



Sêrvulo & Associados | Sociedade de Advogados, SP, RL

Update

Europeu e Concorrência

Dezembro 2020

O Reino Unido pode abandonar a União Europeia, mas a concorrência europeia não abandona o Reino Unido – o novo regime para os gigantes tecnológicos

Guilherme Oliveira e Costa | goc@servulo.com
João Abreu Campos | jac@servulo.com

Enquanto se aproxima o prazo final para a transição do *Brexit*, o Governo do Reino Unido [prepara também um novo instrumento regulatório](#) no âmbito do direito da concorrência: um regime específico para regular as condutas de plataformas digitais. Para este efeito será criada uma unidade especializada da *Competition and Markets Authority* (CMA) dedicada ao mercado digital, para fazer face ao aparente domínio do mercado destes *tech giants*ⁱ.

A aposta do Governo britânico acompanha a tendência europeia de regulação para pró-concorrencial do mercado digital, avançada pela Comissão Europeia em 2 de junho passado. A Comissão Europeia [anunciou](#) a publicação de uma avaliação de impacto e uma consulta pública aberta relativa a um “*eventual novo instrumento de concorrência que permita resolver os problemas estruturais de concorrência, de forma rápida e eficaz*”. A proposta surgia associada à reflexão da Comissão Europeia quanto à política da concorrência para os mercados digitais e à adequação da [legislação europeia para os serviços digitais](#). Através do *Digital Services Act*, a Comissão pretende propor regras relativas às responsabilidades dos fornecedores de serviços digitais face aos riscos enfrentados pelos utilizadores a fim de melhor proteger os direitos destes. Para a Comissão, as novas regras constituirão modelo moderno de cooperação para supervisão das plataformas digitais. Além disso, a Comissão pretende propor regras sobre práticas comerciais desleais em grandes plataformas *online* que podem ser consideradas ‘*gatekeepers*’ e que, nas palavras da Comissão, “*estabelecem as regras do jogo para os seus utilizadores e concorrentes*”ⁱⁱ.

Por seu turno, o Reino Unido prepara-se para dotar essa futura *Digital Markets Unit* de competências de supervisão de um novo regime pró-concorrencial para plataformas digitais, incluindo as que são financiadas por receitas publicitárias, como a *Google* ou a *Facebook*. O novo regime assenta em três premissas genéricas essenciais: i) maior liberdade de escolha e controlo pelos consumidores sobre a utilização conferida aos seus dados; ii) mais acesso das PME à promoção *online* de produtos; iii) maior sustentabilidade da indústria de publicação de jornais e as plataformas de comunicação social *online*.

O Reino Unido considera, assim e acompanhando as tendências globais, que a concentração de poder e influência de mercado de um número restrito de grandes empresas tecnológicas está a restringir o crescimento do setor tecnológico, reduzindo a inovação e potencialmente impactando de forma negativa os consumidores e os empresários que dependem do mesmo para as suas atividades.

O novo regime irá definir expectativas claras para as plataformas digitais com um poder de mercado considerável (*strategic market status*) sobre o que constitui comportamento aceitável no âmbito das interações com concorrentes e utilizadores. As plataformas digitais, incluindo aquelas que sejam financiadas por anúncios publicitários *online*, terão que ser mais transparentes sobre os serviços que providenciam e sobre o modo como utilizam os dados dos seus utilizadores, e estarão proibidas de impor restrições aos consumidores que dificultem a utilização por estes de plataformas concorrentes. A nova Unidade da CMA será dotada de importantes poderes de supervisão e sancionatórios.

Atualmente, equaciona-se que as plataformas digitais “dominantes” possam impor termos sobre os editores de notícias que limitam a sua capacidade lucrativa e impactam a sua capacidade de desenvolvimento. Este regime irá regular os acordos comerciais estabelecidos entre os editores e as plataformas digitais (procurando garantir que os primeiros conseguem acordos justos), auxiliando a transformação digital das edições em jornal de notícias, criando, assim, condições para a sua sustentabilidade económica e um (esperado) incremento da qualidade jornalística online.

O Setor digital contribuiu cerca de 150 biliões de libras para a economia do Reino Unido em 2018, tendo a CMA concluído, no seu estudo de mercado que a falta de concorrência no mercado digital tem impedido o desenvolvimento de novos e valiosos serviços para os consumidores e resulta em elevados preços para os negócios que se servem destas plataformas, e, desse modo, elevados preços finais para os consumidores. Estima-se que o Setor digital contribua com mais de 6 triliões de euros para o Espaço Económico Europeu.

ⁱ Que surge no seguimento do Estudo de Mercado e subsequente publicação pela CMA da Estratégia de Mercados Digitais, publicada em julho de 2019, disponível [aqui](#).

ⁱⁱ A Comissão Europeia colocou em discussão dois cenários distintos, sendo que cada um destes pode ser dividido em dois, consoante o novo instrumento seja aplicável a todos ou apenas a alguns setores. Relativamente ao primeiro cenário, estaria em causa uma ferramenta assente no conceito de posição dominante, que permitiria à Comissão atuar antes de ser declarada a existência de qualquer abuso. Já no segundo cenário, a Comissão Europeia propõe que a ferramenta tenha por base a estrutura de mercado, não se exigindo que a empresa sujeita a este novo instrumento detenha uma posição dominante. Em ambos os cenários a Comissão Europeia não poderá impor coimas e estas decisões não poderão gerar direitos indemnizatórios, limitando-se a decidir sobre remédios comportamentais e estruturais a aplicar às empresas.