

# SÁBADO

## Ius Omnibus v Super Bock

16 de Dezembro de 2020

14:03 | por

A associação europeia de consumidores Ius Omnibus intentou uma ação popular de 401 milhões de euros contra a empresa de bebidas. Todos os consumidores estão representados.

---

A Ius Omnibus, uma associação europeia de defesa dos consumidores criada em março deste ano e com sede em Portugal, intentou uma ação popular no valor de 401 milhões de euros contra o Super Bock Group devido a práticas anti-concorrenciais que aumentaram artificialmente o preço das cervejas, águas, sidras, sumos e vinhos vendidos em cafés, bares, restaurantes e hotéis. Caso tenha sucesso, a ação que representa todos os consumidores portugueses resultará numa indemnização média de 40 euros por pessoa, estima a associação.

"Se é um/a consumidor/a que residia em Portugal e comprou uma cerveja Super Bock, uma sidra Somersby, uma Água das Pedras, etc., durante este período num bar, restaurante, café ou hotel, está automaticamente representado/a", aponta a associação no da ação publicado no seu site. "Os consumidores não têm de fazer nada para serem representados e

para terem direito a indemnização em caso de sucesso da ação", adianta a associação, que até ao início deste mês foi presidida pela ex-eurodeputada Ana Gomes.

Portugal tem uma lei que, ao contrário da maioria dos outros países, permite que uma associação peça indemnizações para todos os consumidores lesados, independentemente de serem ou não representados. Esta é a segunda ação deste tipo e deste montante em Portugal – no início deste mês, a Ius Omnibus (termo em latim que significa "Justiça para Todos") entregou uma ação, também de 400 milhões de euros, após esta ter sido condenada pelo regulador europeu da concorrência.

A ação judicial da Ius Omnibus surge na sequência da multa de 24 milhões de euros aplicada pela Autoridade da Concorrência em 2019 contra a Super Bock, por violação das leis da concorrência. A Super Bock impôs preços mínimos de revenda aos distribuidores que depois canalizam as bebidas para os restaurantes, os hotéis e os cafés. A empresa vende cervejas (Carlsberg e Super Bock), águas (Água das Pedras e Vitalis), sidras (Sommersby), sumos e vinhos.

"A Super Bock continua a recusar admitir que alguma vez se tenha comportado deste modo, nunca compensou os consumidores pelos danos que lhes causou, e está a fazer tudo por tudo para não os compensar e eximir-se às suas responsabilidades" aponta a Ius Omnibus no texto publicado no site da associação. A empresa recorreu para tribunal da decisão da Autoridade da Concorrência, com uma litigância pesada que deverá arrastar o processo (que não corre risco de prescrição).

A Ius Omnibus publica parte dos emails que a Autoridade da Concorrência apanhou nas buscas feitas à Super Bock e que revelam a pressão e as ameaças aos distribuidores que não queriam cumprir os preços mínimos (ou seja, que queriam revender mais barato). "Já estou farto desta conversa, portanto as regras são as seguintes: ou o Distribuidor pratica os preços que nós indicamos e estamos a praticar, ou não há mais reposições", lê-se num email enviado em Agosto de 2007.

A associação lembra, também, que esta foi a terceira vez que a Autoridade da Concorrência multou a Super Bock por práticas deste tipo, após decisões em 1985 e em 2000.

"De acordo com estas decisões, a Super Bock tem, desde há décadas, atuado ilicitamente no mercado, contínua e sistematicamente, impondo preços de revenda aos seus distribuidores e prejudicando os consumidores, apesar de as autoridades portuguesas as terem condenado por estas práticas", aponta a associação. "Note-se que, entre 2008 e 2014, os preços mínimos de revenda fixados pela SB para cerveja Super Bock 0,33 no canal HORECA aumentaram 30%, enquanto os custos de produção da Super Bock no mesmo período aumentaram apenas 6%", acrescenta.

#### **Como funcionam as ações populares**

Na ação popular os consumidores são automaticamente representados, não tendo de fazer coisa alguma. Se a ação popular tiver sucesso, o tribunal fixa o montante global da indemnização, decide como identificar quem foram os consumidores lesados e como calcular a quanto cada consumidor tem direito. Há critérios – documentos a apresentar e um prazo, por exemplo – para as pessoas se poderem apresentar como tendo direito a receber a sua parte da indemnização. O bolo é gerido por uma entidade designada pelo tribunal.

A Ius Omnibus é representada neste processo pelos escritórios de advogados Sousa Ferro & Associados, especializados em concorrência, e Cardigos & Associados. O financiamento da ação é inovador. A ação é financiada pela Telluride, um financiador de contencioso com sede nos Estados Unidos da América (a da Mastercard tem a Nivalion como patrocinador).

Este fundo assume todos os custos do contencioso da Ius Omnibus e recupera o seu investimento se a ação tiver sucesso, "se e na medida em que o tribunal o autorizar, e se sobrar montante suficiente da indemnização global para tal, depois da distribuição aos consumidores que o solicitem", explica a organização.

Estas duas ações não são as únicas na calha pela associação Ius Omnibus, no que representa uma pressão adicional sobre os comportamentos das empresas. Em Portugal há três em curso: uma contra a Sport TV ("que está pendente há 5 anos e meio perante o Tribunal Judicial da Comarca de Lisboa", explica a associação) e a da Mastercard.