

1177

PN 841.04-5¹; Ap.: Tc. Vila Real, 3º J. (34.99);
Ap.e²: A. Camilo Fernandes, Sucrs, Lda,
Rua Visconde de Carnaxide, 26, Vila Real;
Ap.a³: Ford Lusitana, SA,
Rua Rosa Araújo, 2, 4º, Lisboa.

~~861/2004~~
Acordam no Tribunal da Relação do Porto:

I. Introdução:

(a) A Ap.e discorda da sentença de 1ª instância que absolveu a R. do pedido: *ser condenada Ford Lusitana, SA, a pagar-lhe, a título de indemnização de clientela, ou, subsidiariamente, a título de compensação por enriquecimento sem causa, um montante não inferior a Pte 86.688.636\$00, acrescido da quantia de Pte 48.845.675\$00, [estimativa dos] prejuízos causados por via da cessação inesperada do contrato [de concessão comercial automóvel] que celebrou [em 57.06.01] com a multinacional, radicados na conduta censurável e enganosa desta ao denunciá-lo, bem como juros à taxa legal desde a citação.*

(b) Da sentença recorrida:

- (1) ...importa referir que através do contrato de concessão, o concessionário se obriga a adquirir mercadorias a um concedente, industrial ou produtor, pelas quais paga um preço, e que venderá, em nome próprio, por ser mercadoria sua, assumindo por inteiro os riscos da operação⁴.
- (2) Como contrato-quadro (desprovido de um regime jurídico próprio)⁵ funda uma relação de colaboração estável, de conteúdo múltiplo, cuja execução implica, designadamente, a celebração de futuros contratos entre as partes, pelas quais o concedente vende ao concessionário, para revenda, nos termos previamente fixados, os bens que este se obrigou a distribuir⁶.
- (3) Por isso, o contrato de concessão exprime-se por uma relação contratual duradoura entre o produtor e o distribuidor, em que o concessionário actua em nome e por conta próprios, obrigando-se a promover a venda dos produtos que constituem objecto mediato do contrato na zona a que o mesmo se refere; por seu turno, o concedente obriga-se, no futuro, a celebrar com o concessionário sucessivos contratos de venda e a fornecer-lhe os meios necessários ao exercício da sua actividade⁷: *o concessionário beneficia, em princípio, de exclusividade de revenda na zona a que se refere o contrato (podendo o concedente obrigar-se a proteger tal exclusividade); o concessionário pode assumir, a favor do concedente, obrigações de exclusividade de compra ou de venda; as obrigações de*

¹ Vistos: Des. Marques Peixoto (1659); Des. Fonseca Ramos (1058).

² Advs.: Dr. Luís Bianchi de Aguiar e Dr. Pedro Sousa e Silva, Rua do Campo Alegre, 1306, 4º, sl. 409, 4150 Porto.

³ Advs.: Dr. Vítor Réfega Fernandes e Dr. Pedro Faria, PLMJ, Soc. Advogados, Av^a da Liberdade, nº 224, 1250-148 Lisboa.

⁴ Vd. Gomes, M. Januário, Apontamentos sobre o contrato de agência, *Trib. Just. n° 3*, Abril/Maio, 1990, pág. 20.

⁵ Vd. Ac. STJ, 00.05.03, Proc. 102/00 da 6^a secção, citado no Ac. STJ, 01.05.10, CJ, ano IX, tomo II, pág. 62.

⁶ Vd. Ac. RP, 95.06.27, RLJ, ano 130º, pág. 26, citando Pinto Monteiro, *Contrato de Agência*, 2^a ed., págs. 43 e 44.

⁷ Vd. Brito, Maria Helena, *O Contrato de Concessão Comercial*, Coimbra, 1990, págs. 179 a 184.

1178
3

exclusividade podem ainda ser reciprocas⁸.

- (4) Certo que, por vezes, se tem considerado necessária a presença de amplo leque de elementos caracterizadores para qualificar um contrato como de concessão comercial: a) carácter duradouro do contrato; b) actuação do concessionário em nome próprio e por conta própria; c) ter como objecto bens produzidos ou distribuídos pelo concedente; d) obrigação do concessionário de promover a revenda dos produtos que constitui o objecto do contrato, na zona a que o mesmo se refere; e) obrigação do concessionário de celebrar, no futuro, sucessivos contratos de compra; f) obrigação de o concedente celebrar, no futuro, sucessivos contratos de venda; g) obrigação do concessionário de orientar a sua actividade empresarial em função da finalidade do contrato; h) obrigação do concedente de fornecer aos concessionários os meios necessários ao exercício da sua actividade⁹.
- (5) Todavia, **no essencial**, haverá tão só que destacar três notas que fornecem o recorte da concessão comercial: a concessão é um contrato em que alguém assume a obrigação de compra para revenda, nele se estabelecendo desde logo os termos (ou os principais termos ou regras) em que esses futuros negócios serão feitos; o concessionário age em seu nome e por conta própria, assumindo os riscos da comercialização; e finalmente as partes vinculam-se a outro tipo de obrigações, sendo através delas que verdadeiramente se efectua a integração do concessionário na rede ou cadeia de distribuição do concedente¹⁰.
- (6) Ora, tendo em conta as considerações doutrinais e jurisprudenciais supra expostas e o objecto do contrato celebrado entre a autora e a ré, pode dizer-se, com segurança, que **nos encontramos perante um contrato de concessão comercial**, tal como o haviam qualificado as partes, „contrato-quadro, legalmente atípico e inominado, mas económico-socialmente tipificado¹¹.
- (7) Como é sabido, o contrato de concessão não goza de um regime próprio estando assim submetido ao que as partes tenham concretamente estipulado, ao abrigo da liberdade contratual¹², aplicando-se, subsidiariamente, por analogia, a disciplina pertinente aos contratos afins, mormente o regime do contrato de agência previsto no DL nº 178/86 de 03/07, com as alterações introduzidas pelo DL nº 118/93 de 13/04¹³, aplicáveis ao caso sub judice por via do disposto no artº 2º deste diploma: ...ao nível jurídico, a concessão comercial assemelha-se, em múltiplos pontos, à agência. São ambos contratos duradouros, celebrados por sujeitos independentes entre si (autonomia) ...não obstante, é ao nível económico que se acentua a semelhança; os dois contratos são contratos de distribuição ...precisamente, porque o ...do económico dos dois contratos é perfeitamente similar, a eleição da agência como tipo assim é plenamente justificada: ...na rotura do contrato a dependência económica induz uma configuração substancialmente idêntica da situação do concessionário em paralelo com a do agente; a identidade substancial da posição de ambos na ruptura do contrato, concessionário e agente, autoriza e legitima o procedimento^{14 15};

⁸ Aut. cit., op. cit., p. 184.

⁹ Vd. Acs. STJ, 95.11.29, CJ, ano III, tomo III, pág. 116 e 01.05.10, já citado.

¹⁰ Vd. Pinto Monteiro, anotação ao Acórdão do Tribunal da Relação do Porto de 27/06/1995, RLJ, Ano 130º, págs. 22 a 32, 91 a 98, 119 a 128 e 132 a 160, principalmente pág. 93, ou aut. cit. *Denúncia de um contrato de concessão comercial*, Coimbra Editora, 1998.

¹¹ Vd., entre outros, Vieira, José Alberto Coelho, *O Contrato de Concessão Comercial*, AAFDL, 1991, págs. 91 a 94.

¹² Artº 405º do Código Civil.

¹³ ...a vocação deste regime para efeitos de aplicação ao contrato de concessão, sobretudo em matéria de cessação, foi desde logo reconhecida textualmente pelo legislador no preâmbulo... onde se refere: ...detecta-se no direito comparado uma certa tendência para o manter como contrato atípico, ao mesmo tempo que se vem pondo em relevo a necessidade de se lhe aplicar, por analogia – quando e na medida em que ela se verifique –, o regime da agência, sobretudo, em matéria de cessação do contrato; vd., a este propósito, Pinto Monteiro, ob. cit., pág. 50 a 52 e Ac. RL, 02.07.11, CJ, ano XXVII, tomo IV, pág. 71.

¹⁴ Vd. Vieira, José Alberto Coelho, *O Contrato de Concessão Comercial*, AAFDL, 1991, pág. 141: o autor, não defendendo uma integral aplicação analógica do regime da agência à concessão comercial, propugna: *o regime extintivo da agência é aplicável analogicamente, com as necessárias adaptações, à concessão comercial*.

¹⁵ Sobre o regime legal aplicável ao contrato de concessão comercial, maxime, na parte referente à extinção deste contrato e à aplicação da indemnização de clientela ao contrato de concessão comercial, veja-se a síntese da jurisprudência sobre o assunto [ref. arts. 33 e 34 do DL 178/86, 03.07, alt. DL 118/93, 13.04] efectuada por Rui Pinto Duarte, *A Jurisprudência Portuguesa Sobre a Aplicação da Indemnização*

Leão

1179
3

- (8) [Portanto,] não assiste razão à ré¹⁶ quando... defende a inaplicabilidade do regime constante do citado DL nº 178/86 de 03/07 ao contrato por si celebrado com a autora, nomeadamente, quando propugna a equiparação do contrato em causa ao contrato de franquia¹⁷; assim falece

de Clientela ao Contrato de Concessão Comercial – Algumas Observações, *Themis*, Revista da Faculdade de Direito da UNL, Ano II, nº 3, 2001, págs. 315 a 321:

- a) lição doutrinária de que os contratos atípicos se regem pelas normas sobre contratos típicos com as quais apresentam analogias [Acórdãos do Supremo Tribunal de Justiça de 04/05/1993, CJ, Ano I, tomo, I; de 22/11/1995, BMJ, 451; de 05/06/1997, BMJ, 468; de 23/04/1998, Actualidade Jurídica, nº 16/17; Acórdãos do Tribunal da Relação do Porto de 18/10/1994, CJ, Ano XIX, tomo IV e de 27/06/1995, RLJ nº 3874];
- b) referência feita no preâmbulo do DL nº 178/86 à tendência retirável do Direito Comparado para aplicar, por analogia, à concessão o regime da agência, sobretudo em matéria de cessação do contrato [vd. os já citados Acórdãos do Supremo Tribunal de Justiça de 04/05/93; 22/11/1995; 05/06/1997; 23/04/1998 e de 03/05/2000, CJ, Ano VIII, tomo II; o Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 07/10/1993, CJ, Ano XVIII, tomo IV; Acórdãos do Tribunal da Relação de Coimbra de 26/11/1996, CJ, Ano XXI, tomo V e de 28/10/1997, CJ, Ano XXII, tomo IV; o já citado Acórdão do Tribunal da Relação do Porto de 28/10/1997 e o Acórdão do Tribunal da Relação do Porto de 25/06/1998, CJ, STJ, Ano VI, tomo II];
- c) autoridade doutrinária de António Pinto Monteiro, autor que em Portugal mais atenção dedicou ao tema, e que sempre sustentou a tese subscrita pela corrente jurisprudencial em causa [vd. os citados Acórdãos do Supremo Tribunal de Justiça de 22/11/1995; 23/04/1998 e 03/05/2000; Acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa de 07/10/1993; os Acórdãos do Tribunal da Relação do Porto de 18/10/1998, 27/06/1995 e 25/06/1998 e Acórdão do Tribunal da Relação de Coimbra de 26/11/1998];
- d) autoridade de decisões anteriores [Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 23/04/1998, supra citado].

¹⁶ Outro dos argumentos aduzidos pela ré no sentido da inaplicabilidade do regime legal do contrato de agência ao contrato de concessão comercial fundou-se na invocação por aquela de várias normas de direito comunitário, assim como, na jurisprudência comunitária que se debruçou sobre a análise de tais contratos, afirmando, em síntese, que o contrato de concessão comercial, em sede de direito comunitário, é um verdadeiro contrato típico, sendo o concessionário um operador económico independente e não um agente, pelo que, estender o regime da agência a um tipo contratual que surge, no plano comunitário, claramente regulado como um contrato de distribuição proprio sensu (no qual a figura da indemnização de clientela não encontra lugar) seria violar o espírito que presidiu à adopção da regulamentação comunitária relativa à concessão comercial no sector automóvel e, por inerência, seria violar o primado do direito comunitário sobre o direito nacional.

...tal entendimento não pode obter acolhimento...: dir-se-á que as normas e princípios comunitários invocados pela ré não têm por objecto ou efeito definir o regime substancial aplicável ao contrato de concessão —pois relevam exclusivamente da disciplina comunitária da concorrência, e visam delimitar a margem de liberdade das partes na celebração de contratos que a restrinjam, enunciando as cláusulas admissíveis e inadmissíveis à luz do regime do artigo 81º do Tratado de Roma [a este respeito, cf., entre outros, CASEIRO ALVES, Lições de Direito Comunitário da Concorrência, Coimbra, 1989, p. 92 e ss., MOTA DE CAMPOS, Direito Comunitário, Lisboa, 1991, Vol. III, p. 464 e ss., VAN BAEL & BELLIS, Competition Law of the EEC, Bicester, 1987, p. 39, ou GOLDMAN, LYON-CAEN e VOGEL, Droit Commercial Européen, Paris, 1994, pp. 400 e ss. e 447 e ss].

Em suma, estes regulamentos têm por único objecto definir as condições da isenção e de notificação individual de certas categorias de acordos à Comissão Europeia, nada dispondo acerca do regime material a que os mesmos estão sujeitos em cada Estado-membro [vd. Ac. STJ 89.11.29, Documentação e Direito Comparado, nº 39/40, 1989, p. 49 e ss: o Direito Comunitário não se aplica a situações puramente internas do Estado português, ou seja, inexistindo qualquer elemento de conexão com alguma das situações previstas no Tratado de Roma e respectivo direito derivado. Na ausência de tais elementos de conexão, é totalmente despropositado invocar um corpo legislativo autónomo, destinado a disciplinar relações que, por definição, são de carácter internacional ou nas quais, pelo menos, terá que existir um elemento transfronteiriço. Esta jurisprudência, reiterada pelo STJ, nomeadamente Ac. de 31.3.93, CJ-STJ, 1993, II, p. 49, e pela R. Lisboa, Ac. de 24.01.95, C.J. 1995, 1, p. 99, constitui entendimento constante do Tribunal do Luxemburgo desde 1979, Ac. de 25.03.79, Saunders, Rec. 1979, p. 1129, confirmado, entre outros, pelos acs. de 28.06.84, Hans Moser, Rec. 1984, p. 2539, de 27.10.82, Morson, Rec. 1982, p. 3721 e de 8.12.87, Gauchard, Rec. 1987, p. 4879].

¹⁷ Vd. entre outros, José Alberto Coelho Vieira, ob. cit., págs. 74 a 78.

[também] a argumentação pela parte aduzida, no sentido de o convencionado entre ambas afastar a aplicação do sobredito regime legal: da leitura interpretativa das cláusulas contratuais que entre autora e ré foram estabelecidas no contrato que celebraram, não decorre [ainda assim] a inaplicabilidade ao caso em apreço das normas constantes do regime legal do contrato de agência, maxime, na parte relativa à cessação de tal contrato¹⁸.

(9) ...relembre-se¹⁹ que a autora pede que a ré seja condenada a pagar-lhe o montante de Pte

¹⁸ As cláusulas referenciadas pela ré são as seguintes:

Cláusula C) do Contrato de Concessionário, sob a epígrafe Período de Vigência:

Os efeitos deste contrato produzem-se desde a data acima indicada até ao momento em que deva ocorrer a sua cessação de acordo com o disposto na cláusula 26^a das «Cláusulas Gerais» em anexo. O prazo de pré-aviso de rescisão para os efeitos contidos na alínea a) da referida cláusula 26^a será de doze meses;

Cláusula 26^a a), Cláusulas Gerais anexas, sob a epígrafe Cessação do Contrato:

a) *De livre iniciativa das partes. Qualquer das partes pode pôr termo ao presente contrato em qualquer momento que o deseje desde que dê aviso prévio nesse sentido à outra parte com a antecedência prevista na Cláusula C do Contrato.*

Cláusula G) do Contrato de Concessão, sob a epígrafe Âmbito do Contrato:

(...) O presente contrato representa integralmente todas as convenções celebradas entre as partes com referência ao seu objecto. Nesta conformidade, ambas as partes reconhecem expressamente que não existe qualquer motivo contratualmente relevante, qualquer finalidade contratual específica, qualquer representação dos factos ou das coisas, qualquer interpretação das circunstâncias do negócio ou qualquer presunção, legal ou de facto, para além do que expressamente vai escrito no presente contrato, nas quais hajam fundado a sua vontade de contratar ou de que possam depender a sua eficácia, duração ou cessação.

Cláusula 30. das Cláusulas Gerais anexas, sob a epígrafe Relações entre as partes após a cessação:

Quaisquer relações comerciais entre a FORD e o CONCESSIONÁRIO após o termo do presente contrato, respeitem ou não a PRODUTOS DA COMPANHIA, não constituirão em caso algum uma renúncia à cessação dos efeitos deste contrato nem tão pouco constituirão a renovação da relação contratual pré-existente.(...)

Cláusula 33. das Cláusulas Gerais anexas, sob a epígrafe Limitação da Responsabilidade:

De acordo com o disposto neste contrato, e sem prejuízo do que nele se contém quanto às obrigações assumidas pelo CONCESSIONÁRIO, quer em matéria de investimentos, quer em matéria de níveis quantitativos de compra de PRODUTOS DA COMPANHIA e sua revenda, O CONCESSIONÁRIO é sempre havido como um comerciante independente, que conduz a sua actividade de acordo com o seu exclusivo critério. Consequentemente, o presente contrato não pode ser interpretado de modo a impor qualquer responsabilidade à FORD pela forma como o CONCESSIONÁRIO dirige o seu negócio, seja com vista ao cumprimento deste contrato, seja para qualquer outro fim, nem tão pouco por quaisquer dispêndios que o CONCESSIONÁRIO haja feito ou possa vir a fazer, quer na sua preparação para a execução das obrigações que assumiu no âmbito deste contrato, quer na execução das mesmas.

Cláusula 34. a) das Cláusulas Gerais anexas, sob a epígrafe Vinculação legal:

a) Relação de emprego ou de agência. Salvo o caso de extensão da garantia previsto em ii) da alínea a) da cláusula 16^a, este contrato não gera qualquer relação de representação ou de emprego entre a FORD e o CONCESSIONÁRIO (...) sendo a tais pessoas ou entidades vedado agir de modo a criar a convicção, ou possibilitar que alguém crie a convicção de que tal relação de representação ou emprego existe.

¹⁹ A sentença resolveu entretanto outro problema intercalar: ...ao formular os pedidos constantes na sua petição inicial e fundamentando-os como o fez, a autora não agiu com abuso de direito, contrariamente ao entendido pela ré; ...a concepção de abuso de direito adoptada no artº 334º do Código Civil é a objectiva.... contudo, a lei claramente exige que o excesso seja manifesto; ...a propósito, refere Jorge Abreu, Do Abuso de Direito, Almedina, 1983, pág. 43: *há abuso de direito quando um comportamento, apresentando ser um exercício de um direito, se traduz na não realização dos interesses pessoais de que esse direito é instrumento e na negação de interesses sensíveis de outrem* [vd. tb. Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça de 05/06/1997, Proc. nº 817/96-2^a, Sumários, 12º, citado por Abílio Neto, Contratos Comerciais, Lisboa, Maio/2002]; ...ora, independentemente da procedência ou não dos fundamentos pela autora invocados, a circunstância de a mesma ter pedido a indemnização de clientela por via da denúncia

Luis
1181
13

48.845.675\$00, como compensação pelos prejuízos que lhe foram causados por via da cessação inesperada do contrato celebrado com a multinacional, e com raiz na conduta censurável e enganosa desta ao denunciar o aludido contrato: a atitude dos responsáveis da ré nos anos que antecederam a denúncia do contrato e até depois da sua comunicação à autora, sempre foi de modo a criar nesta a convicção de continuidade das relações contratuais, o que a levou a realizar investimentos (que descreveu) e a manter stocks elevados para fazer face às necessidades futuras e a cumprir os seus deveres contratuais.

- (10) As expectativas assim geradas pelo comportamento da ré, prosseguiu a autora, condicionaram inequivocamente a sua conduta e as suas opções, pois aquela mantinha a esperança fundada de continuar a representar a Ford.
- (11) Por via disso, a autora alega que sofreu e sofre ainda prejuízos avultados que teria evitado ou minorado substancialmente, caso não tivesse sido induzida em erro pela conduta da ré.
- (12) Continuou, afirmando que não ignora, evidentemente, que a lei não prevê indemnização nos casos de simples denúncia do contrato de agência (e também, analogamente, no de concessão), quando seja respeitado o pré-aviso contratual, como sucedeu neste caso. Porém, no caso vertente, a ré não se limitou a usar do direito (potestativo) de denunciar o contrato, ao invés, abusou dele transformando-o – ao longo da vigência do contrato e até ao seu termo – num instrumento de ameaça permanente.
- (13) Tal comportamento da ré, no entender da autora, constitui [apenas e talvez por isso mesmo] uma conduta geradora de confiança legítima, susceptível de gerar responsabilidade pelos danos sofridos por quem nela confiou. Assim, a conduta da parte contrária foi flagrantemente adversa ao dever geral de boa fé²⁰, pelo que, constituiu a ré na responsabilidade de reparar os danos sofridos pela autora e por esta descritos..., pagando indemnização que aproxime a situação real da autora daquela que existiria se não fosse a lesão²¹; deverá ser condenada a pagar-lhe, a tal título, o montante de Pte. 48.845.675\$00.
- (14) Contudo, a denúncia é um meio extintivo de relações obrigacionais duradouras, realizada mediante declaração à contraparte, na qual se faz saber a perda de interesse na subsistência do contrato; reveste a natureza de um poder de exercício discricionário, não carecendo de fundamentação específica (justa causa) para poder ser licitamente exercido²².
- (15) O contrato de concessão comercial, como contrato duradouro, não foge à regra, ...[mas] é indiscutível que a denúncia pelo concedente deve respeitar para além do prazo de pré-aviso (que haja sido convencionado ou que decorra da lei), os limites gerais impostos ao exercício dos direitos, estando de acordo com o princípio da boa fé²³.
- (16) Assim, a denúncia pelo concedente não deve verificar-se antes de decorrido um razoável período após a celebração do contrato, suficiente para dar ao concessionário a

contratual efectuada pela ré não é, por si só, motivo suficiente para configurar a sua conduta como *abuso de direito*. Por outro lado, alegou a ré que tinha fundamentos para proceder à resolução do contrato, só não o tendo feito por ter entendido que o accionamento da denúncia do mesmo seria menos oneroso para a autora, pelo que, no seu entender, não poderia esta, agora, pedir a aludida indemnização de clientela por via da denúncia contratual por si efectuada. Sucedeu, porém, que o único motivo da cessação contratual foi a referida denúncia, não curando aqui saber se existiam ou não motivos para a ré resolver o contrato por si celebrado com a autora e, assim sendo, o esta pretender receber a indemnização de clientela não corporiza minimamente a aludida figura do abuso de direito.

²⁰ artº 334º do Código Civil.

²¹ Artºs 562º a 564º do Código Civil.

²² Cfr. Menezes Cordeiro, *Direito das Obrigações*, Lisboa, 1988, pág. 166 e Antunes Varela, *Das Obrigações em Geral*, vol. II, 4ª ed.; Coimbra, 1990, págs. 269 e segs; vd. Almeida Costa, *Direito das Obrigações*, 5ª ed., Coimbra, 1990, págs. 252 e 253: a denúncia do contrato analisa-se (então) na manifestação de vontade de uma das partes, em contratos de prestações duradouras, dirigida à sua não renovação ou continuação. Apresenta, assim, duas características: é exclusiva dos contratos com prestações duradouras e deve fazer-se para o termo do prazo da renovação destes, salvo tratando-se de contratos por tempo indeterminado; cfr. Brandão Proença, *A Resolução do Contrato no Direito Civil*, Coimbra, págs. 40 e 41: é o poder, exercido por normal declaração unilateral recepticia, livre ou vinculado, de extinguir ex nunc e dentro de certos prazos um contrato duradouro stricto sensu... faculdade que surge como o corolário evidente da interdição da perpetuidade contratual e da consequente defesa da liberdade individual, não visando, assim, sancionar qualquer estado contratual alterado na sua execução normal. A legitimidade denunciativa radica apenas num interesse do próprio denunciante, não condicionado à colaboração da contraparte ou mesmo contra a sua vontade.

²³ Artºs 334º e 762º, nº 2, ambos do Código Civil.

118²
3

possibilidade de recuperação dos investimentos em capital fixo, tendo em conta critérios de razoabilidade e em especial:

- valor dos investimentos que a denúncia pelo concedente pode tornar irrecuperáveis;
 - o período necessário para a amortização;
 - o preço de aquisição dos bens, os valores já amortizados, a possibilidade de aproveitamento pelo concedente ou de recuperação através de venda, a possibilidade de utilização pelo concessionário para outros fins, designadamente para a nova actividade a que ele passe a dedicar-se²⁴.
- (17) A denúncia constituirá comportamento abusivo sobretudo nos casos em que o concedente induziu a contraparte a realizar certos investimentos em vista de uma relação contratual duradoura, justificando-se então uma presunção de continuidade do contrato no tempo, por parte do concessionário²⁵.
- (18) [Todavia,] verifica-se que na denúncia que a ré [aqui] efectuou, esta respeitou o prazo de pré-aviso convencionado entre as partes, e do exercício desse direito de denúncia não resulta ter agido... [segundo o provado] ...com abuso de direito ou violando os princípios da boa fé.
- (19) [Entretanto,] a autora fez incluir neste pedido o preço das peças Ford que ainda detém em stock e cuja devolução a ré recusou, no valor de Pte 6.500.000\$00: sempre se dirá que em face [da matéria assente] e do convencionado pelas partes nas cláusulas 28^a, als. a) e d) e 29^a das Cláusulas Gerais do Contrato de Concessionário, não assiste à autora o direito a ser resarcida por tal, neste valor pedido nem em qualquer outro.
- (20) Relativamente ao pedido de indemnização de clientela que a autora também formulou [certo é] a indemnização de clientela não ter natureza de reparação pelo prejuízo sofrido pelo agente com a cessação do contrato; é antes uma compensação ou contrapartida de uma vantagem obtida pelo principal e de uma perda sofrida pelo agente: o fundamento desta indemnização é o incremento da clientela que reverte a favor do principal, enquanto o agente perde a retribuição que poderia auferir daquela clientela se o contrato não terminasse.
- (21) No direito português, a indemnização de clientela devida ao agente, não tendo função reparadora, não é, em sentido próprio, indemnização; também não parece configurar uma pretensão fundada no injustificado enriquecimento de outrem (o principal); não é igualmente adequado pensar em protecção social do agente. Pelo contrário, trata-se de um direito à retribuição por serviços prestados: o originário direito à comissão transforma-se, por efeito da cessação do contrato, em direito a uma compensação, que tem em conta as retribuições esperadas pelo agente se o contrato não fosse interrompido. Em conclusão, trata-se de uma remuneração pela clientela angariada pelo agente e de que vem a beneficiar o principal²⁶.

•
²⁴ Vd. Brito, Maria Helena, ob. cit., pág. 240 e 241.

²⁵ Vd. Aut. cit., ob. loc. cit.

Vd. tb. Pinto Monteiro: um dos contraentes pode denunciar o contrato e observar o tempo de pré-aviso e apesar disso considerar-se tal como atitude ilícita, susceptível de originar indemnização à outra parte”, considerada como abuso de direito nos termos do artº 334º do Código Civil, mas, para tal, “têm de se verificar factores que tornem abusivo o comportamento do denunciante”, colóquio que a Associação Portuguesa dos Distribuidores de Cervejas e Outras Bebidas promoveu e levou a efeito no dia 28 de Junho de 2002 no auditório da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra; referiu o exemplo de, pouco tempo antes da denúncia, o denunciante ter tido um comportamento censurável incentivando a outra parte a fazer investimentos, o que gera um sentimento de confiança [, destruída,] configurando-se [assim] uma situação de abuso de direito; aludi, depois ao princípio da boa fé que impõe que um contrato vigore por um período mínimo de tempo, variável, e só decorrido este, face às circunstâncias, se admitir a denúncia.

²⁶ Vd. Brito, Maria Helena, ob. cit., pág. 100. Também Pinto Monteiro, op. cit: trata-se de uma compensação devida ao agente, após a cessação do contrato – que acresce a qualquer outra indemnização a que haja lugar –, pelos benefícios de que o principal continue a auferir com a clientela angariada ou desenvolvida pelo agente... Pese embora o seu nome, não se trata, em rigor de uma verdadeira indemnização... Numa palavra, a dupla relação de fruição de clientela, que existia durante o contrato, torna-se unilateral pois o agente é excluído dessa relação de fruição e, portanto, despojado de um valor

9183
3

(22) Os requisitos da figura (indemnização de clientela) implicam (artº 33º do DL nº 178/86²⁷) que:

- agente tenha angariado clientes para o principal ou aumentado o volume de negócios com clientes pré-existentes;
- o principal, após a cessação da agência, continue a beneficiar dessa clientela;
- o agente não tenha direito a remuneração por contratos celebrados com os clientes por ele angariados posteriormente à cessação da agência.

(23) Entre as duas situações-tipo [agência e concessão] há de comum, tendencialmente, o seguinte:

- i) uma parte determina completamente (porque os produz ou tem o exclusivo da sua comercialização) os bens ou serviços que são introduzidos no mercado por meio de esforços conjuntos das duas partes, não cabendo à outra parte qualquer papel na definição desses bens ou serviços;
- ii) a parte que não tem contacto directo (sociologicamente falando) com os clientes finais é identificada por estes como a produtora (ou grossista) dos bens ou serviços em causa, cabendo à outra parte um mero papel de representação (sociologicamente falando) dessa produtora (ou grossista);
- iii) a fixação (ou desenvolvimento) de clientes na empresa que se situa a montante no circuito económico;
- iv) a retirada por essa empresa de benefícios dessa fixação (se a empresa abandona o mercado no momento da cessação do contrato, não há lugar a indemnização de clientela);
- v) a inexistência de mecanismos contratuais que conduzam a parte que tinha contacto directo com os clientes finais a ser retribuída pela sua contribuição para os benefícios referidos na alínea anterior²⁸;
- vi) o carácter duradouro das relações contratuais;
- vii) a subordinação económica à contraparte da parte que está a jusante no circuito económico.

(24) ...estas semelhanças justificam, enquanto elas se verifiquem, seja dado ao concessionário tratamento igual ao que a lei prevê para o agente, no que à indemnização de clientela se refere²⁹.

que ajudou a criar e em cujas vantagens participava. Justifica-se, por isso, compensá-lo por esses benefícios que a sua actividade anterior continua a proporcionar ao principal. Não se trata, portanto, de uma indemnização a favor do agente compreendida no âmbito do instituto da responsabilidade civil – posição que sempre subscrevemos e que a doutrina nacional entretanto vem apoiando –, antes de uma medida próxima do instituto do enriquecimento sem causa, comungando de idênticas preocupações.

²⁷ Artº 33º, DL 178/86, com as alterações introduzidas pelo DL 118/96 de 13/04:

1. Sem prejuízo de qualquer outra indemnização a que haja lugar, nos termos das disposições anteriores, o agente tem direito, após a cessação do contrato, a uma indemnização de clientela, desde que sejam preenchidos, cumulativamente, os requisitos seguintes:

- a) O agente tenha angariado novos clientes para a outra parte ou aumentado substancialmente o volume de negócios com a clientela já existente;
- b) A outra parte venha a beneficiar consideravelmente, após a cessação do contrato, da actividade desenvolvida pelo agente;
- c) O agente deixe de receber qualquer retribuição por contratos negociados ou concluídos, após a cessação do contrato, com os clientes referidos na al. a).

2. Em caso de morte do agente, a indemnização de clientela pode ser exigida pelos herdeiros.

3. Não é devida indemnização de clientela se o contrato tiver cessado por razões imputáveis ao agente ou se este, por acordo com a outra parte, houver cedido a terceiro a sua posição contratual.

4. Extingue-se o direito à indemnização se o agente ou seus herdeiros não comunicarem ao principal, no prazo de um ano a contar da cessação do contrato, que pretendem recebê-la, devendo a acção judicial ser proposta dentro do ano subsequente a esta comunicação.”

²⁸ Vd. Pinto Duarte, Rui, ob. cit., págs. 320.

²⁹ Idem. Também Vieira, José Alberto Coelho, ob. cit., págs. 153 e 154: ...existe um laço de clientela muito mais nítido na concessão comercial do que na agência. Ora, demonstrado que uma perda de clientela também ocorre na concessão comercial a favor do concedente, a extensão do artº 33º do DL nº

1184
5

(25) [Entretanto,] o artº 33º citado é uma norma injuntiva. A esfera de protecção da norma é a defesa do agente na extinção do contrato. A sua ratio, dada a similitude da situação material do concessionário em face do agente, é perfeitamente idêntica. Em concomitância, a técnica da extensão analógica das regras injuntivas do tipo assim tem aqui mais um exemplo de exequibilidade. Portanto, as cláusulas contratuais do contrato de concessão comercial, no qual as partes acordem o afastamento de qualquer indemnização de clientela, são nulas por violarem uma norma injuntiva³⁰: apesar das cláusulas contratuais citadas pela ré não afastarem de forma directa ou indirecta a referida indemnização de clientela, ainda que o fizessem... sempre seriam nulas.

(26) [Deste modo, é aplicável ao contrato de concessão comercial] em abstracto, [o sistema normativo] da indemnização de clientela por aplicação analógica de tal figura jurídica, dado o seu carácter não excepcional; e aqui chegados... importa apreciar a excepção de "prescrição" do direito de indemnização de clientela invocada pela ré na sua contestação.

(27) Defendeu-se a autora...:

- constitui princípio básico do direito português que as normas excepcionais não comportam aplicação analógica³¹;
- em matéria de responsabilidade contratual, a regra geral é a da prescrição de vinte anos³²;
- mesmo que se tomasse como regra geral a da responsabilidade civil extracontratual (por factos lícitos ou ilícitos), o prazo de prescrição ordinária seria sempre o de três anos³³;
- ou seja, a regra geral nesta matéria é a da prescrição de prazo mais longo (3 ou 20 anos) — o que evidencia a natureza claramente excepcional do prazo de um ano, fixado pelo legislador português para o exercício deste pedido indemnizatório específico;
- o nº 4 do art. 33º do DL 178/86 constitui uma disposição excepcional, quer face ao regime da responsabilidade civil, quer no contexto da disciplina específica do contrato de agência (não se aplicando sequer às demais indemnizações previstas neste diploma, designadamente as mencionadas nos seus artigos 29º e 32º — como não se aplicaria nunca ao pedido subsidiário, a título de enriquecimento sem causa);
- esta conclusão ganha aliás um apoio decisivo na constatação de que o legislador português se referiu ao contrato de concessão no preâmbulo do DL 178/86, pondo em relevo a necessidade de se lhe aplicar, por analogia - quando e na medida em que ela se verifique -, o regime do contrato de agência, sobretudo em matéria de cessação do contrato³⁴;
- no mesmo sentido, ...uma síntese lapidar do nosso Supremo Tribunal de Justiça: o contrato de concessão é um contrato atípico, como se refere no preâmbulo do citado Dec-Lei 178/86, de 3 de Julho, a que se aplica, por analogia — quando e na medida em que ela se verifique — o regime do contrato de agência, sobretudo em matéria de cessação do contrato. Já Galvão Telles ensinava que os contratos inominados terão de se reger pelas disposições reguladoras dos contratos em geral e, se necessário, pelas disposições (não excepcionais) dos contratos nominados com que apresentarem mais forte analogia³⁵.

(28) Ora, apesar do brilhantismo da defesa da autora, no nosso entender, não lhe assiste qualquer razão.

• 178/86 é plenamente justificada. Não se tratando de uma norma excepcional, nem tão pouco especial, dado regular uma situação sem paralelo nos restantes sectores da ordem jurídica, nenhum obstáculo se sobrepõe à analogia. A identidade material da situação a regular legitima o procedimento.

³⁰ Vd. Vieira, José Alberto Coelho, ob. cit., id.

³¹ Art. 11º do Código Civil.

³² Art. 309º do Código Civil; neste sentido, além de VAZ SERRA, R.L.J., Ano 106, p. 347 e Ano 110, p. 86, a jurisprudência quase unânime: Ac. STJ, 86.04.22, BMJ 356, p. 349 - decidiu que para a responsabilidade civil contratual funcionam as regras gerais da prescrição; cfr. ainda, no mesmo sentido, Ac. STJ, 75.06.20, BMJ 248/419, e Ac. RC, 91.10.15, CJ 1991, Vol. 4, p. 108.

³³ Arts. 498º e 499º do Código Civil.

³⁴ Esta restrição quando e na medida em que tem a ver, justamente, com a regra imperativa do art. 11º do Código Civil, que exclui a aplicação analógica das normas excepcionais (sem admitir quaisquer derrogações) como sublinham PIRES DE LIMA & ANTUNES VARELA, *Código Civil Anotado*, Vol. 1, p. 60)

³⁵ Vd. Ac. STJ, 93.05.04, CJ — STJ, 1993, II, p. 79; Ac. STJ, 95.11.22, C.J.— STJ, 1995,111, p. 117; vd. tb. Galvão Telles, *Dos Contratos em Geral*, pág. 325.

- Eduardo Gómez
1/185
- (29) Antes de mais, embora sem qualquer influência no que vier a ser decidido, importa dizer que a figura jurídica aqui em causa é a caducidade³⁶ e não a prescrição.
- (30) Efectuado que foi este esclarecimento..., no nosso entender, não existem quaisquer dúvidas de que a norma constante no nº 4 do citado artº 33º do DL 178/86 não se trata... de norma excepcional³⁷; não há-de operar, no caso em apreço, o preceituado no artº 11º do Código Civil.
- (31)...quer a doutrina quer a jurisprudência são unâmes em afirmar que são normas excepcionais as que exigem forma específica para a validade dos negócios jurídicos, nada se referindo quanto às normas que estabelecem prazo próprio para o exercício dos direitos³⁸.
- (32) ... [e] não faria qualquer sentido que podendo o concessionário socorrer-se por aplicação analógica- do regime legal previsto no citado artº 33º, que lhe permite pedir a indemnização de clientela, entender-se não lhe ser aplicável, só quanto a ele (e não quanto ao agente), o prazo constante em tal preceito legal para o exercício tempestivo do referido direito: ...tal entendimento, a vingar, violaria de forma clara e inequívoca a unidade do sistema consagrado no referido artº 33º do DL nº 178/86 e desvirtuaria as finalidades ao mesmo inerentes.
- (33) Com efeito, a admitir-se que o prazo para o exercício de tal direito, pelo concessionário, seria de 20 anos ou mesmo de 3 anos – na tese defendida pela autora – razões de ordem prática inviabilizavam notoriamente a avaliação do pedido de indemnização de clientela que viesse a ser deduzido e acarretavam para o concedente um ónus juridicamente insuportável.³⁹
- (34) Ora, tendo em conta os prazos previstos no citado nº 4 do artº 33º facilmente se conclui pela caducidade do direito da autora relativamente ao pedido de indemnização de clientela por si formulado, pelo que, se julga procedente, por provada, a exceção invocada pela ré na sua contestação e, tratando-se de uma exceção peremptória, tal acarreta a absolvição deste pedido⁴⁰.

³⁶ Não obstante o Código Civil não ter formulado qualquer critério para distinguir a prescrição da caducidade (e isto apesar do constante no artº 298º do Código Civil), esta parece só poder fazer-se mediante interpretação de cada uma das disposições legais, onde se fixam prazos para o exercício dos direitos, procurando, através da sua razão de ser e finalidade se a lei pretende estabelecer um prazo de prescrição, ou, antes, de caducidade.

Contudo, parece ser de acolher a definição dada por Maria Celeste Cardona, Prescrição da Obrigaçāo Tributária e Caducidade do Direito de Liquidar o Imposto, ROA, 54º, 1994, pág. 478, citada por Abílio Neto, Código Civil Anotado, 10ª ed., 1996, pág. 209: *a prescrição é o facto natural juridicamente relevante na estrutura da relação jurídica, que se concretiza, no essencial por uma condição de exigibilidade, durante um certo lapso de tempo, do cumprimento de um direito já constituído, definido e pre-existente. A caducidade, enquanto facto natural juridicamente relevante caracteriza-se, no essencial, pela pré-fixação normativa de um prazo, dentro do qual pode ser exercido um direito que é dele contemporâneo e que se extingue decorrido o mesmo prazo de exercício.*

Vd. tb. Ac. STJ, 9511.22, CJ, Ano III, tomo III, pág. 115 e Ac. RP 98.01.20 e 94.10.18, respectivamente, JTRP00022961/dgsi/Net e CJ, 1994, tomo IV, pág. 213: a questão foi tratada como caducidade e não como prescrição.

³⁷ Independentemente de análise mais detalhada sobre a natureza excepcional ou especial de determinadas normas, que aqui se revela despiciendo efectuar, sempre se dirá: *para se poder dizer que uma norma é excepcional importa verificar se se está ou não perante um regime oposto ao regime-regra. Distinta é a figura da norma especial, a qual, não consagrando uma disciplina directamente oposta à do direito comum, consagra uma disciplina nova ou diferente para círculos mais restritos de pessoas, coisas ou relações.* Baptista Machado, *Introdução ao Direito*, 1983, pág. 95.

³⁸ Vd. Vieira, José Alberto Coelho, ob. cit., pág. 147, os prazos da agência serão aplicáveis à concessão comercial. A analogia justifica-se perfeitamente, enquanto o autor distingue a excepcionalidade dos preceitos consagradores de formas especiais, estando vedada quanto a estes.

³⁹ Diga-se que na correspondência trocada entre a autora e a ré e até à carta constante do documento junto a fls. 99 a 101, datada de 16/02/1998, não aparece qualquer referência a um pedido de indemnização de clientela solicitado pela autora à ré, sendo que, na própria correspondência pela autora expedida é referido numa das missivas (a de fls. 312 a 315) que o único assunto pendente referente às relações pós-cancelamento do concessionário é o que diz respeito à listagem de peças a devolver pela autora à ré e respectivos valores.

⁴⁰ artº 493º, nºs 1 e 3 do Código de Processo Civil.

- 1156
3
- (35) [Em todo o caso,] não se verificam em concreto os requisitos para a atribuição à autora da indemnização de clientela.
 - (36) Independentemente da aplicação em abstracto do regime do contrato de agência, em matéria de cessação contratual, ao contrato de concessão comercial... quer a doutrina, quer a jurisprudência fazem depender tal aplicação do caso concreto⁴¹.
 - (37) Trata-se no caso sub judice de uma concessão comercial automóvel: ...em princípio, o contrato de concessão não gera dependência (económica), porquanto o concessionário tem grande interesse em aceder a determinada rede de distribuição, já que beneficiará da imagem de marca do concedente, de uma clientela pré-constituída e de os factores de atracção de nova clientela pertencerem, sobretudo, ao concedente... Já o regime de cessação dos contratos celebrados por tempo indeterminado fornece um argumento decisivo para o juízo que formulámos quanto à hipótese de a concessão (não) gerar dependência em sede jurídico-concorrencial: impondo um prazo de pré-aviso... a dependência do concessionário relativamente ao concedente esbater-se-á, visto que aquele terá tempo para preparar a sua reconversão, mudando de ramo ou de parceiro comercial⁴².
 - (38) Estes dados, relacionados com o fim do contrato (sobretudo nos contratos de duração indeterminada), têm tendência para prevalecer sobre aspectos que, eventualmente, apontariam para a existência de posição dominante relativa (v.g., na concessão exclusiva, o facto de o concessionário receber mercadorias de um só concedente; boa imagem de marca do concedente; obrigação, a cargo do concessionário, de prestar assistência pós-venda aos clientes, através de pessoal e meios técnicos especializados). Em suma, no que tange à concessão em geral, parece-nos que só ante o problema concreto se pode dizer se existe dependência económica. Porém, quando se insista numa resposta mais incisiva diremos que, por norma, e em virtude dos aspectos mencionados, a concessão não origina dependência económica para efeitos do direito da concorrência⁴³.
 - (39) O que fica dito, leva-nos à análise de um outro aspecto (referido também pela ré nas peças processuais que elaborou), qual seja, o da relevância da marca (própria do concedente, a aqui ré) como factor de afastamento da atracção de clientela por parte do concessionário e, consequentemente, como negação a este do regime de indemnização de clientela.
 - (40) ...a respeito de uma dificuldade levantada quanto à consideração do concessionário como

⁴¹ Assim, Pinto Monteiro, Sobre a Protecção do Agente Comercial no Direito Português e Europeu, BFD 71 (1995), pág. 113: *É necessário apurar, contudo – et pour cause –, relativamente a cada questão e em cada caso concreto, se pode afirmar-se uma analogia de situações que justifique a aplicação a um contrato de normas estabelecidas para outro. Ora, afigura-se que, em princípio, a actividade típica de concessionários e franquiados, por si só, não será susceptível de justificar, por analogia, uma indemnização de clientela. A situação já será diferente, porém, se as circunstâncias do caso concreto mostrarem que tais sujeitos desempenharam funções, cumpriram tarefas e prestaram serviços idênticos aos que recaem sobre o agente, em termos de eles próprios deverem ser considerados, pela actividade que exerceram, como um relevante factor de atracção de clientela. A sua inserção na rede de distribuição do concedente/franquiador, bem como o tipo e natureza dos bens distribuídos, serão, para esse efeito, elementos importantes a considerar.*

Se, ponderados todos esses factores, **for de concluir, no caso concreto**, pela equiparação de determinado concessionário (ou franquiado), atenta a actividade exercida, a um agente, a indemnização de clientela, verificados os respectivos pressupostos, será de atribuir; caso contrário, é de rejeitar, por falta de analogia.

⁴² Mariano Pego, João Paulo Fernandes, *A Posição Dominante Relativa no Direito da Concorrência*, Almedina, 2001, págs. 104 a 109.

⁴³ Aut. cit., id.: tb.: ...as considerações feitas também valem na esfera da concessão automóvel, a propósito da qual não podemos dizer definitivamente se causa dependência, ainda que propendamos por uma resposta negativa; o autor para o efeito citou exemplo francês: François Perochon, "Responsabilité et dependance économiques: tendances récentes en faveur des distributeurs", JCP, Éd. E nº 42, 19 Octobre 1989 (Supplément), p. 19, a propósito de um ponto que poderia indicar posição dominante relativa (a assistência pós-venda especializada), a rejeição da especialização criadora de dependência quanto a distribuidores de automóveis destinados a "Monsieur Tout le monde" (Renault, Peugeot, Ford...), porquanto se tratam de veículos que não incorporam tecnologia diversa relativamente aos concorrentes – e este aspecto projectar-se-ia, sobretudo, no âmbito dos serviços de reparação e assistência pós-venda, nos quais, afinal, viria a falhar uma possível causa de dependência, sendo que, "devido à concorrência entre construtores automóveis e importadores, o concessionário exclusivo dispõe, quando o contrato cessa, de alguma facilidade em representar outro fabricante.

R. S. J. 1187
3

factor de atracção da clientela: a força de atracção da marca, objecta-se dizendo que não é o concessionário que com a sua actividade atrai ou fideliza os clientes – antes, a qualidade dos bens e a vis atractiva da marca. Observe-se, contudo, em primeiro lugar, que este reparo pode fazer-se também em relação ao agente. Pois, em segundo lugar, que não tem de ser só pela actividade do agente ou do concessionário que a clientela é angariada ou o volume de negócios aumentado. Por último, trata-se de um aspecto a apreciar em sede de preenchimento dos requisitos formulados pelo nº 1, al. a) do artº 33º, bem como a respeito do montante da indemnização de clientela, a calcular segundo a equidade, conforme dispõe o artº 34⁴⁴.

- (41) Não obstante as objecções, ...entendemos que no caso em apreço, maxime, quanto ao objecto do contrato de concessão comercial celebrado entre a autora e a ré, a questão da marca – como factor de atracção de clientela – não pode ser liminar e facilmente rejeitada: nesta sede importa referir que, conforme é comumente aceite na doutrina e jurisprudência, na adaptação da norma do artº 33º do DL nº 178/86 ao contrato de concessão, é de excluir o requisito da al. c), face à diversa natureza da agência e da concessão.
- (42) Na verdade, ...enquanto o agente promove a celebração de contratos por conta do principal⁴⁵, o concessionário actua em seu nome e por conta própria, adquire a propriedade da mercadoria, sujeita-se aos riscos da sua comercialização.
- (43) [E] quanto ao contrato de agência, o dito requisito visa fundamentalmente evitar acumulações, deixando de justificar-se a compensação devida ao agente, a título de indemnização de clientela, caso o principal, por exemplo, haja acordado continuar a pagar-lhe, após o termo do contrato, uma certa quantia pelas operações negociais que leve a efeito com os clientes por ele angariados⁴⁶.
- (44) Feita esta ressalva..., em primeiro lugar, contrariamente ao alegado pela autora, não é verdade que, quando em 57.06.01 foi celebrado o contrato entre o antecessor da autora (António Camilo Fernandes) e a ré, esta não dispusesse já de qualquer clientela na área concessionada. Com efeito, conforme ficou provado, em Janeiro de 1934 a Ford Lusitana começou a instalar a sua rede de concessionários, data em que em Vila Real foi instalado o primeiro concessionário (venda de veículos e peças da marca Ford e assistência técnica aos mesmos, a quem o procurasse para tal efeito) da Ford Lusitana, o qual foi explorado por Luís Tabuada até 57.06.01, data a partir da qual o concessionário da Ford ficou a cargo do referido António Camilo Fernandes, ou seja, segundo a lógica da autora, durante 23 anos foi angariada clientela para a aqui ré, não por ela (autora) ou pelo seu directo antecessor (António Camilo Fernandes) mas antes por Luís Tabuada, pelo que, se é verdade que a ré beneficiou de tal clientela, também é verdade que esse benefício resultou igualmente em favor da autora.
- (45) Por outro lado, se é verdade que ficou provado que desde 1957 até 1996, o volume de negócios da ré, em vendas de veículos e peças Ford, aos clientes da área abrangida pelo concessionário, aumentou substancialmente, sendo que, no ano de 1981 a venda de veículos novos da marca Ford ascendeu a Pte. 71.000.000\$00 e nos últimos cinco anos de vigência da concessão (1992 a 1996), o valor médio das vendas de veículos e peças Ford foi de cerca de Pte. 547.505.000\$00, entendemos também que a leitura destes números não pode ser feita de uma forma tão simplista como a autora a fez, para sustentar o preenchimento do requisito constante na segunda parte da al. a) do nº 1 do citado artº 33º.
- (46) Com efeito, importa não esquecer que o aumento da compra de veículos automóveis anda notoriamente associado a uma melhoria das condições de vida dos consumidores, pelo que, mais (ou quase em exclusivo) do que a acção do concessionário, factores externos à conduta

⁴⁴ Vd. Pinto Monteiro, *Denúncia de um Contrato de Concessão Comercial*, Coimbra Editora, 1998, pág. 91, nota (103); tb. Vieira, José Alberto Coelho, ob. cit., pág. 152: refere que um dos argumentos contra o paralelismo agente-concessionário assenta na negação da relevância do papel do comerciante na revenda: a decisão de compra de um produto é o resultado da ponderação de factores estranhos ao concessionário. A compra de um automóvel, por exemplo, atende às características de um veículo, preço, prestígio da marca, etc. Os clientes são-no da marca, não do comerciante, [contudo,] o valor desta argumentação é relativa. Certamente que a arte negocial do vendedor tem uma palavra a dizer. A oferta de condições especiais de pagamento, o preço da assistência, a qualidade dos serviços prestados, etc., são elementos importantes na formação da convicção do comprador. Há outros factores para além das qualidades do produto, ou prestígio da marca.

⁴⁵ vd. art. 1º do Dec.-Lei nº 178/86.

⁴⁶ vd., por todos, Pinto Monteiro, *Contrato de Agência*, 2ª ed., pág. 105 e Ac. RP, 95.06.27 cit..

deste (v.g. aumento do nível de vida, conjuntura económica, maior poder de compra, etc.) influenciam o resultado das vendas de qualquer concessionário automóvel.

- (47) Acresce ter ficado demonstrado que a autora não cumpriu os objectivos traçados pela ré no que se reporta à venda de veículos; tal, a par do atras referido, ilustra que o aumento do volume de negócios realizado pela autora com a venda de automóveis da ré não pode ser lido em termos absolutos, como a autora o fez, sendo que uma leitura concreta e tendo em conta os factores atrás enunciados, não leva à conclusão tirada pela autora quanto ao preenchimento do requisito constante da al. a) do nº 1 do citado artº 33º do DL nº 178/86.
- (48) No que diz respeito ao requisito mencionado na al. b) da mesma disposição legal – a outra parte (concedente) **venha a beneficiar consideravelmente**, após a cessação do contrato, da actividade desenvolvida pelo agente (leia-se, para estes efeitos, concessionário) –, também entendemos que o mesmo não se mostra minimamente preenchido no caso em apreço, ainda que, baste para tanto, um mero juízo de prognose, isto é, que seja provável que esses benefícios se venham a verificar.
- (49) Com efeito, importa não esquecer o objecto da concessão em causa (venda de veículos automóveis e peças da marca Ford, bem como a prestação de serviço de pós-venda (assistência técnica e reparações)) e o que supra se deixou mencionado a propósito da marca como factor preponderante, no nosso entender, da atracção de clientela: parece-nos notório que nos dias de hoje a compra de um veículo automóvel faz-se mais pelas características do veículo, preço e prestígio da marca, do que pela acção do concessionário onde o mesmo é adquirido.
- (50) Enfim, quem compra uma vez um veículo automóvel da marca Ford, não está necessariamente obrigado a, quando “troca” de veículo, comprar um outro da marca Ford, e também se nos afigura notório que não é forçoso concluir que tendo alguém comprado um veículo automóvel da marca Ford à autora, se dirija a esta, posteriormente, para lhe ser prestada assistência técnica e/ou reparações no veículo que lhe adquiriu, já que o pode fazer em qualquer concessionário Ford (enquanto aquele estiver no “período da garantia”) ou em qualquer oficina automóvel.
- (51) A acrescer, traz-se ainda à colação o facto de a autora poder, terminada a concessão, continuar a reparar veículos da marca Ford (exceptuadas as reparações em garantia), **como efectivamente o fez**, podendo ainda, como sempre pôde, reparar veículos de quaisquer outras marcas, sendo que, também a autora poderia, como efectivamente o fez, vender veículos e peças da marca Ford, encorridados antes de 21 de Junho de 1996, sublinhando-se que a actividade de reparações e assistência técnica conferia à autora uma margem bruta média de 103,5% e que a margem bruta média de venda de peças, sobre a sua facturação era de 30,69% a que acresce dizer que, apesar de já não ser concessionária da ré a autora conseguiu de 1997 a 1998 vender ou aplicar peças da marca Ford (que tinha em stock e que não foram readquiridas pela ré) no valor de Pte. 1.693.095\$00 e de 1998 até à data do julgamento no valor de Pte. 2.500.000\$00 a 3.000.000\$00.
- (52) Nestes termos, também por aqui se verifica que a sua clientela não foi integral ou substancialmente transferida para a ré, nem esta, nas palavras da lei, beneficiou consideravelmente da actividade de angariação de clientela desenvolvida pela autora.
- (53) Importa ainda dizer que, conforme ficou provado, a autora, em Maio de 1998, obteve a representação da marca de veículos Hyundai, **actuando como concessionária de tal marca, o que lhe permitiu e continua a permitir a rentabilização dos investimentos feitos e assegurar a viabilização da empresa...** ou seja, a autora conseguiu aproveitar todo o investimento feito enquanto concessionária da ré aplicando-o agora ao serviço de um outro concedente, concorrente da própria ré: ...em concreto, não assiste à autora qualquer direito a indemnização de clientela.
- (54) **Subsidiariamente**, a autora alegou que a ré passou a beneficiar, com a exclusão da autora, dos benefícios resultantes da actividade desta, registando-se portanto *um enriquecimento do principal que justifica e legitima uma compensação, tendo ocorrido assim, um empobrecimento da autora (privada doravante da remuneração resultante das vendas e prestação de serviços à clientela existente) e um correspondente enriquecimento, injusto, da ré (que adquiriu essa clientela sem qualquer contrapartida) valores que se estimam em montante não inferior a 1 ano de remuneração do concessionário, calculando-o em termos análogos aos enunciados a propósito do cálculo de indemnização de clientela (margens brutas globais, relativas ao volume de negócios médio dos últimos cinco anos), no valor de Pte. 86.688.636\$00, pelo que, ao abrigo do artº 473º do Código Civil, sempre deverá a ré*

11/89
S

ser condenada a pagar à autora uma indemnização a título de enriquecimento sem causa, por esse valor, que equivale ao montante previsto no citado artº 34º do DL nº 188/86.

- (55) [Alguns autores estabelecem quanto ao enriquecimento sem causa um requisito negativo], a que L. P. Moitinho de Almeida chama ausência de acção apropriada⁴⁷, que tem a ver com a natureza subsidiária da obrigação de restituir, ou seja, com a inexistência de outro meio que a lei faculte ao empobrecido de ser indemnizado ou restituído, artº 474º do Código Cívi).
- (56) Contudo: a subsidiariedade da acção de enriquecimento tem de ser entendida em termos hábeis; pode originariamente a lei não permitir o exercício da acção de enriquecimento, em virtude de o interessado dispor de outro direito e, posteriormente, facultar o recurso àquela acção, em consequência da caducidade desse direito; imaginemos, por exemplo, o caso de a acção de indemnização baseada na responsabilidade civil estar prescrita; enquanto o interessado podia usar desta acção, não lhe era lícito socorrer-se da outra; mas, logo que aquela prescreveu, já o artº 474º deixa de se opor ao exercício da acção de enriquecimento. É o que se dispõe no nº 4 do artº 498º: a situação é, claramente, idêntica à da acção de anulação, verificado o respectivo prazo de caducidade⁴⁸.
- (57) Afirmamos nós: este entendimento é aplicável mutatis mutandis à situação em apreço, pelo que, a autora pode legalmente invocar o instituto do enriquecimento sem causa, não obstante ter já caducado, como vimos, o seu direito à indemnização de clientela⁴⁹.
- (58) Por qualquer forma, não se tendo apurado que a ré, na qualidade de concedente, tenha vindo a beneficiar, após a cessação do contrato, da actividade de concessionária da autora, nomeadamente, por efectiva transferência da clientela angariada durante a vigência do contrato, muito menos se demonstrou que a ré tenha tido qualquer benefício/enriquecimento concreto à custa do património da autora, de forma relevante para os efeitos previstos no citado artº 473º do Código Civil, ou seja, não logrou a autora provar (e a tal estava obrigada) que tenha ocorrido um enriquecimento por parte da ré, à sua custa, pelo que, evitando aqui repetir o por nós atrás expedito a propósito da análise concreta do pedido de indemnização de clientela pela autora peticionado, maxime, quanto à matéria fáctica em causa, chegamos à conclusão de que não se mostram preenchidos, in casu, os pressupostos do enriquecimento sem causa pela autora invocado e, assim sendo, também por esta via, improcede este pedido.

II. Matéria Assente:

- (a) A autora foi, até 21 de Junho de 1996, concessionária da ré para a área de Vila Real, abrangendo os concelhos de Alijó, Boticas, Chaves, Mondim de Basto, Montalegre, Murça, Ribeira de Pena, Sabrosa, Valpaços, Vila Pouca de Aguiar e Vila Real;
- (b) Tal concessão tinha por objecto a venda de veículos automóveis e peças da marca “Ford”, bem como a prestação de serviço de vendas e post-venda, nomeadamente assistência técnica e reparações;
- (c) A ré é uma sociedade cujo capital social é actualmente detido pela “Ford Motor Company”, estando, assim, integrada no grupo “Ford”, baseado nos Estados Unidos da América;
- (d) Por contrato celebrado em 1 de Junho de 1957, reduzido a escrito, intitulado “Contrato de Concessionário”, a ré declarou nomear o Sr. António Camilo Fernandes como “concessionário autorizado”, nos termos e nas condições constantes dos documentos do [Anexo 1];
- (e) Por contrato celebrado em 19 de Outubro de 1971, reduzido a escrito, a ré e o

⁴⁷ Aut. cit, Enriquecimento sem Causa, Coimbra, 1996, pág. 45.

⁴⁸ Vd. Ac. STJ, 98.04.23, BMJ, 476º-370, citando Pires de Lima & Antunes Varela, Código Civil Anotado, vol. I, pág. 460.

⁴⁹ Vd. no entanto Ac. RL, 02.07.11, CJ, ano XXVII, tomo IV, págs. 71 a 75: a natureza do direito à indemnização de clientela próxima como é do instituto do enriquecimento sem causa, como já acima foi referido, parece colidir com a ideia de aplicação subsidiária deste instituto, no tipo de situações em apreço, a não ser que se pretenda equacionar o direito de indemnização à clientela como uma situação de enriquecimento sem causa de algum modo presumido, que não prejudicaria as situações de enriquecimento sem causa efectivamente demonstrado.

1/90
1/3

Sr. António Camilo Fernandes acordaram as condições de comercialização de veículos usados «A-1», nos termos e cláusulas constantes [do Anexo 2];

- (f) No dia 22 de Agosto de 1980 faleceu António Camilo Fernandes, tendo-se habilitado, como seus sucessores, Arminda Teixeira Ribeiro, Carlos António Ribeiro Fernandes e Maria de Jesus Teixeira Fernandes;
- (g) Por escritura pública lavrada no Cartório Notarial de Vila Real, em 31 de Dezembro de 1980, Carlos António Ribeiro Fernandes e Maria de Jesus Teixeira Fernandes da Silva declararam constituir entre si uma sociedade que adoptaram a soc. *A. Camilo Fernandes, sucessores, Limitada*, com o objectivo social constante na compra e venda e reparações de automóveis e camiões;
- (h) Por contratos celebrados em 1 de Setembro de 1981 e 30 de Junho de 1986, reduzidos a escrito, intitulados *Contrato de Concessionário Ford*, a ré deliberou nomear como concessionário, para a área referida na al. a) supra, a firma *A. Camilo Fernandes, Sucrs, Lda.*, ora autora, nos termos e condições constantes do [Anexo 3];
- (i) Por carta registada, enviada com aviso de recepção, datada de 21 de Junho de 1995, a ré fez saber à autor: ... *no uso da faculdade que à Ford Lusitana é conferida pela cláusula C e pela al. a) da Cláusula 26 das Cláusulas Gerais do Contrato Concessionário celebrado com V. Exas. em 30/06/86, o referido Contrato de Concessionário é denunciado com efeito no termo do prazo de 12 meses contado a partir da data de recepção da presente carta*;
- (j) A partir de 21 de Junho de 1996, a autora manteve negociações com a ré tendo em vista, nomeadamente, a devolução dos stocks de peças que, contratualmente, era obrigada a manter;
- (k) Em finais de 1997, a ré acabou de pagar as peças que aceitou readquirir, recusando-se, no entanto, a readquirir uma parte dos stocks, exigindo, ainda, um desconto de 20% numa parte das devoluções, sendo certo que parte dos stocks respeitavam a peças de camiões *Ford Cargo*, que a ré deixou de comercializar a partir de 1990, peças estas que não foram readquiridas;
- (l) Perante esta circunstância, houve troca de correspondência entre autora e ré:
- *97.07.18 [Ford/Camilo Fernandes]... Após reanálise das peças constantes do vosso caderno, e dentro de um espírito de máxima flexibilidade em relação a este assunto, chegamos à seguinte conclusão – material obsoleto, Pte 8 193 095\$00; material passível de devolução, Pte 2 177 299\$00 + 1806871\$00 + 1 642 771\$00; [resultado] Pte 626 941\$00; a fim de tratar dos trâmites relativos à devolução serão Vexas contactados...;*
 - *98.02.06 [Ford/Camilo Fernandes]... como resulta claro... da nossa carta de 97.07.18, o material obsoleto não é passível de devolução à Ford Lusitana...*
- (m) Entre a autora e a ré foram também trocadas as seguintes cartas:
- *98.02.16 [Camilo Fernandes/Ford]... terminadas que foram as nossas relações contratuais por iniciativa unilateral da Ford Lusitana... importará agora proceder ao pagamento das indemnizações que se mostrem devidas: ...compensação pela privação da importante mais valia que representa a clientela por nós angariada e de que Vexas continuam a beneficiar; numa estimativa conservadora... consideramos [aqui] ajustada uma quantia de Pte. 75 750 000\$00...; acresce... termos procedido, nos últimos anos, a vultuosos investimentos, quer em meios*

Kelvin

1191
7

humanos, quer em instalações, e equipamentos..., uma fracção substancial destes... de 1993 em diante, ou seja, menos de dois anos antes da denúncia unilateral do contrato; ...acontece que uma parte considerável dos nossos custos fixos e desses investimentos não é susceptível de aproveitamento noutra actividade, pelo menos a curto prazo; ...por fim continuam em nosso poder stocks apreciáveis e peças originais Ford... cuja reaquisição foi recusada por Ford Lusitana...; estes prejuízos, incluindo o valor das peças em stock, atingem um valor superior a Pte 41 256 000\$00;

- 98.03.05 [Ford/Camilo Fernandes]... acusamos a recepção da vossa carta de 16.02 e comunicamos a nossa discordância com o seu conteúdo...
- 86.04.16 [Ford/Camilo Fernandes]... a gama de camiões Cargo continuará a ser distribuída exclusivamente através da rede de concessionários de camiões Ford existentes nos termos contratuais em vigor; confirmamos que a Ford Lusitana e os seus concessionários continuarão a ser o único grupo autorizado a comercializar os camiões da gama Cargo, em Portugal, e que continuaremos em activa concorrência com as restantes marcas...; ...a comercialização da gama Cargo presente[a] agora novas oportunidades de aumento do volume de vendas e de lucros;

(n) Entre a autora e a ré foram trocados os seguintes fax e correspondência:

- 96.10.04 [Camilo Fernandes/Ford]: ...remetemos a devido tempo a lista detalhada dos bens (peças) que escolhemos para compra pela Ford... até à presente data não nos foi comunicado qualquer discordância sobre a referida listagem; entendemos portanto que a Ford a aceita como correcta, ficando assim obrigada a adquirir todas as peças devidamente descriminadas: ...agradecemos que... nos comuniquem o endereço para expedição [dos referidos artigos];
- 96.10.04 [Ford/Camilo Fernandes]: ...discordamos da interpretação que Vexas fazem dos nº's 28 e 29 das Cláusulas Gerais: ...não estabelece[m] um prazo de 45 dias para a Ford se pronunciar sobre a listagem das peças; ...assim, deverão Vexas abster-se, por agora, de proceder à facturação e envio...; ...permitimo-nos sugerir que procedam ao recálculo dos valores nos termos contratualmente previstos e nos enviem nova listagem;
- 96.10.08 [Camilo Fernandes/Ford]: ...lamentamos profundamente que ao fim de 40 anos de relações comerciais e pessoais intensas, não tenhamos merecido da parte da Ford o mínimo interesse...; durante todos estes anos sempre cumprimos rigorosamente todos os prazos, quer financeiros quer burocráticos, exigidos pela Ford; lamentamos que da vossa parte o critério não tenha sido o mesmo: a análise da nossa listagem não vos mereceu qualquer consideração; ...infelizmente teve que partir da nossa parte a tentativa de resolução deste problema: se não tivéssemos sido nós a tomar a iniciativa de vos contactar, qual seria o prazo que Vexas entendem deveríamos esperar até à resolução...;
- 96.10.11 [Ford/Camilo Fernandes]: ...mantemos a nossa interpretação das cláusulas contratuais... designadamente na parte em que expressamos o nosso entendimento de que não está a Ford Lusitana contratualmente vinculada à aquisição do stock de peças em prazo específico: ...não

obstante... estamos disponíveis para proceder com brevidade à aquisição das peças, desde que sejam seguidos os procedimentos indicados...; neste contexto, chamamos a vossa especial atenção para... o cálculo do preço..., observações que obviamente mantemos por inteiro;

- *96.10.17 [Camilo Fernandes/Ford]: ...não encontramos qualquer resposta...ao nosso telefax de 96.10.08; ...agradecemos que nos informem... a quem nos devemos dirigir para nos responder devidamente às nossas legítimas questões;*
- *96.10.29 [Ford/Camilo Fernandes]: ...vimos confirmar a posição que anteriormente comunicámos...; ...solicitamos que contactem o advogado da Ford Lusitana...; por último, reiteramos a disponibilidade para proceder à aquisição do stock de peças desde que, obviamente, os termos contratuais que regem tal aquisição sejam estritamente observados, designadamente no que respeita ao cálculo do respectivo preço;*
- *97.01.17 [Camilo Fernandes/Ford]: ...junto enviamos a Vexa nota de devolução das peças existentes no nosso stock, ao preço de aquisição...;*
- *97.01.23 [Ford/Camilo Fernandes]: ...foi iniciada a análise da listagem de peças recebidas...; uma vez determinadas as peças teoricamente utilizáveis, entraremos em contacto com Vexas no sentido de ficarem os comprovativos de aquisição e as condições físicas em que se encontram; terminado este processo, informaremos Vexas. de quais as peças que aceitamos em devolução...*
- *97.02.12 [Ford/Camilo Fernandes]: ...na sequência da nossa carta de 323.01. pp sobre [devolução de peças], informamos que se encontra praticamente concluída a análise da listagem de peças que nos forneceram...*
- *88.08.03 [Ford/Camilo Fernandes]... confidencial, à atenção da gerência... temos vindo a registar, por parte de Vexas, uma fraca performance de vendas em relação aos objectivos pela Companhia; ...os resultados acumulados de vendas nos últimos 3 meses, reportados por Vexas, são francamente negativos em relação aos objectivos e ao potencial existente na vossa área de responsabilidade e por conseguinte inaceitáveis: vendas vs. objectivos (05 a 07/88)... total 30/68=44,1%; no sentido de podermos planear as medidas adequadas para se obter uma melhoria concreta de vendas... queriam Vexas enviar-nos, o mais rapidamente possível, um plano detalhado com as acções que pretendem implementar de imediato para melhorar a penetração Ford na vossa área de responsabilidade;*
- *90.04.20 [Ford/Camilo Fernandes]: ...[é] inadmissível que Vexas não tenham ainda reportado uma única venda de Transit neste primeiro semestre de 1990; queremos, por isso, que nos indiquem, urgentemente, as medidas que estão a tomar para corrigir esta situação;*
- *90.07.07 [Ford/Camilo Fernandes]: ...é com preocupação que verificamos, pela análise dos resultados acumulados das vendas referentes ao 1º semestre deste ano, que a vossa performance foi uma das mais fracas a nível nacional, apresentando resultados que consideramos inaceitáveis: vendas vs. objectivos (01/07.88)... Total 95/142=67%, média nacional 96%; ...queriam Vexas enviar-nos o mais rapidamente possível um plano detalhado com as acções que pretendem implementar de imediato para corrigir esta situação...;*

C. E. J.

1193

- 91.06.12 [Ford/Camilo Fernandes]: ...temos a chamar a atenção de Vexas. para o desempenho por parte dessa concessão, durante este período; ...a queda brusca dessa concessão dá-se precisamente nos últimos 2 meses, o que poderá querer significar um completo alheamento de Vexas pelo programa *Desafio da Primavera* o que... é muito pouco razoável; ...solicitamos... nos indiquem, até ao próximo dia 24 do corrente mês, quais as medidas que planeiam implementar para que a actual tendência seja imediatamente invertida...;
- 92.08.07 [Ford/Camilo Fernandes]: ...os resultado de 07 estão apurados e constatamos que Vexas. não atingiram os objectivos estabelecidos... agora é preciso que Vexas desenvolvam todas as acções necessárias para alcançar não só o objectivo do mês (08), como ainda procurar recuperar parte do volume perdido em 07; ...qualquer atraso nas vossas acções para atingirem Vexas os objectivos, só trarão mais dificuldades, pelo que não é possível perder tempo...;
- 92.10.22 [Ford/Camilo Fernandes]: ...os resultados de vendas dessa concessão durante 1992... [foram] abaixo dos objectivos estabelecidos pela Companhia, e não são consentâneos com o potencial de vendas da área de responsabilidade dessa concessão, ou com os alcançados pela organização Ford a nível total do país...; ...o caso de Vexas é de realçar pela negativa: os resultados referentes ao período 06/09, acentuadamente inferiores aos objectivos estabelecidos; ...é por isso preciso que Vexas. aproveitem esta última oportunidade para melhorar os resultados dessa concessão e colocá-los ao nível de uma representação adequada para a vossa área de responsabilidade;
- 93.01.25 [Camilo Fernandes/Ford]: ...não podemos deixar de expressar o nosso desacordo..., tendo-se verificado um aumento de vendas e mantido o nível elevado em ISC, e depois de tomadas recentemente medidas que permitem antever significativas melhorias no âmbito [dos] objectivos; ...embora a concorrência no sector se tenha vindo a acentuar, mas com o nosso procedimento é-nos permitido prever um notório incremento na nossa actividade, que se traduzirá no aumento de vendas no futuro imediato;
- 93.07.13 [Ford/Camilo Fernandes]: ...os resultados de Vexas. durante o 1º semestre de 1993, quando comparados com os objectivos atribuídos, não podem ser considerados satisfatórios...; ...vamos seguir muito atentamente o vosso desempenho durante o 3º trimestre e esperamos, sinceramente, que o vosso resultado venha a mostrar-se muito mais positivo...; apesar do plano de acção que Vexas. desenvolveram a nosso pedido, os resultados da concessão não têm mostrado melhoria significativa em relação aos de 1992, pelo que devem tomar isto em conta para efeitos de quaisquer planos de desenvolvimento para o futuro...;
- 94.06.14 [Ford/Camilo Fernandes]: ...os resultados de vendas dessa concessão durante o período 01/05.94... não podem ser minimamente considerados como satisfatórios para esta Companhia; ...aproveitamos a oportunidade para salientar o facto de Vexas. se atrasarem normalmente no envio das encomendas, o que implica não disporem de stock considerado adequado para atingirem os objectivos propostos...; isto em conjunto com o atraso no envio dos avisos/venda, não pode continuar...; é preciso que Vexas. aproveitem ao máximo os programas postos à

189
3

disposição da concessão para venda dos nosso produtos, de modo a inverterem a actual situação de vendas vs. objectivos estabelecidos; ...nós contamos com A. Camilo Fernandes, Lda para prosseguir rumo à liderança no ano 2000, mas Vexas têm de demonstrar que querem prosseguir connosco esse caminho...;

- *94.10.18 [Ford/Camilo Fernandes]: ...os resultados de Vexas. durante o período de 01/09.94 não podem ser considerados satisfatórios por esta Companhia quando comparados com os objectivos atribuídos para o mesmo período e com o potencial da área de responsabilidade atribuída a essa concessão...; assim é absolutamente indispensável que Vexas. desenvolvam um conjunto de acções consideradas necessárias para que no final de 1994 o desempenho da concessão seja em linha com o potencial da área e com os objectivos atribuídos; ...pusemos à disposição de Vexas. um excelente conjunto de programas de comercialização para apoio às vendas, para o último trimestre deste ano, abrangendo todos os modelos Ford: vamos seguir muito atentamente o desempenho de Vexas. até final do ano... pois não podemos continuar a aceitar o nível de resultados que vêm alcançando...;*
 - *96.04.17 [Ford/Camilo Fernandes]: ...em 95.06.21 denunciámos o contrato de concessionário celebrado com Vexas em 86.06.30; dado que a referida denúncia tem efeito no próximo dia 96.06.21, informamos Vexas. que vamos iniciar agora o processo da procura de interessados na futura nomeação como novo concessionário Ford para a vossa área; tal como já afirmámos na nossa carta de 95.06.21, queremos mais uma vez agradecer a colaboração prestada por Vexas enquanto concessionário Ford, sentindo-se toda a equipe da Ford Lusitana muito penalizada pela circunstância de se ver forçada a denunciar o contrato de concessionário...*
- (o) Após 21 de Junho de 1996, a ré nomeou um novo concessionário para a área referida na al. (a) supra, nomeação que foi publicitada nos meios de comunicação social, designadamente na *Voz de Trás-os-Montes*;
- (p) A Ford estabeleceu-se em Portugal em 1923, surgida a empresa Ford Lusitana em 1932; e, em Janeiro de 1934, a Ford Lusitana começou a instalar a sua rede de concessionários: na data, em Vila Real foi instalado o primeiro concessionário da Ford Lusitana (venda de veículos e peças da marca Ford e assistência técnica para quem o procurasse para tal efeito); foi Luís Tabuada até 57.06.01, data a partir da qual o concessionário da Ford ficou a cargo de António Camilo Fernandes e até 80.08.22, altura em que este faleceu;
- (q) Após o falecimento do referido António Camilo Fernandes, os seus sucessores passaram a explorar o aludido concessionário da ré para a área de Vila Real, tendo a autora celebrado os contratos mencionados na al. (h) supra e passado a vender veículos automóveis e peças da Ford, bem como a prestar serviço de vendas e post-venda, nomeadamente, assistência técnica e reparações, a quem a procurasse para tal efeito e até ao dia 96.06.21;
- (r) Desde 1957 até 1996, o volume de negócios da ré, em vendas de veículos e peças Ford, aos clientes da área abrangida pelo concessionário, aumentou substancialmente, sendo que, no ano de 1981 a venda de veículos novos da marca Ford ascendeu a Pte. 71.000.000\$00 e nos últimos cinco anos de vigência da concessão (1992 a 1996), o valor médio das vendas de veículos

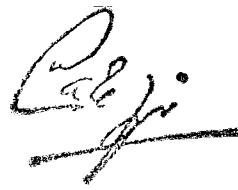
1195
3

- e peças Ford foi de cerca de Pte. 547.505.000\$00;
- (s) Após 96.06.21 e até Janeiro de 1997 (data do inicio do novo concessionário da ré (Garagem S. Pedro) na área de Vila Real, a qual abrange os concelhos referidos na al. (a) supra os indivíduos de tal área que adquiriram durante tal período veículos e peças da marca Ford dirigiram-se a outros concessionários da ré, nomeadamente, aos limítrofes a tal zona, sendo que a ré só vende através da sua rede de concessionários e não directamente;
- (t) A partir de 96.06.21, a autora deixou de poder vender veículos e peças Ford encomendados a partir de tal data e de poder reparar ou prestar outros serviços a veículos da marca Ford que estivessem no período da garantia, sendo que, no ano de 1996 a garantia Ford era de um ano para mecânica e pintura e seis anos para corrosão e, consequentemente, deixou a autora de receber qualquer retribuição por via de tal;
- (u) A partir de Janeiro de 1997 quem se encontrasse na área referida na al. (a) supra e quisesse adquirir veículos e peças Ford e necessitasse de ser reparado veículo de tal marca que se encontrasse dentro da garantia dada pela mesma, teria que se dirigir à Garagem S. Pedro, novo concessionário da ré;
- (v) Em 1992 o volume de negócios realizado pela autora com a venda de automóveis da ré e com a prestação de serviços de reparação, assistência e venda de peças desses veículos ascendeu a Pte. 596.009.000\$00 (quinhentos e noventa e seis milhões e nove mil escudos), dos quais Pte. 520.496.000\$00 (quinhentos e vinte milhões, quatrocentos noventa e seis mil escudos) foram de vendas de automóveis e Pte. 75.513.000\$00 (setenta e cinco milhões, quinhentos e treze mil escudos) de reparações, peças e assistência;
- (w) Em 1993 ascendeu a Pte. 610.711.000\$00 (seiscentos e dez milhões, setecentos e onze mil escudos), dos quais Pte. 524.009.000\$00 (quinhentos vinte e quatro milhões e nove mil escudos) foram de vendas de automóveis e Pte. 86.702.000\$00 (oitenta e seis milhões, setecentos e dois mil escudos) de reparações, peças e assistência;
- (x) Em 1994 ascendeu a Pte. 705.991.000\$00 (setecentos e cinco milhões, novecentos noventa e um mil escudos), dos quais Pte. 614.413.000\$00 (seiscentos e catorze milhões, quatrocentos e treze mil escudos) foram de vendas de automóveis e Pte. 91.578.000\$00 (noventa e um milhões, quinhentos setenta e oito mil escudos) de reparações, peças e assistência;
- (y) Em 1995 ascendeu a Pte. 468.106.000\$00 (quatrocentos e sessenta e oito milhões, cento e seis mil escudos), dos quais Pte. 378.753.000\$00 (trezentos setenta e oito milhões, setecentos cinquenta e três mil escudos) foram de vendas de automóveis e Pte. 89.353.000\$00 (oitenta e nove milhões, trezentos cinquenta e três mil escudos) de reparações, peças e assistência;
- (z) Em 1996 ascendeu a Pte. 472.056.000\$00 (quatrocentos e setenta e dois milhões, cinquenta e seis mil escudos), dos quais Pte. 396.134.000\$00 (trezentos e noventa e seis milhões, cento trinta e quatro mil escudos) foram de vendas de automóveis e Pte. 75.922.000\$00 (setenta e cinco milhões, novecentos vinte e dois mil escudos) de reparações, peças e assistência;
- (aa) A margem bruta que a autora auferiu sobre a sua facturação, em vendas de automóveis, foi de 6,65% de 1992 a 1996, inclusive e de 7,6% nos últimos quatro anos completos (1992, 1993, 1994 e 1995);

1996
S

- (bb) Pelo que a margem bruta anual média relativa a essa parte da sua actividade, nos cinco referidos anos, foi de Pte. 36.993.836\$00 (trinta e seis milhões, novecentos e noventa e três mil, oitocentos e trinta e seis escudos), tomado em consideração uma margem de 7,6% e de Pte. 32.369.606\$00 (trinta e dois milhões, trezentos e sessenta e nove mil, seiscentos e seis escudos), tomado em consideração uma margem de 6,65%;
- (cc) A margem bruta que a autora auferia sobre a sua facturação nas vendas de peças era, em média, de 30,69% e de reparações e assistência era, em média, de 103,5%;
- (dd) Pelo que a margem bruta anual média relativa a essa parte da sua actividade, nos cinco referidos anos, foi de Pte. 27.561.000\$00 (vinte e sete milhões, quinhentos sessenta e um mil escudos), sendo Pte. 15.828.000\$00 (quinze milhões, oitocentos e vinte e oito mil escudos) de margem média anual para as peças e Pte. 11.733.000\$00 (onze milhões, setecentos e trinta e três mil escudos) de margem média anual relativa ás reparações e assistência;
- (ee) Os encargos da autora, designadamente, os custos fixos com a amortização de instalações e equipamentos, rendas e encargos com o pessoal mantiveram-se, praticamente, constantes;
- (ff) A dispensa de pessoal importaria o pagamento de indemnizações de valor insustentável para a empresa, da ordem dos Pte. 26.923.300\$00 (vinte e seis milhões, novecentos e vinte e três mil e trezentos escudos);
- (gg) No âmbito da sua actividade como concessionário Ford, a autora dispunha de um quadro de vinte funcionários (tendo ainda falecido um no ano de 1996), alguns dos quais com formação na reparação de veículos da marca Ford;
- (hh) Tendo suportado, no ano de 1995, um encargo com o pessoal de Pte. 40.684.641\$00 (quarenta milhões, seiscentos e oitenta e quatro mil, seiscentos quarenta e um escudos), sendo Pte. 36.519.614\$00 (trinta e seis milhões, quinhentos e dezanove mil, seiscentos e catorze escudos) com remunerações e Pte. 4.165.027\$00 (quatro milhões, cento e sessenta e cinco mil e vinte sete escudos) com encargos sociais;
- (ii) No ano de 1996 um encargo de Pte. 38.092.271\$00 (trinta e oito milhões, noventa e dois mil, duzentos e setenta e um escudos), sendo Pte. 32.484.060\$00 (trinta e dois milhões, quatrocentos e oitenta e quatro mil e sessenta escudos) de remunerações e Pte. 5.608.211\$00 (cinco milhões, seiscentos e oito mil, duzentos e onze escudos) de encargos sociais;
- (jj) No ano de 1997 um encargo de Pte. 35.471.864\$00 (trinta e cinco milhões, quatrocentos e setenta e um mil, oitocentos sessenta e quatro escudos), sendo Pte. 30.179.338\$00 (trinta milhões, cento e setenta e nove mil, trezentos e trinta e oito escudos) de remunerações e Pte. 5.292.526\$00 (cinco milhões, duzentos e noventa e dois mil, quinhentos e vinte e seis escudos) de encargos sociais;
- (kk) Para prosseguir na sua actividade de concessionária da ré e para corresponder aos pedidos desta (que levaram ao envio à ré da carta de fls. 199⁵⁰) no sentido de a autora melhorar o desempenho de vendas da sua

⁵⁰ 93.01.14 [Ford/Camilo Fernandes]: ...chegamos ao final de 1992 e os resultados de vendas dessa concessão foram totalmente insatisfatórios face aos objectivos estabelecidos por esta Companhia e ao potencial de vendas existente na área de responsabilidade de Vexas... a média anual de vendas de Vexas situou-se em 1992 nas 22 unidades, com 17 automóveis e 5 comerciais; durante todo o ano fomos alertando para a necessidade de melhorarem o desempenho de vendas face aos objectivos: todos os nossos

1997
9

concessão em face dos objectivos estabelecidos pela ré, a autora, no ano de 1993, realizou vários investimentos, nomeadamente, em obras de construção civil, remodelando o stand de vendas, a recepção de clientes, os escritórios e a cabine (laboratório) de pintura, sendo que, até tal data e desde o inicio da concessão, a autora apenas tinha efectuado umas obras nas casas de banho do edifício onde estava instalada;

- (ll) A autora adquiriu equipamentos em que avultam o laboratório de pintura, o cavalete mestre de chassis, o banco de ensaios e o elevador de 4 colunas;
- (mm) Com o que despendeu uma quantia de 15.823.330\$00 (quinze milhões, oitocentos e vinte e três mil, trezentos e trinta escudos);
- (nn) Em Julho de 1997 a ré possuía um stock de peças da marca Ford, incluindo peças de camiões Ford (estas num valor inferior a 50% relativamente ao total das peças), no valor global de Pte. 8.193.095\$00, sendo que, tal valor era no ano de 1998 de Pte. 6.500.000\$00 e, actualmente, situa-se entre Pte. 3.500.000\$00 a Pte. 4.000.000\$00, por, entretanto, tais peças terem sido aplicadas ou vendidas pela autora;
- (oo) Tais peças encontram-se obsoletas e por isso não foram readquiridas pela ré;
- (pp) Terminada a concessão a autora ficou numa situação económica e financeira difícil, sendo que, no exercício do ano de 1996 a autora teve um resultado líquido negativo de Pte. 8.300.539\$00;
- (qq) Após diversas e sucessivas tentativas realizadas pela sua gerência junto de outras marcas de automóveis, a autora, em Maio de 1998, obteve a representação da marca de veículos Hyundai, actuando como concessionária de tal marca, o que lhe permitiu e continua a permitir a rentabilização dos investimentos feitos e assegurar a viabilização da empresa;
- (rr) Em 98.02.28, as contas dos sócios relativamente à autora apresentavam um saldo credor de Pte. 32.824.380\$00, por via de suprimentos por aqueles efectuados à autora;
- (ss) Após 96.06.21, a ré continuou a fornecer à autora veículos e peças da marca Ford, com os descontos de concessionário, mas veículos e peças estes que haviam sido encomendados pela autora antes da data atrás referida;
- (tt) Os objectivos traçados pela ré no que se reporta à venda de veículos e constantes, nomeadamente, dos documentos (cartas) de fls. 322 a 328⁵¹ e de fls. 332 a 335⁵² não foram cumpridos pela autora;
- (uu) A autora poderia, terminada a concessão, continuar a reparar veículos da marca Ford (exceptuadas as reparações em garantia), como efectivamente o fez, podendo ainda, como sempre pôde, reparar veículos de quaisquer outras marcas, sendo que, também a autora poderia, como efectivamente o fez, vender veículos e peças da marca Ford, encomendados antes de 96.06.21;
- (vv) A autora não reclamou da ré o pagamento de uma indemnização de clientela antes de 98.02.16;
- (ww) A primeira vez que a autora manifestou perante a ré a pretensão de obter o pagamento de uma indemnização de clientela foi através de carta datada de 98.02.16;
- (xx) A ré pagava ou creditava à autora, semestralmente, uma dada percentagem

• esforços foram em vão...; nesta conformidade cumpre-nos já informar Vexas. que vamos tomar as medidas que considerarmos aquedadas e necessárias para obter uma cobertura de eficaz vendas dos nossos produtos na área de Vila Real...

⁵¹ Vd. II.(n)... 88.08.03... 90.04.20... 90.07.07... 91.06.12... 92.08.07... 92.10.22.

⁵² Idem: ...93.07.13.. 94.06.14... 94.10.18.

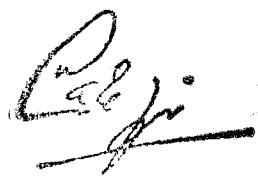
- 1191
- de volume de vendas desta, a título de incentivos;
- (yy) O valor médio anual, em percentagem, dos incentivos pagos pela ré à autora, nos últimos cinco anos completos de vigência do contrato de concessão foi de 2% do volume de vendas da autora.

III. Cls./Alegações:

- (a) Não há verdadeira dicotomia entre normas especiais e normas excepcionais, que são também normas especiais, pois ambas regulam um universo de situações mais restrito que o regulado pela norma geral.
- (b) Assim, o nº 4 do art. 33º do DL 178/86 é simultaneamente lei especial, pois estabelece uma regra específica para exigir uma indemnização pela cessação do contrato de agência; e lei excepcional, pois tal regra é claramente oposta à que vigora para a generalidade das relações contratuais.
- (c) Ao fixar o prazo de um ano para exigir a indemnização de clientela, essa norma define um regime excepcional, pois o prazo aplicável na ausência dessa norma seria o de 20 anos, do art. 309º do Código Civil, sendo certo que aquele prazo mais curto nem sequer se aplica às demais indemnizações previstas pelo DL 178/86.
- (d) Provado que a Autora angariou novos clientes para a Ré e aumentou substancialmente o volume de negócios gerado pela concessão, ficou preenchido o requisito da alínea a) do citado art. 33º/1, a tal não obstante os contributos resultantes do prestígio da marca, da excelência dos produtos e da prosperidade dos consumidores.
- (e) Aliás, se a área concessionada não tivesse beneficiado do trabalho da Autora, a Ré estaria agora na difícil situação de qualquer marca que começa de raiz a sua implantação junto dos clientes; e só assim não sucedeu, após o termo do contrato, porque os produtos da Ré beneficiaram, desde 1957, do trabalho de divulgação e implantação da marca "Ford", promovido pela Autora e pelo seu sócio fundador.
- (f) Tendo a Ré continuado, após a cessação do contrato, a vender sem interrupção automóveis destinados aos residentes na área da concessão, é óbvio que continuou a beneficiar consideravelmente da actividade desenvolvida pela Autora até Junho de 1996.
- (g) Ao pôr termo ao contrato, a Ré *herdou* da Autora uma clientela que é fruto da actividade da concessionária (de prospecção de mercado, de promoção da imagem dos produtos, de angariação e assistência a clientes e de criação de hábitos de consumo (passando a beneficiar, com exclusão da Autora, dos benefícios resultantes dessa actividade).
- (h) Por isso, ocorre aqui um enriquecimento da concedente que justifica uma compensação ao ex-concessionário, ao abrigo do art. 473º do Código Civil, devendo a Ré ser condenada a pagar à Autora uma indemnização a título de enriquecimento sem causa.
- (i) No caso do concessionário (que, ao contrário do agente, não é remunerado à comissão) a indemnização de clientela deve apurar-se a partir da média anual da remuneração auferida nos últimos cinco anos, segundo o critério da margem bruta global obtida em cada ano, pois é esta margem que o concessionário perde, quando finda a concessão.
- (j) A sentença recorrida violou, pois, o disposto nos artigos 11º do Código Civil e 33º, nºs 1 e 4 do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho: as citadas normas foram erradamente interpretadas e aplicadas pelo Tribunal *a quo*, que deveria tê-las interpretado e aplicado do modo indicado nas precedentes conclusões.
- (k) Deve ser revogada e substituída por outra que condene a Ré a pagar à Autora adequada compensação a título de indemnização de clientela ou por enriquecimento sem causa, num valor não inferior a € 343.372,5.

IV. Contra-alegações:

- Um dos argumentos invocados pela Recorrente para sustentar a revogação da sentença recorrida, consiste na violação do disposto no artigo 33.º/4 do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, e no artigo 11.º do Código Civil.
- Sustenta a Recorrente que a excepção de caducidade do direito à indemnização de clientela deverá ser julgada improcedente, porquanto o preceito invocado na decisão *sub judice* – n.º 4 do artigo 33.º da *Lei do Contrato de Agência* – consubstancia uma norma excepcional, sendo que, nos termos do artigo 11.º do Código Civil, as normas desta natureza não comportam aplicação analógica.

1199
G

- Segundo os doutos ensinamentos de Baptista Machado, as normas excepcionais, representando um «*ius singulare*», limitam-se a uma parte restrita daquele sector de relações ou factos [o sector de relações ou factos regulado por normas gerais], consagrando neste sector restrito, por razões privativas dele, um regime oposto àquele regime – regra.
- Enquanto que as normas especiais, ...não consagram uma disciplina directamente oposta à do direito comum; consagram todavia uma disciplina nova ou diferente para círculos mais restritos de pessoas, coisas ou relações...⁵³
- Importa evidenciar o erro de palmatória em que incorre a Recorrente, ao qualificar a disposição em análise como uma norma excepcional, porque a regra que estabelece é claramente oposta àquela que vigora para a generalidade das relações jurídicas contratuais.
- Enquanto uma norma excepcional faz uma delimitação negativa de um certo sector, face à aplicação de um regime-geral, uma norma especial faz uma delimitação positiva, a qual passa pela especificação / particularização conforme ao sector específico de relações a que se aplica, face àquele regime-regra⁵⁴.
- A norma constante do artigo 33.º/4 do citado Decreto-Lei consiste numa norma especial, que estipula o prazo de caducidade do direito à indemnização de clientela devida após a cessação contratual no âmbito da relação de agência.
- A norma em apreço, não consagrando uma disciplina directamente oposta à do direito comum, estabelece um regime diferente para um círculo mais restrito de relações obrigacionais, isto é, para a relação emergente da celebração de um contrato de agência.
- A pretendida aplicação analógica do disposto no artigo 309.º do Código Civil, em detrimento do estipulado no n.º 4 do artigo 33.º da Lei do Contrato de Agência, sempre consubstanciaria uma flagrante violação de um dos princípios basilares do Direito Civil Português, qual seja, *o interesse público da paz familiar e segurança social da circulação e o interesse da brevidade das relações jurídicas...*⁵⁵
- Sendo certo que não existe no Código Civil uma norma paralela à do artigo 11.º, que vede a aplicação analógica de normas especiais.
- A diversa natureza jurídica da indemnização consagrada nos artigos 33.º/1 e 34.º da Lei do Contrato de Agência – compensatória – relativamente à prevista nos artigos 798.º e 564.º do Código Civil – resarcitória – sempre obstaria a que se considerasse que a norma que consagra o prazo de caducidade do direito à primeira – n.º 4 do referido artigo 33.º – é excepcional relativamente à que estipula o prazo de prescrição do direito à segunda – artigo 309.º do Código Civil.
- Tem entendido a doutrina que a indemnização de clientela não consiste numa verdadeira indemnização, pois não se visa com ela ...ressarcir danos porventura causados ao agente pela cessação do contrato, mas repartir, se e na medida em que tal se mostre justificado, entre o agente e o principal, um benefício... resultante da actividade daquele na vigência do contrato e que perdura, na esfera do principal, para lá da respectiva cessação⁵⁶.
- Também na jurisprudência é unânime o entendimento segundo o qual a indemnização de clientela tem uma natureza compensatória e não resarcitória⁵⁷.
- A natureza – meramente compensatória - do direito à indemnização de clientela, resulta também do

⁵³ Aut. cit., *Introdução ao Direito e ao Discurso Legitimador*, 1985, págs. 94 e 95.

⁵⁴ Vd. Ana Prata, *Dicionário Jurídico*, 3.ª edição, Livraria Almedina, 1995, pág. 607 e 608.

⁵⁵ Vd. António de Castro, *A caducidade na doutrina, na lei e na jurisprudência*, 1984.

⁵⁶ Vd. Joana Vasconcelos, Cessação do contrato de agência e indemnização de clientela – algumas questões suscitadas pela jurisprudência relativa ao DL n.º 178/86, in *Direito e Justiça, Revista da Faculdade de Direito da Universidade Católica Portuguesa*, Volume XVI, 2002, Tomo I.

⁵⁷ Vd. Ac. S.T.J. 98.04.23, BMJ 476, 379; Ac. S.T.J., 95.11.22, BMJ 451, 445 e Ac. TRP, 03.11.04, <http://www.dgsi.pt>.

120

próprio proémio do artigo que a consagra, porquanto no mesmo se refere que o agente a ela tem direito sem prejuízo de *qualquer outra indemnização a que haja lugar*.

- Chegados a este ponto, importa sublinhar a circunstância de ter ficado plenamente demonstrado que:
 - *Por carta registada, enviada com aviso de recepção, 95.05.21, a Ré fez saber à Autora que "... no uso da faculdade que à Ford Lusitana é conferida pela cláusula C) e pela alínea a) da cláusula 26 das cláusulas gerais do contrato de concessionário celebrado com V. Exas. em 86.06.30, o referido contrato de concessionário é denunciado com efeitos no termo do prazo de 12 meses contado a partir da data da recepção da presente carta.*
 - *A Autora foi, até 96.06.21, concessionária da Ré para a área de Vila Real, abrangendo os concelhos de Alijó, Boticas, Chaves, Mondim de Basto, Montalegre, Murça, Ribeira de Pêra, Sabrosa, Valpaços, Vila Pouca de Aguiar e Vila Real.*
 - *A Autora não reclamou da Ré o pagamento de uma indemnização de clientela antes de 16 de Fevereiro de 1998.*
 - *A primeira vez que a Autora manifestou perante a Ré a pretensão de obter o pagamento de uma indemnização de clientela foi através da carta datada de 98.02.16.*
 - A presente acção deu entrada neste Tribunal em 98.03.12.
- Impõe-se concluir pela caducidade do direito à indemnização pedida pela Recorrente, o que se verificou numa dupla vertente:
 - por um lado, a Recorrente não comunicou à Recorrida, no prazo de um ano a contar da cessação do contrato, que pretendia receber uma indemnização de clientela;
 - por outro lado, e ainda que a referida comunicação tivesse tido lugar dentro do período legalmente estipulado, a presente acção não foi proposta dentro do ano subsequente à comunicação.
- Pretende a Recorrente que, pelo facto de ter celebrado com a Recorrida o *Contrato de Concessionário Ford* especificado⁵⁸, possa ter lugar a aplicação analógica do regime legal previsto para os Contratos de Agência, dessa forma se lhe reconhecendo um pretenso direito a uma indemnização de Clientela.
- É totalmente falso o pressuposto de que parte a Recorrente, segundo o qual o regime do contrato de agência é aplicável analogicamente, de forma automática, ao mencionado *Contrato de Concessionário Ford*.
- A Recorrida admite, em abstracto, a possibilidade existente e reconhecida pela Doutrina e Jurisprudência de, em determinados casos muito específicos e particulares, se aplicar por analogia o regime do Contrato de Agência a alguns Contratos de Distribuição e, dentro desta categoria, a alguns Contratos de Concessão Comercial, designadamente em matéria de Cessação do Contrato.
- Sendo certo que tal aplicação analógica, não sendo automática (muito longe disso!), sempre dependerá da verificação em concreto de uma verdadeira analogia de situações, que no caso em apreço manifestamente não existe.
- A aplicação por analogia do regime jurídico do Contrato de Agência à relação de Distribuição Comercial, pressupõe uma análise cuidada do caso concreto, por forma a apurar a identidade de razão em que assenta a integração de lacunas por recurso à analogia.

⁵⁸ Trata-se do texto do contrato que consta no Anexo 3: todas as cláusulas citadas nas contra-alegações se lhe referem.

120/
3

- Não existe nenhuma aplicação directa e automática do regime da Agência – mesmo no que diz respeito à cessação do Contrato e em particular ao direito à compensação por clientela – ao Contrato de Distribuição, muito menos ao sub-tipo Concessão Comercial e, muito menos ainda, ao sub-tipo Franquia que, como iremos ver, é justamente aquela que mais se aproxima do *Contrato de Concessionário Ford* celebrado entre a Recorrente e a Recorrida.
- Ensina a melhor doutrina e jurisprudência, que a qualificação de um contrato resulta exclusivamente da análise do conteúdo do mesmo e não do *nomen juris* que lhe é atribuído pelas partes.
- Da leitura e análise do *Contrato de Concessionário Ford* aqui em causa, resulta de forma cristalina que qualquer semelhança entre o mesmo contrato e um qualquer contrato de agência mais não será do que ... pura e mera coincidência!
- É firme convicção da Recorrida que da análise do conteúdo do Contrato celebrado entre a Recorrente e a Recorrida em 86.06.30, a única conclusão segura e objectiva que se poderá extrair em termos conceptuais, é a de se tratar de um Contrato de Distribuição.
- Cujo perfil específico, porém, contendo *ingredientes* vários, comuns a diferentes sub-espécies de contratos de distribuição, se identifica sobretudo com o dos Contratos de Franquia.
- No âmbito dos contratos de distribuição, a doutrina especializada tem vindo a estudar diversos tipos de situações jurídicas possíveis, designadamente, a agência, a concessão e a franquia.
- O contrato de agência pode ser definido como *a convenção pela qual uma das partes (o agente) se obriga a promover por conta de outra (o principal) a celebração de contratos, numa zona territorial ou num círculo de clientes delimitado, com autonomia e de modo estável, mediante retribuição*⁵⁹.
- Da referida definição resultam como elementos essenciais da relação de agência, entre outros, os seguintes:
 - obrigação de promoção de celebração de contratos;
 - por conta de outrem;
 - mediante retribuição.
- Do confronto destes elementos com o teor do *Contrato de Concessionário Ford* celebrado entre a Recorrente e a Recorrida em 96.10.01, conclui-se sem margem para dúvidas que o mesmo apresenta traços específicos muito distintos, que inviabilizam, desde logo, o recurso à pretendida analogia.
- A principal obrigação do agente consiste na prática dos actos necessários à conquista e/ou desenvolvimento do mercado do principal, o que se traduz numa complexa actividade material de angariação de clientes, difusão de produtos e serviços, etc...
- Ora, no que respeita ao *Contrato de Concessionário Ford* aqui em apreço, conclui-se que tal obrigação – a prática dos actos necessários à conquista e/ou desenvolvimento do mercado do principal - foi expressamente atribuída à própria Recorrida Ford Lusitana, a quem, entre outras prestações, incumbia:

*...publicitar os PRODUTOS DA COMPANHIA e... promover a respectiva venda a nível nacional*⁶⁰.

- O segundo traço característico deste tipo de contrato consiste na actuação do agente por conta do principal, em resultado do que, os efeitos dos actos que o primeiro pratica se projectam necessariamente na esfera jurídica do segundo.
- A análise do contrato *sub judice* evidencia que são partes nos contratos de compra e venda dos

⁵⁹ Barata, Carlos Lacerda, *Sobre o contrato de agência*, Almedina, 1991, p. 33.

⁶⁰ Cláusula 10A, *Contrato*.

veículos Ford, a Recorrente, na qualidade de **vendedora**, e os **consumidores finais**, na qualidade de **compradores**, sendo a Recorrida Ford Lusitana totalmente alheia a tais negócios jurídicos.

- Um outro elemento essencial da agência consiste na onerosidade do vínculo, sendo a retribuição do agente determinada, essencialmente, com base no volume de negócios atingido.
- A este respeito, é sabido que a Recorrente não teve nunca qualquer tipo de *retribuição* pela actividade por si levada a cabo, antes obtendo uma margem que poderá ser maior ou menor consoante os preços por ela mesma livremente praticados.
- A concessão pode ser definida como *um contrato quadro que faz surgir entre as partes uma relação obrigacional complexa por força da qual uma delas, o concedente, se obriga a vender à outra, o concessionário, e esta a comprar-lhe para revenda, determinada quota de bens, aceitando certas obrigações – mormente no que concerne à sua organização, à política comercial, e à assistência a prestar aos clientes – e sujeitando-se a um certo controlo e fiscalização por parte do concedente*⁶¹.
- Fazendo apelo aos ensinamentos de Carlos Lacerda Barata, vários aspectos distinguem o contrato de concessão do contrato de agência...:
 - *ao contrário do agente, o concessionário pratica, tipicamente, actos jurídicos, a saber, a venda dos produtos comprados para o efeito;*
 - *o concessionário age por sua conta, assumindo integralmente o risco comercial. O agente... age por conta do principal;*
 - *quando munido de poderes de representação o agente actua... em nome alheio. O concessionário age sempre em nome próprio, por motivos óbvios: é ele o proprietário dos produtos objecto de revenda;*
 - *o direito de exclusivo de que beneficia o agente, integra-se nos elementos naturais do contrato de agência. A cláusula de exclusividade a favor do concessionário é meramente incidental;*
 - *relativamente ao concessionário não se pode falar, em rigor, de uma retribuição (ao contrário do que sucede com o agente), mas antes de lucro, traduzido na diferença obtida entre o preço de compra ao concedente e o preço de venda a terceiro*⁶².
- Não obstante se admitir a existência de alguns elementos comuns entre a definição *supra* transcrita e a teia de direitos e obrigações recíprocos que consta do *Contrato de Concessionário Ford*.
- A grande verdade é que tal contrato aproxima-se bastante mais de um outro sub-tipo dos contratos de distribuição, qual seja, a franquia,
- Contrato este que tem vindo a ser apontado pelos estudiosos da matéria como mais um passo em frente (por referência à concessão) no sentido da integração vertical e, justamente, como o caso paradigmático de inaplicabilidade do regime legal previsto para os Contratos de Agência, em particular quanto à indemnização de clientela.
- Como bem sublinha **Maria Helena Brito**, *A prática do franchising teve origem nos Estados Unidos e encontra-se historicamente associada à indústria automóvel* daquele país. Os fabricantes de veículos concediam licença (franchising, franchise) de venda a determinados revendedores em diversas regiões⁶³.
- Ainda a mesma Autora, refere mais à frente o seguinte:
- *Ao franchisor competia a definição da estratégia comercial, a promoção e a publicidade, a nível nacional, a formação técnica e profissional dos revendedores; estes tinham a seu cargo a execução, a nível local, da política do fabricante, actuando como comerciantes independentes e*

⁶¹ Pinto Monteiro, António, *Denúncia de um contrato de concessão comercial*, Coimbra Editora, 1998, página 39.

⁶² Aut. cit., *Sobre o contrato de agência*, Livraria Almedina, Coimbra, 1991, páginas 111 e 112.

⁶³ Aut. cit., *O contrato de concessão comercial*, Almedina, 1990, página 16.

1203
7

suportando os riscos da sua actividade.

- ...a relação entre franchisor e franchisees não se limitava a uma relação de fornecimento: além de prosseguirem uma finalidade comum (a comercialização dos produtos), todos usavam a mesma insignia ou marca e todos utilizavam as mesmas técnicas de marketing indicadas pelo fabricante⁶⁴.
- Concluindo a sua reflexão, Maria Helena Brito esclarece que:

No contrato de franchising, o franchisor não concede apenas a utilização da marca; obriga-se também a fornecer ao franchisee os meios adequados para a comercialização dos produtos ou dos serviços, ou para a produção dos bens que constituem o objecto do contrato.

De entre esses meios, uns dizem respeito ao engineering, como os estudos prévios à criação ou instalação do estabelecimento; outros são técnicas de marketing, como os estudos de mercado, utilização de uma insignia conhecida, publicidade, realização de vendas de promoção, lançamento de novos produtos; ...outros finalmente, são meios adequados a proporcionar a formação profissional do pessoal do franchisee e a adaptar a organização financeira e administrativa das suas empresas⁶⁵.

- Analisando o contrato dos autos, encontram-se uma série de cláusulas cujo teor permite concluir com segurança pela qualificação do mesmo como franquia.
- É certo que, por força do mesmo, a Recorrida se encontra vinculada a vender à Recorrente e esta a comprar-lhe, para revenda, produtos da marca *Ford*.
- Não obstante, a ligação estabelecida em tal convénio entre a Recorrente e a Recorrida vai muito além de uma mera relação de fornecimento, caracterizando-se justamente pela obrigação de a Recorrida facultar à Recorrente todos ou uma grande parte daqueles *meios adequados para a comercialização dos produtos* de que fala Maria Helena Brito.
- Nesse sentido, foram incluídas no *Contrato de Concessionário Ford* inúmeras cláusulas cujo teor, ultrapassando em muito a regulação do mero fornecimento de produtos, aproxima muito mais o contrato *sub judice* da figura da franquia do que da concessão.
- Uma das diferenças de vulto que a doutrina tem salientado entre as duas modalidades de contratos de distribuição comercial (franquia e concessão), consiste na circunstância de o franquiado utilizar na sua actividade os sinais distintivos do comércio do franquidador.
- Sobre o tema, Sofia Tomé D'Alte escreveu o seguinte:
- *Esta é, desde logo, uma característica que afasta a concessão da franquia, dado que, na primeira o concessionário actua sempre com o seu próprio nome e insignia, nunca se confundindo com o concedente, ao contrário do que sucede no contrato de franquia. Nesta, a verdade é que quem actua e assume os riscos reais dessa mesma actuação é sempre e invariavelmente o franquiado e nunca o franquidador. Este facto porém acaba por resultar de tal forma sublimado pela utilização do nome, insignia, marca e know-how do franquidador, que o consumidor tem a ilusão de que está a adquirir os produtos directamente a este, sem cuidar sequer de saber quem é na verdade o verdadeiro dono do estabelecimento: o franquiado⁶⁶.*
- Do confronto entre as notas doutrinárias acima transcritas e referentes aos Contratos de Franquia, com o (i) clausulado que compõe o *Contrato de Concessionário Ford* e (ii) com a própria *praxis* desenvolvida pelas partes em torno desse mesmo contrato, resulta inequívoca a ideia de que, em termos substanciais e conceptuais, a relação contratual estabelecida entre a Recorrente e a Recorrida corresponde ao figurino típico de uma Franquia, o que de resto é manifesto e visível no conteúdo de inúmeros Artigos ou Cláusulas.

•
⁶⁴ Aut. cit., op. cit., páginas 16 e 17.

⁶⁵ Aut. cit., op. cit., id.

⁶⁶ Aut. cit., O contrato de concessão comercial, *Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa*, Coimbra Editora, 2001, página 1417.

- A título meramente exemplificativo, registe-se o teor da *supra* transcrita alínea a) da cláusula 10.^a
- Também a cláusula 15.^a do contrato aqui em análise, respeitante às **instalações**, encontra-se recheada de obrigações assumidas por ambas as partes, absolutamente características dos contratos de franquia:
- *O CONCESSIONÁRIO obriga-se a adquirir e a manter dentro da ARC, no local ou locais aprovados pela FORD, instalações que esta tenha por adequadas para a promoção das vendas de PRODUTOS DA COMPANHIA e para a prestação de serviço de venda e post-venda a PRODUTOS CONTRATUAIS...*
- Por fim, também ao nível da previsão contratual relativa à própria cessação do Contrato, como não podia deixar de ser, abundam os elementos característicos do Contrato de Franquia:

Com a cessação deste contrato o CONCESSIONÁRIO deixa de ser um concessionário autorizado para PRODUTOS DA COMPANHIA e fica adstrito ao cumprimento das seguintes obrigações:

...com referência a material de identificação ou insígnias da propriedade da FORD, retirar todo o material dessa espécie por si instalado e usado, que contenha qualquer marca ou nome comercial pertencentes à FORD ou a alguma FILIAL...⁶⁷

- O Contrato em apreço, que seguramente se insere na categoria dos Contratos de Distribuição, nada tem que ver com a relação jurídica de Agência,
- Antes integrando inúmeras obrigações características de uma relação contratual de Franquia, relativamente à qual a doutrina exclui a possibilidade de atribuição de qualquer indemnização de Clientela.
- Existem diversas razões pelas quais, no caso em apreço, não se poderá lançar mão da analogia pretendida pela Recorrente.
- Atendendo ao facto – já atrás mencionado - de alguns dos elementos essenciais do Contrato de Agência não se encontrarem reunidos no Contrato em apreço – independentemente da sua qualificação como Contrato de Concessão ou de Franquia,
- Dever-se-á considerar afastada a pretendida aplicação analógica do diploma legal regulador do Contrato de Agência, em particular no que diz respeito ao preceito legal relativo à Indemnização de Clientela.
- A respeito da aplicação analógica aqui em discussão, esclarece Carlos Lacerda Barata:

...haverá que demonstrar, caso a caso, a analogia das situações, já que o quadro típico de funções exercidas pelo concessionário não permite... que, a priori, se afirme a identidade material legitimadora da aplicação analógica do regime⁶⁸.

- Também a Jurisprudência dominante se tem pronunciado neste mesmo sentido, podendo referir-se a título exemplificativo o Acórdão do Tribunal da Relação do Porto, 98.01.20:

A atribuição de indemnização de clientela ao concessionário após a resolução do contrato não é um princípio regra a observar em todas as situações, só se verificando na medida em que ocorre analogia com o contrato de agência⁶⁹.

- Na mesma linha de raciocínio e também sobre este mesmo assunto, salienta ainda António Pinto
-

⁶⁷ Cfr. alínea b) da cláusula 27, *Contrato*.

⁶⁸ Aut. cit., *Anotações ao novo regime do contrato de agência*, Lex, Lisboa, 1994, pág. 86.

⁶⁹ No mesmo sentido, vejam-se, entre outros, Ac. STJ, 93.05.04, BMJ, 427, p. 524, Ac. STJ, 95.11.22, BMJ 451, p. 445, Ac. RL 02.07.11, CJ IV (2002), p. 71 e o AC. RP, 98.06.25, *anteriormente*.

1205
13**Monteiro:**

É necessário apurar, contudo – et pour case –, relativamente a cada questão e em cada caso concreto, se pode afirmar-se uma analogia de situações que justifique a aplicação a um contrato de normas estabelecidas para outro.

- Acrescentando logo de seguida o mesmo Autor, o seguinte ensinamento deveras importante e esclarecedor:

Ora, afigura-se que, em princípio, a actividade típica de concessionários e franquiados, por si só, não será susceptível de justificar, por analogia, uma indemnização de clientela⁷⁰.

- De acordo com **António Pinto Monteiro**, para que haja a possibilidade de aplicação analógica, torna-se necessário que as circunstâncias do caso concreto mostrem que a actividade do Concedente, pelas funções que desempenha, pelo paralelismo concreto das tarefas e serviços relativamente aos de um Agente, se apresentem como um relevante factor de atracção de clientela, que justifique essa aplicação analógica⁷¹.
- No caso concreto em apreço, é manifesto que tal não sucede, desde logo em face do reconhecimento notório e generalizado da marca Ford por parte dos potenciais clientes, independentemente de quaisquer condutas da Recorrente.
- A captação de clientela, por tal razão, deriva quase exclusivamente do poder de atracção da marca, não tendo expressão, a esse nível, qualquer actividade desenvolvida pela Recorrente.
- Para além disso, porém, no âmbito do *Contrato de Concessionário Ford* em apreço, era a Recorrida que assumia, a vários e decisivos títulos, as funções primaciais quanto à angariação de clientela⁷².
- Tudo isto demonstra bem que os elementos decisivos e claramente preponderantes de atracção de clientela são derivados da actividade da Recorrida e não imputáveis em si mesmo à actividade da Recorrente.
- Aliás, a própria actividade da Recorrente estava toda ela sujeita a uma estrutura organizacional de apresentação do produto, de sugestão dos preços de referência, de marketing, de qualidade e tipo de serviços a prestar, tudo resultante de instruções da Recorrida,
- Que aproxima em concreto o contrato *sub judice* e a actividade da Recorrente muito mais dos Contratos de Franquia do que dos Contratos de Concessão Comercial,
- Contratos de Franquia relativamente aos quais, justamente em face da conduta quase omissiva dos franqueados na influência ou atracção da clientela, considera a melhor Doutrina não ser aplicável o regime da compensação de clientela⁷³.
- A este respeito, analisemos também a posição adoptada por **António Menezes Cordeiro**:

...quando a cessação ocorre por causa legítima – maxime por caducidade – não tem lugar qualquer indemnização ou compensação, a menos que o contrato a prescreva. Repare-se que na franquia – ao contrário da agência, cujo regime legal prevê, ainda que em condições apertadas, uma indemnização de clientela – a clientela é angariada através da marca, para o franquiado; as vantagens e desvantagens que tudo isso acarrete fazem parte dos riscos próprios do negócio, que as partes livremente assumiram e que a boa-fé manda honrar⁷⁴.

- Vejamos agora, o que sobre a mesma questão afirma **António Pinto Monteiro**:

⁷⁰ Aut. cit., *Contrato de Agência – Anotação*, Almedina, Coimbra, 1998, pág. 116.

⁷¹ Aut. cit., op. cit., id.

⁷² Cfr., designadamente, a alínea a) da cláusula 10.^a, *Contrato*.

⁷³ Vd. António Pinto Monteiro, ob. cit., pág. 116, penúltimo parágrafo.

⁷⁴ Vd. Do contrato de franquia: autonomia privada vs tipicidade negocial, *ROA*, ano 48, I.

120
S

O franquiado... beneficia, logo à partida, da possibilidade de comercializar bens já conhecidos do público, utilizando a marca e demais sinais distintivos de uma grande empresa, de projeção internacional, muitas vezes; poupa, assim, investimentos que, de outro modo, teria de suportar, sem os riscos sempre inerentes ao lançamento de produtos e/ou serviços; beneficia, por outro lado, da assistência técnica, dos conhecimentos e da experiência que lhe são transmitidos pelo franquiador; passa a fazer parte, em suma, de um sistema de integração vertical, que lhe permite beneficiar comercialmente do poderio e renome de uma grande empresa⁷⁵.

- E na mesma obra, acrescenta ainda aquele Autor:

Em princípio, a actividade típica destes [o concessionário ou o franquiado], por si só, não é susceptível de justificar, por analogia, uma indemnização desta natureza, sobretudo tratando-se de um franquiado. É que, numa palavra, este beneficia de uma clientela já pré-constituída e os factores de atracção de nova clientela pertencem, no essencial, ao franquiador⁷⁶.

- De acordo com esta corrente doutrinária, extinto o contrato, não há qualquer clientela anteriormente criada pelo franquiado; consequentemente, não existe um ganho extra de que o franquiador passe a beneficiar, pelo que não se justifica qualquer indemnização de clientela.
- A Recorrida colocou na disposição da Recorrente o seu *know-how*, bem como o seu nome, marca, e demais sinais distintivos,
- De tal forma que, apesar de estarmos perante duas entidades totalmente distintas e completamente autónomas, a Recorrente acabou por actuar no mercado do ramo automóvel sob a imagem empresarial da Recorrida.
- Foram as iniciativas desenvolvidas pela Recorrida no sentido de maximizar a satisfação, fidelização e lealdade dos clientes, a combinação das actividades de publicidade, *marketing* e promoção de vendas por si levadas a cabo e o uso, pela Recorrida, das marcas e nomes da titularidade da Organização *Ford*, que consubstanciaram os principais factores de angariação da clientela.
- Noutro prisma, a utilização, pela Recorrente, do logotipo *Ford*, ao qual se encontra indissociavelmente ligado o prestígio e notoriedade da marca, constitui um inegável chamariz de clientes.
- Tendo em consideração o exposto, a atribuição à Recorrente da indemnização peticionada – que de forma alguma se admite e apenas se pondera por cautela de patrocínio – redundaria em premiá-la por uma situação para a qual pouco ou nada contribuiu.
- É que, no caso concreto em apreço, verifica-se justamente que a Recorrente beneficiou sempre, desde o início do seu relacionamento contratual com a Recorrida, (i) da enorme notoriedade e reputação da própria marca *Ford*.
- Bem como (ii) do esforço de divulgação dos novos produtos *Ford* e de promoção e afirmação dos mesmos no mercado do sector, desenvolvido pela Recorrida.
- Mesmo admitindo-se, em tese e sem conceder, que num plano meramente teórico, a Recorrente poderia ter direito à indemnização de clientela, sempre se deveria concluir que não se encontram reunidos os pressupostos consagrados no artigo 33.º do regime do contrato de agência.
- Em primeiro lugar, a Recorrente não angariou qualquer cliente para os produtos *Ford*.
- Registe-se, a este propósito, o facto – que não surpreendeu a Recorrida – de a Recorrente não ter

⁷⁵ Aut. cit.; Contratos de Agência, Concessão e Franquia, Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra, Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor Eduardo Correia, página 323.

⁷⁶ Aut. cit., op. cit.

R. B. J.

1207
G

logrado demonstrar que à data da atribuição da concessão, os produtos Ford fossem completamente desconhecidos na sua área de concessão, não existindo qualquer comercialização dos mesmos.

- Em segundo lugar, da resposta à matéria de facto conclui-se sem hesitação que a Recorrente não logrou fazer prova da transferência de clientela a que alude.
- A este respeito, sublinhe-se que apenas se encontra assente:

Após 21 de Junho de 1996, a Ré nomeou um novo concessionário para a área...;

...a partir de Janeiro de 1997 quem se encontrasse na área... e quisesse adquirir veículos e peças Ford e necessitasse de ter reparado veículo de tal marca que se encontrasse dentro da garantia dada pela mesma, teria que se dirigir à Garagem S. Pedro, novo concessionário da ré.

- Não foi identificado nos autos um único cliente da Recorrente que tivesse passado a ser cliente da Garagem S. Pedro.
- Em sede de audiência de julgamento, algumas das testemunhas arroladas pela Recorrente confirmaram que a mesma continua a exercer a sua actividade no mercado do ramo automóvel, designadamente prestando assistência aos veículos da marca Ford (exceptuadas as reparações em garantia).
- Este facto é muitíssimo importante e deverá ser devidamente considerado pelo Tribunal, porquanto é absolutamente revelador de que, afinal e ao contrário do que a Recorrente sustenta, pelo menos um dos pressupostos legais (de verificação cumulativa) para a atribuição da pretendida indemnização de Clientela, confessadamente não se verifica, a saber, o da alínea c) do preceito em análise.
- É absolutamente indiscutível que após a cessação do *Contrato de Concessionário Ford* a Recorrente continuou a prestar assistência a veículos Ford e a vender peças e veículos Ford, obtendo com tais actividades, evidentemente, o correspondente lucro ou margem por ela mesma definida. E isto, claro está, determinaria por si só a impossibilidade legal (porque contrária à lei cuja aplicação analógica a Recorrente reclama) de à Recorrente ser reconhecido o pretendido direito à indemnização de clientela.
- Mas ainda que assim não fosse, tal não permitiria que se concluisse, sem mais, pela verificação do requisito em análise, tornando-se ainda necessária, para o efeito, a demonstração de que o benefício decorrente de tal transferência teria sido considerável e/ou substancial, o que a Recorrente não logrou fazer⁷⁷⁾
- A Recorrente continua a ser remunerada pelos contratos que negocou na vigência da relação estabelecida com a Recorrida, pois continua a prestar assistência técnica aos clientes que adquiriram veículos Ford nas suas instalações.
- Ainda que se entendesse que o artigo 33.º/1 do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, deveria ser aplicado, por analogia, ao litígio *sub judice*, sempre se constataria que a formulação de tal pedido por parte da Recorrente é claramente contrária ao disposto no próprio Contrato de Concessionário em apreço.
- Na Cláusula 34.ª (Cláusulas Gerais) do Contrato celebrado entre a Recorrente e a Recorrida foi estipulado o seguinte:

a) Relação de emprego ou de agência. Salvo o caso de extensão da garantia previsto em ii) da alínea a) da cláusula 16^a, este contrato não gera qualquer relação de representação ou de emprego entre a FORD e o CONCESSIONARIO ...sendo a tais pessoas ou entidades vedado agir de modo a criar a convicção, ou possibilitar que alguém crie a convicção de

⁷⁷ Cfr. alínea b) do artigo 33.º; Vd.. a propósito, o Acórdão do Tribunal da Relação do Porto de 25.01.2002, www.dgsi.pt.

1208
S

que tal relação de representação ou emprego existe.

- Em face desta cláusula contratualmente ajustada entre as partes, a pretensão da Recorrente relativa à Indemnização de Clientela sempre estaria ferida de **abuso de direito**, na modalidade de *venire contra factum proprium*.
- É que, a analogia ao regime da Agência – ou a qualquer outro regime - só seria de aplicar *não sendo possível recorrer à regulação pelas partes*, o que, manifestamente, não sucede no caso em apreço.
- Mas mesmo que assim não se entendesse, em face da disposição contratual *supra* citada (Cláusula 34.^a), sempre haveria então que se determinar a natureza jurídica da Indemnização de Clientela.
- Apurando se a lei impõe ao Principal a obrigação de pagamento da referida indemnização ou se, pelo contrário, permite o afastamento da mesma por vontade expressa das partes.
- No que respeita à natureza jurídica da *indemnização* prevista no artigo 33.^º, n.º 1, do diploma legal em análise, várias explicações têm sido adiantadas pela doutrina nacional e estrangeira, sendo certo que, no Direito Português, é praticamente unânime – e a nosso ver inteiramente correcta - a tese segundo a qual a mesma se reveste de um cariz compensatório e não indemnizatório⁷⁸.
- A este respeito, esclarece António Pinto Monteiro:

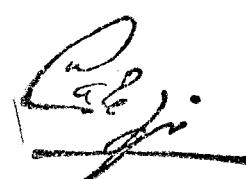
*Trata-se, no fundo, de uma compensação devida ao agente, após a cessação do contrato... pelos benefícios de que o principal continua a auferir com a clientela angariada ou desenvolvida pelo agente. E como que uma compensação pela **mais-valia** que este lhe proporciona, graças à actividade por si desenvolvida, na medida em que o principal continua a aproveitar-se dos frutos dessa actividade, após o termo do contrato de agência⁷⁹.*

- O artigo 405.^º, n.º 1, do Código Civil, que consagra um dos princípios basilares do Direito Civil, o Princípio da liberdade contratual, estabelece que *dentro dos limites da lei, as partes têm a faculdade de fixar livremente o conteúdo dos contratos, celebrar contratos diferentes dos previstos neste código ou incluir nestes as cláusulas que lhes aprovuer*.
- A propósito deste mesmo Princípio, escreve este autor que ... *os particulares são livres de disciplinar juridicamente os seus interesses, conformando autonomamente, isto é, por si próprios, segundo a sua vontade, as relações jurídicas que decidam estabelecer, criando, por acto próprio, direito objectivo⁸⁰*.
- Justamente no uso desta ampla liberdade de estipulação negocial, Recorrente e Recorrida expressamente acordaram em afastar a possibilidade de se entender existir entre as partes uma relação de agência ou de trabalho, desta forma impedindo que após a cessação do contrato, pudesse vir a ser reclamada qualquer indemnização de clientela.
- É no entanto verdade, que, ainda que a título excepcional, a lei cria limites a esta regra da liberdade contratual.
- Fá-lo, por exemplo, a propósito das cláusulas limitativas e de exclusão da responsabilidade, as quais são submetidas a um apertado controlo por força do artigo 809.^º do Código Civil, preceito legal que restringe consideravelmente o âmbito de admissibilidade destas cláusulas.
- Sucedeu, porém, que a Cláusula 34.^a (Cláusulas Gerais) do Contrato celebrado entre Recorrente e Recorrida não traduz nem implica renúncia alguma pela Recorrente a *qualquer dos direitos que lhe*

⁷⁸ Vd., entre outros, Barata, Carlos Lacerda, *Sobre o contrato de agência*", págs. 93 e segs.; Brito, Maria Helena, *O contrato de agência*, págs. 131 e 132; Gomes, M. Januário, Apontamentos sobre o contrato de agência, *Tribuna da Justiça*, 3, Abril-Maio 1990, pág. 35.

⁷⁹ Vd. Aut. cit., Contrato de agência – Anotação, pág. 111.

⁸⁰ Aut. cit., Cláusulas Limitativas e de Exclusão da Responsabilidade Civil, *Suplemento ao Boletim da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, Coimbra, 1985, pág. 44.

1209
13

são facultados nos casos de não cumprimento ou mora do devedor.

- E, não decorrendo o direito à *indemnização* de clientela das condutas contratuais em apreço – isto é, do não cumprimento ou da mora do devedor - dúvidas não poderão restar no sentido de que a cláusula sob análise (no que diz respeito à compensação de clientela) se encontra excluída da previsão legal do art.º 809.º cit.
- O Código Civil não sanciona a renúncia antecipada do Agente (concessionário) ao direito à Indemnização de Clientela, porquanto o mesmo se encontra excluído da previsão legal que restringe o âmbito da renúncia do credor aos seus direitos.
- A título subsidiário, a Recorrente sustenta a condenação da Recorrida no pagamento de um montante igual ao peticionado a título de indemnização de clientela, por considerar que se encontram reunidos os requisitos do instituto do enriquecimento sem causa, concretizados num enriquecimento da Recorrida fruto de uma actividade da Recorrente, sem qualquer contrapartida, bem como num seu consequente empobrecimento.
- Antes de mais, importa recordar que o instituto do enriquecimento sem causa, cujo regime jurídico se encontra estabelecido nos artigos 473.º e seguintes do Código Civil, tem como objectivo a correcção de deslocações patrimoniais injustificadas de uma pessoa para outra.
- Como sustenta a melhor doutrina⁸¹, para que haja lugar ao pagamento de uma indemnização por enriquecimento sem causa, é necessária, cumulativamente, a verificação dos seguintes requisitos:
 - a. A existência de um enriquecimento injustificado;
 - b. Que desse enriquecimento tenha sido obtido à custa daquele que se arroga o direito à restituição;
 - c. A inexistência de outro meio facultado por lei ao empobrecido, para este ser indemnizado ou restituído.
- Tendo em consideração o que *supra* foi dito acerca do não preenchimento dos requisitos previstos nas alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 33.º da Lei do Contrato de Agência, impõe-se concluir igualmente pela não verificação dos pressupostos elencados nas alíneas a) e b) *supra*, remetendo-se para o que ali foi dito sobre o tema.
- Mais se refira que, tendo em consideração o que antes foi dito acerca da natureza (exclusivamente compensatória) da indemnização de clientela, dúvidas não deverão restar de que a lei – no caso, o artigo 33.º do diploma em análise – facilita ao *empobrecido* um meio próprio e específico para este ser indemnizado na sequência da cessação do contrato.
- Cabe por último referir que, mesmo que tudo o que atrás se disse se considerasse irrelevante e caso se entendesse ser aplicável o regime da indemnização de clientela (o que de forma alguma se concede), ainda assim os valores apresentados pela Recorrente seriam incorrectos e manifestamente excessivos.
- Há que ter em conta que o artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, com a redacção dada pelo D.L. 118/93 de 13 de Abril, não estabelece um critério que permita aferir de forma objectiva os montantes exactos do valor da sobredita indemnização.
- O único critério legal de fixação do valor da compensação de clientela é o da equidade, sendo certo que apenas quanto ao montante máximo da compensação, a lei indica um critério objectivo e directamente sindicável, ao impôr que a compensação não possa exceder o valor equivalente a uma remuneração anual, calculada a partir da média anual das remunerações recebidas pelo agente durante os últimos cinco anos.
- Contrariamente ao invocado pela Recorrente, o valor que poderia ser-lhe atribuído (caso esta tivesse tal direito, o que se não concede) não corresponderia nunca ao valor máximo previsto, devendo antes

⁸¹ Vd. Pires de Lima & Antunes Varela, *Código Civil Anotado*, vol.I, Antunes Varela, *Das Obrigações em Geral*, vol. I, Moitinho de Almeida, *Enriquecimento sem Causa*, Coimbra, 1996 e Pereira Coelho, in *Revista de Direito e Estudos Sociais*, ano XVIII.

12/10
S

ser fixado equitativamente.

- Caso viesse o Tribunal a decidir pela atribuição à Recorrente de uma indemnização de clientela, sempre as razões atrás expostas deveriam ser consideradas, determinando-se, equitativamente, que o montante fixado para tal indemnização fosse muitíssimo inferior ao máximo legal, de valor bastante reduzido e porventura meramente simbólico.
- É sabido que julgar segundo a equidade significa dar a um conflito uma solução que pareça ser a mais justa, atendendo apenas às características da situação e sem recurso a qualquer norma pré estabelecida.
- No caso concreto em apreço, o juízo de equidade que poderia ser feito caso tivesse lugar a atribuição à Recorrente de uma indemnização de clientela sempre teria que ter presente os factos provados na lide,
- Designadamente todos aqueles factos que, manifestamente, tornariam a determinação de uma indemnização de clientela num valor aproximado do pretendido pela Recorrente, não apenas injusta, mas antes extremamente injusta.
- É que, está provado nos autos que ao longo da vigência da relação contratual de franquia entre a Recorrente e a Recorrida, aquela não teve nunca um bom desempenho, designadamente por não apresentar instalações condignas e condicentes com a dignidade exigível a um *Concessionário Ford*.
- Ao longo dos anos a Recorrente teve um desempenho contratual muito aquém do que seria exigível, acumulando lucros sem que procedesse, com a regularidade necessária, aos investimentos mais básicos e indispensáveis à sua própria imagem e às suas instalações.
- Considerando o mau desempenho da Recorrente ao longo da relação contratual estabelecida com a Recorrida, atendendo aos reduzidíssimos investimentos por aquela realizados no âmbito da concessão e comparando-os com os avultadíssimos lucros pela mesma reconhecidamente obtidos,
- Forçoso é concluir-se que justiça alguma seria feita se, à laia de compensação (perguntar-se-á, compensação de quê?), lhe fosse ainda reconhecido o direito a tal indemnização!
- Não tendo a Recorrente nunca obtido qualquer remuneração pela sua actividade, dispondo antes de uma margem de comercialização por si livremente determinada na venda dos produtos Ford,
- Não será aplicável o critério fixado na lei para a agência, designadamente o das *remunerações recebidas pelo agente*, antes se tendo que, com rigor, lidar com um dos possíveis conceitos de *margem*.
- Não se afigura possível nem razoável que, neste contexto, se pudesse sem mais recorrer ao conceito de margem bruta,
- Antes se devendo privilegiar, para correcta determinação da margem efectivamente praticada pela Recorrente, o preço praticado pela Recorrente nas suas relações com os clientes finais – para os veículos e peças - depois de descontados os impostos, os custos operativos e outros custos variáveis.
- Resulta plenamente provado que, não obstante a cessação da relação comercial com a Recorrente, a Recorrida continuou a reparar veículos da marca Ford, tendo mesmo obtido a representação de uma outra marca de veículos automóveis – a Hyundai – o que lhe permitiu, designadamente, rentabilizar os investimentos feitos durante a vigência do contrato dos autos.

A decisão recorrida deve ser inteiramente mantida.

V. Recurso: pronto para julgamento.

VI. Sequência:

Laf

12/11
13

- (a) Tem vindo a assistir-se no pensamento jurídico contemporâneo à recuperação, digamos assim, de certos modelos de racionalidade outrora marginalizados, e numa direcção de garantes da decisão judiciária, porventura fornecedores mesmo dos fundamentos e critérios, sobretudo procedimentos, pressupostos ou nesta investidos.
- (b) A hermenêutica foi um deles e deve-se-lhe a *fotografia* de categorias operativas certeiras: referente, pré-compreensão, círculo ou espiral hermenêutica. Contudo, o horizonte comunicacional com que se nos apresenta distrai da apreensão da decisão judicativa, não obstante o liame da hermenêutica à tópica: *processo especial de tratamento de problemas com base em pontos de apoio que o disperso surgir desses mesmos problemas vai suscitando e que os incidentes vão tendo por aceitáveis*⁸².
- (c) Propõe, pois, a tópica uma *compreensão do sistema liberta das aporias axiomático-dedutivas*⁸³. Mas adstrita ao senso comum tal como a hermenêutica, não se harmoniza com uma compreensão do Direito, ordenada ao múnus de o juiz fundamentar adequadamente as sentenças.
- (d) Entretanto, a via das categorias estruturantes de um discurso argumentativo (argumentos, controvérsia e interlocutores) passaram a ser convocadas para equalizar o discurso jurídico e o discurso prático, mantendo uma relação dúplice com a hermenêutica⁸⁴. E implicando, na base, os locais de um determinado auditório, *composto pelas pessoas que fazem parte de uma forma de vida comum e que se obrigam a respeitar as regras de um discurso racional*⁸⁵, onde é ponderada a solução do problema posto, aponta ao carácter dialéctico-dialógico da reflexão metodológico-jurídica, vestida, afinal, a razão argumentativa de *contra-conceito a opor à subsunção positivista*⁸⁶.
- (e) Nimbada, ainda assim, a racionalidade metodológico-jurídica, cumpre trazer à colação Castanheira Neves: *são quatro as dimensões... da racionalidade implicada pela realização judicativa do Direito; uma validade pressuposta e a objectivar-se numa dogmática, por um lado, e uma problematização praxística a exigir uma mediação judicativa, por outro lado; as duas primeiras dimensões manifestam-se num sistema normativo; as duas outras são convocadas por um problema prático; a dialética entre sistema e problema numa intenção judicativa de realização normativa é, pois, a racionalidade jurídica a considerar*⁸⁷.
- (f) Pergunta por fim Pinto Bronze, que seguimos de perto, perante a *dialéctica entre sistema e problema*: no limite não estará a *singular relevância problematico-normativa do corte do sistema jurídico-circunstancial e justificadamente privilegiado*? Os pólos reflexivos passam a ser o *problema constitutivo do caso concretamente decidendo e o especificamente densificador da intencionalidade prático-normativa da mencionada secção do corpus juris, que importa aproximar comparativamente (e afinar reciprocamente...) em ordem à determinação, sub specie iuris, da respectiva semelhança suficiente ou insuperável diferença por mediação de um tertium ou terminus comparationes*.
- (g) Nesta analogia parte-se do mais conhecido para aceder ao menos conhecido, enquanto a extensão do primeiro conjunto é directamente proporcional ao grau de

⁸² Pinto Bronze, Fernando, *Lições de Introdução ao Direito*, 17^a Lição, p. 761, apoiado em K. Larenz, *Metodologia da Ciência do Direito* e Castanheira Neves, *Questão de Facto...*

⁸³ Aut. cit., id., id.

⁸⁴ A. Kaufman, *Rechtsphilosophie*, citado por Bronze que comenta: *as duas orientações comungam na pressuposição de um sistema aberto, mas já divergem na medida em que a argumentação tende a desqualificar a hermenêutica como irracional, o que esta últimamente contesta.*

⁸⁵ Vd. R. Alexy, *Theorie der juridisichen Argumentation*, pp. 203 ss e 155 ss.

⁸⁶ Pinto Bronze, op. cit., p. 763.

⁸⁷ Aut. cit., *O Actual Problema Metodológico da Realização do Direito*, p. 41.

verosimilhança do resultado alcançado, que se manifesta através do carácter hermeneuticamente circular, ou em espiral do juízo.

- (h) Ora, o *tertium*, dimensão *sine qua non* do discurso analógico, é aqui o sistema da normatividade jurídica vigente, convocado pelo problema erguido: condensa *no constituido ou constituendo critério/fundamento do referido corpus juris, circunstancialmente mobilizável*⁸⁸.
- (i) Em suma, a realização jurisdicional do Direito centra-se na correspondência intencional entre o mérito problemático-normativo dos casos decididos e a relevância igualmente problemático-normativa desses pré-disponíveis critérios/fundamentos susceptíveis de os virem a assimilar: as semelhanças são no entanto intretecidas por diferenças subtis, enquanto podemos dizer ainda que *a analogia é a essência do juízo*⁸⁹.
- (j) O caso vertente apresenta-se-nos já completo, nem sequer o apontamento da proximidade ao conjunto normativo do contrato de franquia servindo senão para reduzir a zero a compensação problemática que na base se não discute.
- (k) Identifica-se no entanto uma contradição no esquema da sentença de 1^a instância: não pode estar precludido um direito cuja base soçobra de lógica preegressa. Na verdade, se não houvera matéria consistente de um benefício de clientela, entregue à Ap.a pela Ap.e, concessionária ao longo de anos, já não haveria sequer de pôr hipoteticamente, aqui, a relevância do pedido.
- (l) Acontece, muito pelo contrário, que a matéria assente delimita, sem dúvida, uma cooperação, justamente por ser localizada num período de tempo longo, entre os parceiros contratuais, onde radica uma transferência patrimonial daquele tipo de clientela, avaliável no mercado, à qual se dirige a compensação em debate. Não esqueçamos que o contrato de concessão automóvel-pretexto é, em boa verdade, o continuar de um esforço comercial dos anos 50, tempo de um Trás-os-Montes de viagens em automóvel, penosas e *aventuras certas*. Por conseguinte, sem prestígio de marca que em concreto valesse: mudaram os tempos entretanto, a circulação vulgarizou-se e tornou-se rápida e fácil, podendo, mas só agora, ser aceite que o comerciante, concessionário, mesmo de uma pequena marca, já pouco tem a fazer pela afiliação dos *consumidores*.
- (m) Admitimos, portanto, estar perante a base de uma possível atribuição compensatória, porque o construtor, neste tempo de globalização, beneficia ainda do resultado de um entusiasmo mercantil, investido contra uma tradição muitas vezes anti-desenvolvimentista, decerto de um atraso apenas há muito pouco tempo esquecido.
- (n) E diz-nos a jurisprudência e doutrina que aos *contratos de cooperação com natureza colaborante* é aplicável o regime do contrato de agência tipificado no DL 117/86, de 03.07, com as alterações introduzidas pelo DL 118/93, 13.04, até no que diz respeito aos pressupostos do *direito de indemnização* de clientela previstos no art. 33 do diploma citado: em questão temos, com efeito, e segundo a matéria provada, um consentimento das partes que toma significado na categoria ampla dos contratos de distribuição comercial, os quais, não obstante a sua atipicidade legal, correspondem a perfis socialmente reconhecidos.
- (o) Por um lado, surpreendemos a obrigação assumida pelo distribuidor de promover os negócios da outra parte; por outro, a independência jurídica daquele em relação ao fabricante ou fornecedor, adentro de uma relação de duradoura simbiose, que pouco os distingue na rede distribuidora. E naquele primeiro traço reside a função econômico-social dos contratos de distribuição, enquanto que as modalidades

⁸⁸ Pinto Bronze, Fernando, op. cit., 19^a e 20^a Lição, p. 867.

⁸⁹ G. Deleuze, *Diferença e Repetição*, p. 90.

R. G. J. 12/13

promocionais do negócio da outra parte podem assumir diversíssimas arquitecturas, tais o contrato de agência, de concessão comercial ou de franquia.

- (p) Contudo, no segundo traço característico é colocada a intensidade da colaboração ou da integração dos parceiros na rede de distribuição onde se desenha o tipo de coordenação, de controlo e fiscal exercido pelos produtores ou fornecedores sobre os distribuidores.
- (q) Isto é, o contrato de distribuição redonda num contrato-quadro com a funcionalidade de integrar de forma metódica um circuito de produção/comercialização, com base numa relação jurídica duradoura, estabelecida entre diversos agentes económicos, desenvolvida depois através de contrato complementares de execução.
- (r) Entretanto, não existindo no nosso ordenamento jurídico um regime específico para os contratos de distribuição, como já se disse, cumprir-se-á prioritariamente o programa das cláusulas estipuladas entre as partes, ou das cláusulas gerais de adesão: a título subsidiário recorrer-se-á, pois, ao regime típico do contrato de agência, quando e na medida de uma justificação concreta, adstringente ao feito.
- (s) Aqui não está em dúvida que, de entre os contratos de distribuição, estamos perante uma concessão automóvel, contrato de conteúdo complexo e de execução tendencialmente duradoura, fonte de múltiplos contratos futuros, sólido no objectivo de estabelecer uma rede económica estável entre o fabricante ou fornecedor (concedente) e o distribuidor (concessionário)⁹⁰.
- (t) Vimos de cima que se tratando em espécie do direito à indemnização de clientela, radicado na cessação do contrato, podendo ser aplicada, não evidentemente por via directa e automática, o regime do contrato de agência quanto a este particular, impõe-se todavia definir os parâmetros operativos deste confronto do caso com o fragmento ordenamental convocado.
- (u) Ora, doutrinariamente a indemnização de clientela derrama do conceito de uma compensação a favor da parte atingida pela cessação do contrato, *e pelos benefícios continuados na clientela angariada ou desenvolvida*⁹¹, que prossiga.
- (v) Releva portanto em primeira linha, o factor de atracção da clientela, requisito previsto no art. 33/1.a; em segundo lugar, o destino da clientela após a cessão do contrato, requisito previsto no mesmo art., nº 1.b. No primeiro caso tem importância o grau de integração do concessionário na rede de distribuição do fabricante ou fornecedor, nomeadamente a extensão e intensidade das obrigações assumidas para desenvolvimento do contrato-quadro; no segundo, cumpre indagar sobre o destino da clientela, no sentido de saber se o fabricante ou fornecedor pode desfrutar do *acesso efectivo à clientela angariada pelo distribuidor*, e ainda que o contrato não preveja mecanismos jurídicos para operar a transferência respectiva.
- (w) Esta última possibilidade tem de ser pontuada num juízo de prognose, balizado nas circunstâncias do mercado, onde têm papel contextos factuais indiciários ou mesmo de feição conjuntural. E esta circunstância é matricial da regra do art. 34 do diploma citado, que apela a juízos equitativos e a um limite máximo a ter em conta pelo tribunal.
- (x) Em todo o caso, perante a matéria assente e estas balizas, retomando considerações já avançadas, parece haver um confortável leque de tópicos para uma decisão conscienciosa do pleito: não foi resolvido, todavia, aquele que é agora o problema final, a saber, terá ficado precluído o direito de pedir a indemnização, porque se aplica em bloco o regime do contrato de agência e, em consequência, passou o prazo

⁹⁰ Vd., para além da bibliografia já indicada, Pinto Monteiro, A., Agência e Distribuição Comercial, *Direito*, Revista da Universidade de Santiago de Compostela, III, nº1 (1994), p. 53.

⁹¹ Vd. Pinto Monteiro, A., *Denúncia de um Contrato de Concessão Comercial*, cit., p. 79.

12/14

da lei antes que a Ap.e tivesse accionado o seu direito?

- (y) Chamaremos, neste ponto, ao debate, subindo na *espiral hermenêutica*, um argumento doutrinário de António Pinto Monteiro, muito citado, de a compensação por clientela, nestes casos, andar de paredes meias com as remoções de transferências patrimoniais injustas, regime indexado, no limite, a um prazo legal para accionar, mas de 3 anos.
- (z) As diferenças substantivas entre a agência e a concessão, desde logo a diversa afinidade do concessionário, independente, do agente, que exerce por conta de outrém, indicam-nos que o prazo paralelo da regulamentação do contrato de agência não tem qualquer propriedade senão particularizada ao regime de que, em especial, faz parte. Deveras parece ser muito mais harmónico e justificado, para o caso da concessão, o dito prazo de 3 anos que nos vem do art. 482 CC: mostra-se adequado à segurança jurídica, no âmbito e alcance de um relacionamento paritário, em que o conflito, por ser mais dramático, solicita um tempo mais largo de amadurecimento institucional⁹².
- (aa) Aqui chegados, e concluindo que não nos convencem os argumentos da sentença recorrida, também não é oportuno, e insiste-se que o não é perante um debate intenso e extenso dos problemas postos, tal como ficou transcrito (ainda que com a síntese possível), não é oportuno, dizíamos, continuar a desfiar razões justificativas da opção que naturalmente vai ser tomada, de vencimento do recurso.
- (bb) Por conseguinte, estando a Ap.e em tempo de formular o pedido e verificadas as notas de facto suficientes para ser atribuída a compensação por clientela reclamada, nada mais há senão que fixá-la, segundo a equidade, nos limites da lei, tópico já aflorado também.
- (cc) E aqui a equidade prescreve-nos, como bem defende a recorrida, uma graduação da importância em metálico segundo a intensidade da *transferência* de clientela, coincidindo o máximo legal com o máximo de uma clientela exclusivamente angariada pelo concessionário para o concedente.
- (dd) Não é justamente este o ponto que nos traz a matéria assente e, por isso mesmo, *ex dono et aequo*, é estimada a compensação que a A. reclama, neste acórdão, em € 150 000,00, pesadas as visibilidades relativas das empresas, perante o máximo atendível, e a qualidade do desempenho da concessionária, tal como provada foi.
- (ee) No mais, convenhamos que a sentença de 1^a instância tinha tão bom fundamento quanto o recurso se circunscreveu ao problema agora resolvido.
- (ff) Posto isto, julgam procedente a Apelação e revogam a sentença de 1^a instância que substituem por este, condenando a R. no pagamento do montante referido em (dd), com juros desde a data da denúncia do contrato de concessão, até embolso.

VII. Custas: pela Ap.a, sucumbente.

04.03.03

Rodrigo

Hélio

Maria

Reckord

⁹² Neste particular, considere-se o teor da carta de denúncia do contrato, subscrita pelo Presidente da *Ford Lusitana*, onde anotamos os cumprimentos, de par em par, à ex-concessionária, logo convocado o nível elevado do relacionamento pessoal ao longo dos anos entre as partes.