

Produção e grande distribuição criticam nova lei do comércio

Retalho Perante as incertezas da lei, a Centromarca, que representa os produtores, pede um adiamento de 60 dias às acções de fiscalização.

Dírcia Lopes
dircia.lopes@economico.pt

Entra hoje em vigor a nova lei do comércio que proíbe as vendas com prejuízo que fornecedores e produtores acreditam que terá a missão de evitar que a factura dos descontos e promoções realizadas pelas empresas da grande distribuição seja paga pelos fornecedores. No entanto, apesar de os produtores aplaudirem a lei, por trazer um reequilíbrio na relação comercial, o facto de ainda estar a gerar dúvidas e diferentes interpretações levou ontem a Centromarca - Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca a enviar uma carta ao ministro da Economia, Pires de Lima, a pedir um período adicional para as empresas se adaptarem à nova lei e um adiamento de 60 dias até que haja qualquer acção fiscalizadora, que está a cargo da ASAE.

Fonte oficial do Ministério da Economia confirma "a recepção do pedido", sendo que "está a ser analisado" não havendo ainda qualquer prazo para uma resposta.

A nova lei das Práticas Individuais Restritivas do Comércio (PIRC) é justificada pela ministra da Agricultura, Assunção Cristas, com o facto de terem sido detectados, no ano passado, "comportamentos abusivos" na relação entre a grande distribuição e os fornecedores, como por exemplo, a imposição aos produtores de descontos retroactivos.

Perante a entrada em vigor da lei das PIRC, as empresas do sector retalhista garantem que vão cumprir a legislação, apesar de alertarem que ainda estão a estudar as implicações da mesma.

No passado dia 13, à margem da inauguração do centro logístico do Algarve, o presidente executivo de Jerónimo Martins, Pedro Soares dos Santos, garantia que as PIRC "vão abrir a porta à importação" e referia que ninguém conhece as implica-

ções da nova lei. Para o gestor, a legislação irá "limitar muito a capacidade de contratação entre as partes", assumindo-se "preocupado". Para o sector se proteger a solução será, assim, apostar na importação.

Já fonte oficial da cadeia de 'hard discount' Lidl salienta ao Diário Económico que "entendemos o objectivo de tornar

mais transparentes as relações entre agentes económicos e tornar a concorrência mais saudável", sendo que "estamos a analisar a melhor forma de adaptação à lei nas várias áreas da nossa actividade, sejam elas na área das promoções ou com os nossos fornecedores". A mesma fonte garante que a marca irá manter a "política de qualidade ao melhor preço, em cumprimento e dentro dos limites permitidos por esta, ou qualquer outra, lei".

Enquanto fonte oficial do grupo Os Mosqueteiros admite que já está a "trabalhar na adaptação desta nova lei às suas práticas comerciais. Todas as suas vertentes estão a ser analisadas de modo a serem enquadradas nas nossas políticas".

A Associação Portuguesa das Empresas de Distribuição (APED) não recua nos argumentos contra as PIRC e garante que será o consumidor o mais prejudicado com a aplicação da lei. A directora-geral da APED, Ana Isabel Trigo de Moraes, assume que a "actividade promocional ficará afectada com esta incerteza jurídica", já que os operadores não sabem "até onde podem ir". Perante este cenário, as promoções "serão feitas de forma mais cuidadosa, sendo que o consumidor é o mais prejudicado". Isto porque se há "uma transferência de risco para o retalhista este será transferido para o consumidor", logo vai levar a um aumento de preços.

Sobre a possibilidade de recorrerem à importação, a APED salienta que a lei, ao criar um quadro mais restritivo põe em causa a promoção da produção nacional. Ana Trigo de Moraes lembrou que a legislação europeia apenas regula as relações no agro-alimentar, pelo que não se percebe "porque que o Governo português pretende que os comerciantes de sapatos ou móveis também tenham de alterar os contratos com os fornecedores". ■

NOVA LEI DO COMÉRCIO



A FAVOR

- Reequilibra o poder negocial entre a distribuição e produção.
- Actualiza as coimas para até 2,5 milhões de euros.
- Evita alterações retroactivas de contratos.



CONTRA

- Incerteza quanto às implicações jurídicas.
- Obriga a rever, no prazo de um ano, todos os contratos entre retalhistas e fornecedores.
- Pode aumentar preços.



ANÁLISE

Vendas com (pre)juízo



DUARTE PIRRA

Especialista em Direito da Concorrência (SRS Advogados)

Acaba de entrar em vigor o Decreto-Lei 166/2013, de 27 de Dezembro, que regula práticas como, por exemplo, a venda com prejuízo, da qual muito se tem falado. O desenvolvimento da distribuição moderna, em virtude da crescente modernização e refinamento das estruturas empresariais, criou um novo paradigma económico caracterizado por uma significativa assimetria

de poder de mercado dos players envolvidos, afectando negativa e continuamente os fornecedores dos hipermercados.

Esta disparidade de forças agrava-se pelo elevado grau de concentração do sector da distribuição, que cria um enorme poder de mercado destes agentes, e pela actuação das centrais de compras. Mas também pelo gradual protagonismo das marcas brancas.

Além disso, o actual desequilíbrio de forças tem repercutido nos fornecedores um excesso de risco e encargos comerciais. Na ausência de disciplina, os consumidores serão inevitavelmente afectados, pelo impacto na inovação, redução da oferta ou preços mais elevados, afectando forçosamente o bem-estar geral e o interesse público.

O novo diploma condiciona a



A Jerónimo Martins garante que o Pingo Doce perdeu 10 milhões de euros com a campanha de 50% de desconto no feriado do 1º de Maio de 2012.

actuação das empresas no mercado construindo relações comerciais mais equitativas. Não se pretende pôr fim às promoções, mas sim que os autores de promoções que geram vendas com prejuízo não o possam repercutir arbitrariamente nos seus fornecedores, e assim sucessivamente ao longo da cadeia de valor. Aliás, é sabido que as margens de lucro com que actualmente o mercado conta permitem, e permitirão, a concretização de promoções economicamente viáveis. Sendo a venda com prejuízo um poderoso mecanismo de enfraquecimento dos concorrentes, o novo regime vem também abraçar os interesses de empresas retalhistas de menor dimensão, que não podem suportar prejuízos nem têm força para os repercutir nos seus fornecedores.

Porém, as verdadeiras novidades no novo diploma são as medidas que introduzem robustez à imperatividade das suas disposições, sendo a principal o horizonte de coimas que passa a ser dissuasor, podendo atingir €2,5 milhões. Se antes era barato e até financeiramente proveitoso violar este regime legal, agora não o é. Ainda assim, o legislador não se aproximou dos regimes mais evoluídos de direito da concorrência, que fixam o limite máximo da coima em 10%, do volume de negócios do infractor.

Por fim, institucionaliza-se e fomenta-se a autoregulação. Esta é uma excelente oportunidade para se ir mais além, contribuindo para o saudável funcionamento do sistema e adoptar interpretações comuns sobre aspectos mais controversos daquele diploma. ■

Produção e distribuição criticam nova lei do comércio

A ministra Assunção Cristas é a responsável pela nova lei do comércio. Perante as incertezas, a Centromarca pede um adiamento da aplicação da lei. ➔ **P28**

