, deste modo, uma das práticas comumente identificadas por quem exerce uma atividade económica, como é o caso das Arguidas, como violadora das regras legais da concorrência.
427. Acresce que, a consciência da ilicitude da prática assumida pelas Arguidas é evidenciada pelo facto de, pouco tempo depois de o denunciante lhe ter transmitido a sua intenção de apresentar denúncia nesta Autoridade, as Arguidas recomeçaram o fornecimento das encomendas ao retalhista Pet4you (v. parágrafos 73 e 75).
428. Deste modo, as Arguidas agiram de forma livre, consciente e voluntária na prática da infração que lhes é imputada, sabendo, porém, que a sua conduta é proibida por lei, mas tendo ainda assim querido realizar todos os atos necessários à sua verificação (v. parágrafos 68 a 78).
429. As Arguidas agiram, desta forma, de modo culposo, com dolo, já que, conhecendo as normas legais aplicáveis, não se abstiveram de praticar de forma deliberada os atos acima descritos em sede de "Factos", levando a cabo uma conduta que preenche todos os elementos dos tipos legais previstos nos artigos 4.º, n.º 1 da LdC e 101.º, n.º 1 do TFUE.
430. Sem prejuízo do que fica exposto, cumpre ainda referir que a negligência é igualmente punível, nos termos do disposto no n.º 6 do artigo 43.º da LdC.

431. Por conseguinte, a prática assumida pelas Arguidas, para além de típica e ilícita, é ainda culposa.

III.2.4. Determinação da Medida da Coima

432. A AdC deu a conhecer às Arguidas, nos parágrafos 258 a 278 da Nota de Ilícitude, a moldura abstrata da coima em que estas incorriam, por ter violado o disposto no n.º 1 do artigo 4.º da LdC e no n.º 1 do artigo 101 do TFUE, bem como os fatores que, aquando da elaboração da Nota de Ilícitude, considerava serem atendíveis na determinação da medida exata da coima a aplicar às Arguidas, para que estas tivessem conhecimento dos mesmos e, querendo, se viessem a pronunciar sobre essa matéria, conforme se veio a verificar.

433. Tal e como resulta dos parágrafos 258 a 262 da Nota de Ilícitude, o limite máximo da coima aplicável, *in casu*, é de € 83.773,54, montante equivalente a 10% do volume de negócios realizado pela Sera GmbH em 2011 em Portugal, atendendo ao disposto na alínea a) do n.º 1 do artigo 43.º da LdC, interpretado em conformidade com o acórdão proferido pelo Tribunal da Relação de Lisboa, em 7 de novembro de 2007, no âmbito do processo n.º 7251/07-3⁵¹.

434. Neste contexto, como referido nos parágrafos 34 e 35, as Arguidas solicitaram, na Resposta à Nota de Ilícitude, no caso de não se arquivarem os presentes autos, ser proferida uma admoestação escrita às Arguidas nos termos do artigo 51.º do RGCO, atendendo à reduzidíssima gravidade da eventual infração e da falta de impacto na concorrência (v. parágrafo 103 da Resposta à Nota de Ilícitude).

435. A este respeito, cumpre notar que, o n.º 1 do artigo 22.º da LdC prevê a aplicação subsidiária do RGCO aos processos por infração ao disposto nos artigos 4.º, 6.º e 7.º .

436. Acresce que, em caso de infração às normas previstas na Lei 18/2003 e às normas de direito comunitário cuja observância seja assegurada pela Autoridade, os artigos 42.º a 46.º do citado diploma preveem as coimas e as sanções a aplicar, pelo que, em ausência de lacuna neste âmbito, não será de aplicação o artigo 51.º RGCO.

437. Por outro lado, o artigo 51.º do RGCO prevê a aplicação de admoestação quando “ a *reduzida gravidade da infracção e da culpa do agente o justifique (...)*”.

438. Assim e como melhor descrito *infra*, atendendo à gravidade da infração em causa bem como à culpa das Arguidas, a solicitada admoestação nunca poderá ser de aplicação no presente processo.

⁵¹ Disponível no *site* www.dgsi.pt.

439. No que se refere à determinação da medida exata da coima a aplicar às Arguidas, a AdC ponderou os fatores a que se fará menção de seguida.

III.2.4.1. Gravidade da Infração

440. Conforme resulta exposto nos parágrafos 362 a 367 acima, que aqui se dão por reproduzidos para os devidos e legais efeitos, a fixação de preços mínimos de venda é uma restrição muito grave da concorrência.

441. De facto, a restrição da liberdade dos revendedores, retalhistas no presente caso, em estabelecerem os seus preços de venda e de, assim, competirem entre si é de tal modo grave que é normalmente excluída do regulamento de isenção por categoria de acordos verticais da Comissão Europeia, sendo igualmente considerada como uma restrição grave nas diversas orientações e comunicações da Comissão Europeia⁵².

442. No mesmo sentido se pronunciou, a respeito da fixação de preços mínimos, o Tribunal do Comércio de Lisboa:

“A gravidade da infração é manifesta. Tem por objecto restringir e falsear a concorrência e afecta necessariamente o bom funcionamento do mercado (o que decorre necessariamente do simples facto de duas empresas celebrarem um acordo com o âmbito do que as Arguidas celebraram: uma interferência no sistema de fixação de preços e na liberdade negocial em geral e restrição da concorrência no mercado). Resulta inquestionável a existência de distorções graves no mercado”.

“Tal como, pela própria natureza do acordo, é manifesto que o mesmo produziu efeitos nefastos no mercado, impedindo que a formação do preço fosse ditado pelo binómio procura/oferta, como deverá ser num mercado a funcionar em condições normais de concorrência”.

*“Assiste pois razão à AdC ao considerar grave a contraordenação praticada, tendo sido postos em causa valores fundamentais para a estrutura da economia, designadamente os valores da liberdade de formação da oferta e da procura e de salvaguarda dos interesses dos consumidores, e durante um período de tempo relativamente prolongado (tanto quanto durante a vigência do contrato)”.*⁵³

443. A este propósito, na Resposta à Nota de Ilícitude, as Arguidas reiteraram o seu entendimento enquanto à falta de gravidade da infração em causa, atendendo a que “[...] a concorrência no mercado relevante não foi do todo afectada [...] não foi sequer

⁵² Comunicação da Comissão Europeia, Orientações Relativas à aplicação do n.º 3 do artigo 81.º [atual 101.º] do Tratado; Comunicação da Comissão Europeia, Orientações relativas às Restrições Verticais e Comunicação da Comissão Europeia relativa aos acordos de pequena importância que não restringem sensivelmente a concorrência no termos do n.º 1 do artigo 101.º do TFUE.

⁵³ Sentença do Tribunal do Comércio de Lisboa (4.º Juízo) de 12.9.2011, Proc. N.º 199/01.0TYLSB.

susceptível de conduzir qualquer um d[os] retalhistas do canal online a deixar de vender abaixo do PVP recomendado[...]” (parágrafo 91 a 94 da Resposta à Nota de Ilícitude).

444. Neste contexto, e como já referido nos parágrafos 359 a 373 e 440 a 442, a fixação de preços mínimos de venda é considerada uma restrição muito grave, independentemente dos efeitos produzidos pela sua implementação.
445. Em qualquer caso, é necessário recordar que, como se verificou nos parágrafos 173 a 235 *supra*, e contrariamente às afirmações das Arguidas, os seus retalhistas do canal *online* foram impedidos de vender os produtos SERA ao PVP por eles definido.

III.2.4.2. Vantagens de que as Arguidas tenham beneficiado

446. Alegaram as Arguidas nos parágrafos 95 a 97 da Resposta à Nota de Ilícitude que, não retiraram quaisquer vantagens da infração em causa no presente processo, dado que o valor do volume de negócios da Sera Portugal não foi nada influenciado pela infração em causa, sofrendo oscilações de menor importância.
447. As Arguidas referiram ainda que não poderiam retirar qualquer vantagem económica da intervenção no sector *online* atendendo “ [...]ao alargado numero de retalhistas de produtos Sera em Portugal e a fraca expressão de compras dos retalhistas do canal *online* [...]”.
448. Neste contexto, cumpre recordar que a fixação de preços mínimos de venda provoca uma redução da concorrência a nível dos preços intramarcas e causa uma maior transparência a nível dos preços, conforme foi referido no parágrafo 342 acima.
449. A produção destes efeitos, através da implementação da referida prática de fixação de preços mínimos, foi pretendida pelas Arguidas, conforme a Sera Portugal veio a admitir (v. parágrafos 79 e 80 acima).
450. Com a implementação da referida prática, as Arguidas puderam, assim, evitar que os seus retalhistas concorressem entre si, disputando a clientela pelo preço de venda ao público.
451. Efetivamente, através da fixação dos preços de revenda, aos retalhistas é sempre assegurada uma margem de lucro, o que retira ou diminui a pressão que estes podem exercer sobre as Arguidas com vista a obter uma descida dos seus próprios preços (*i.e.*, dos preços de venda dos produtos pelas Arguidas aos retalhistas).
452. Pelo que, indiretamente fica, igualmente, salvaguardada a margem de lucro das próprias Arguidas, não estando expostas às pressões exercidas pelo mercado.
453. Por conseguinte, ainda que não existam no processo elementos que permitam quantificar concretamente as vantagens auferidas pelas Arguidas com a prática da

infração em causa nos presentes autos, existem nos autos elementos suficientes que permitem concluir pela existência das mesmas.

III.2.4.3. Duração da Infração

454. De acordo com as Arguidas, a infração em causa no presente processo não estaria em vigor atendendo a que (i) todos os retalhistas *online* vendem atualmente os produtos SERA abaixo do PVP recomendado; (ii) o retalhista Girafaonline deixou de adquirir e revender produtos SERA desde o dia 21 de abril de 2010 e (iii) o retalhista Anamilandia deixou de trabalhar com a marca SERA (parágrafos 8, 12, 18, 19, 45 e 46 da Resposta à Nota de Ilícitude e parágrafos 7, 11 a 20 da Pronúncia das Arguidas sobre as diligências complementares de prova).
455. Em particular, as Arguidas alegaram que, “ [...] *Pet4you afirma perentoriamente que “vendemos produtos Sera abaixo dos preços recomendados” e “ nunca praticamos os preços recomendados pela Sera” e “[t]endo em conta que o ultimo pedido de produtos efetuado pela Girafaonline data de 21 de abril de 2010, pode concluir-se que ainda que entre as Arguidas tivesse existido um acordo para a fixação de preços mínimos de venda, o que não se concede e apenas por dever de patrocínio se refere, tal acordo sempre teria terminado em Abril de 2010.”* (parágrafo 46 da Resposta à Nota de Ilícitude e parágrafo 3 da Pronúncia sobre as diligências complementares de prova).
456. Acrescentam as Arguidas que ambos os retalhistas, Girafaonline e Anamilandia, informaram esta Autoridade ter deixado de trabalhar com a marca SERA (parágrafos 18 e 20 da resposta à Pronúncia sobre as diligências complementares de prova).
457. A este propósito, e como *supra* indicado, cumpre notar que, como se depreende dos autos constantes do processo, no momento em que as Arguidas aceitam fornecer um retalhista *online*, requerem a aceitação, expressa ou tácita, por parte do mesmo, da política de preços por elas prosseguida exigindo, nomeadamente, a aplicação dos PVP’s recomendados como preços mínimos (parágrafos 317 a 333 *supra*).
458. Assim, o acordo, para efeitos de aplicação do disposto no artigo 4.º da LdC, formou-se em fevereiro de 2008, aquando da solicitação das Arguidas aos retalhistas da aplicação do PVP’s recomendados, sendo irrelevante o facto de, posteriormente, algum retalhista se ter distanciado do acordo anteriormente concluído com as Arguidas.

459. Acresce que, não consta do processo prova que constate qualquer alteração, após 2008, à política de preços mínimos implementada pelas Arguidas aos seus retalhistas do canal *online*.
460. Assim, qualquer encomenda do retalhista Girafaonline continua sujeita à política de preços mínimos de venda acordada com as Arguidas no início da sua atividade em 2008.
461. Cumpre ainda notar que, tal e como ficou demonstrado nos parágrafos 188 a 197 e 203 a 212 *supra*, e contrariamente às alegações das Arguidas, o retalhista Girafaonline continua a vender os produtos SERA fornecidos pelas Arguidas e a aplicar os PVP's por elas recomendados.
462. Face ao *supra* exposto, considera esta Autoridade que da informação constante dos autos resulta que a infração que vem imputada às Arguidas foi praticada a partir do mês de janeiro do ano 2008 e, não constando prova em contrário, continua em vigor até à presente data.

III.2.4.4. Carácter reiterado ou ocasional da infração

463. Pela própria Sera Portugal foi referido que é exigida a aplicação dos preços de venda recomendados a todos os retalhistas do canal *online* com o fim de evitar diferenças de preços entre estes e os retalhistas de lojas tradicionais (v. parágrafo 80), tendo esta situação estado em vigor desde Janeiro de 2008 (v. parágrafo 68).
464. Alegam as Arguidas que os únicos atos que podiam eventualmente ser conduzidos à prática da contraordenação “[...] foram duas solicitações, efectuadas em Fevereiro de 2008 a duas empresas do canal *online* para que respeitassem os PVP's recomendados. Não exist[indo] quaisquer elementos no processo - porque de facto não aconteceram - da manutenção dessa conduta posteriormente a essa data. Pelo que [...] a infração foi claramente ocasional e irrepetível.” (parágrafos 98 a 100 da Resposta à Nota de Illicitude).
465. Não obstante e como melhor explicado *supra*, as Arguidas fixaram os PVP's recomendados como preços mínimos de venda para os produtos SERA adquiridos pelos seus retalhistas *online*, sendo que qualquer encomenda dos mesmos continua sujeita à política de preços mínimos de venda implementada pelas Arguidas no início do ano de 2008.
466. Deste modo, verifica-se que, durante o período de duração da infração, esta tem sido praticada de modo reiterado.

III.2.4.5. Grau de participação do infrator

467. Foram as Arguidas que impuseram a obrigação de respeitar os PVP's recomendados como preços mínimos de venda para todos produtos da marca SERA (v. parágrafos 68 a 78 acima).

III.2.4.6. Colaboração prestada à AdC até ao termo do procedimento administrativo

468. As Arguidas, em cumprimento dos deveres legais a que estão vinculadas têm colaborado com a AdC.

III.2.4.7. Comportamento do infrator na eliminação das práticas proibidas e na reparação dos prejuízos causados à concorrência

469. Não consta dos autos prova de que as Arguidas tenham alterado, até a data, a sua política de fixação de PVP's recomendados como preços mínimos de venda, dos produtos SERA fornecidos aos seus retalhistas do canal *online*.

IV. DECISÃO

Tudo visto e ponderado, o Conselho da Autoridade da Concorrência decide:

Primeiro

As Arguidas Sera GmbH e Sera Portugal cometeram uma infração ao disposto no n.º 1 do artigo 4.º da Lei n.º 18/2003 e no n.º 1 do artigo 101.º do TFUE, pela imposição dos PVP's recomendados, como preços mínimos de venda, para os produtos da marca SERA, aos seus retalhistas que operam através do canal *online*.

Segundo

Tendo em conta as considerações enunciadas na presente decisão, e no disposto no artigo 44.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de junho, é aplicada, às Arguidas, destinatárias da presente decisão, uma coima no valor de € 4.188,67 (quatro mil cento e oitenta e oito euros e sessenta e sete cêntimos).

Terceiro

A título de sanção acessória, por a gravidade das práticas o justificar e ao abrigo do artigo 45.º da Lei n.º 18/2003, ordena-se às empresas Arguidas, Sera GmbH e Sera Portugal que façam publicar, no prazo de 20 (vinte) dias úteis a contar da data em que a presente decisão se torne definitiva ou transite em julgado, extrato da presente decisão na II.ª Série do Diário da República e a parte decisória, nos termos e conforme cópia que lhes será comunicada, num jornal de expansão nacional.

Quarto

Nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 92.º e da alínea *b*) do n.º 2 e n.º 3 do artigo 94.º do RGCO, é fixado em € 250 (duzentos e cinquenta euros), o montante das custas a suportar pelas Arguidas no presente processo.

Quinto

Adverte-se as Arguidas, nos termos do artigo 58.º do RGCO, que:

- a) A presente condenação torna-se definitiva e exequível se não for judicialmente impugnada nos termos do artigo 59.º do RGCO e do artigo 50.º da Lei n.º 18/2003, de 11 de junho;
- b) Em caso de impugnação judicial, o tribunal pode decidir mediante audiência ou, caso as Arguidas, o Ministério Público ou a Autoridade da Concorrência não se oponham, mediante simples despacho;
- c) Tornando-se definitiva ou transitada em julgado a presente decisão, a coima aplicada deverá ser paga no prazo máximo de dez dias a contar do dia em que esta se torne definitiva ou transite em julgado;

d) Em caso de impossibilidade de pagamento tempestivo, deverá o facto ser comunicado por escrito à Autoridade da Concorrência.

Lisboa, 21 de março de 2013

O Conselho da Autoridade da Concorrência

Manuel Sebastião
Presidente

Jaime Andrez
Vogal

João Espírito Santo Noronha
Vogal