

[Acórdãos STJ](#)

## Acórdão do Supremo Tribunal de Justiça

**Processo:** 07B3933  
**Nº Convencional:** JSTJ000  
**Relator:** SALVADOR DA COSTA  
**Descritores:** FRANQUIA  
CONTRATO DE AGÊNCIA  
CONTRATO DE CONCESSÃO COMERCIAL  
DENÚNCIA  
ILICITUDE  
ABUSO DO DIREITO  
MÁ FÉ  
RESPONSABILIDADE CIVIL  
DANO EMERGENTE  
LUCRO CESSANTE  
INDEMNIZAÇÃO DE CLIENTELA

**Nº do Documento:** SJ20071115039337  
**Data do Acórdão:** 15-11-2007  
**Votação:** UNANIMIDADE  
**Texto Integral:** S  
**Privacidade:** 1  
**Meio Processual:** REVISTA  
**Decisão:** CONCEDIDA PARCIALMENTE  
**Sumário :**

1. O contrato de concessão comercial envolve de uma relação contratual duradoura entre o concedente e o concessionário, em que este actua em nome e por conta própria, obrigando-se a promover a revenda dos produtos daquele na zona a que se reporta, e o último a celebrar com o primeiro sucessivos contratos de compra e venda e a fornecer-lhe alguns dos meios necessários ao exercício da sua actividade.
2. O contrato de franquia é aquele pelo qual o franquizador concede ao franquiado, mediante determinada contrapartida monetária inicial e subsequente, a utilização, em certa zona geográfica, sob o seu controlo de fiscalização, de marcas, nomes, insígnias, processos de fabrico ou técnicas comerciais que acompanham a negociação pelo último de bens adquiridos ao primeiro.
3. O contrato de concessão comercial rege-se pelo convencionado pelas partes contratantes, pelas normas gerais dos contratos e, com a necessária adaptação, pelas normas relativas ao contrato de agência, designadamente as concernentes à indemnização de clientela.
4. Não é válida a cláusula do contrato de concessão comercial por via da qual partes estipulam nada dever pagar o concedente por virtude da sua denúncia por sua iniciativa.
5. Age de boa fé quem o faz com diligência, zelo e lealdade correspondente aos legítimos interesses da contraparte, por via de uma conduta honesta e conscienciosa, com correcção e probidade, sem prejudicar os interesses legítimos daquela ou proceder de modo a alcançar resultados não toleráveis por uma consciência razoável.
6. A vertente do abuso do direito designada *venire contra factum proprium*, no confronto com o princípio da tutela da confiança, ocorre quando é exercido contra alguém que, com base em convincente conduta, positiva ou negativa de quem o podia exercer, confiou em que tal exercício não ocorresse e programou em conformidade a sua actividade.
7. Não é ilícita em razão de má fé ou do abuso do direito a denúncia do contrato de concessão comercial pelo concedente com pré-aviso de um ano, com vista à reorganização da sua rede de concessionários, em quadro de abertura à celebração de novo contrato de concessão dependente de acordo com outros concessionários, não obstante não ter evitado que o concessionário, em cumprimento do contrato, ainda investisse na concessão, no ano da denúncia e no anterior.
8. A aplicação analógica do regime do contrato de agência ao contrato de concessão comercial implica que a expressão *retribuição* do agente seja entendida como o rendimento líquido auferido pelo concessionário no exercício da sua actividade comercial no mencionado período.

**Decisão Texto Integral:**

## Acordam no Supremo Tribunal de Justiça

**I**

AA – Comércio de Automóveis, Ldª intentou, no dia 11 de Maio de 2001, contra BB SA, acção declarativa de condenação, com processo ordinário, pedindo a sua condenação a pagar-lhe 491 000 000\$ e juros de mora a contar da citação, a título de indemnização, 186 000 000 000\$ por danos emergentes, 105 000 000\$ por lucros cessantes e 200 000 000\$ por causa da título de indemnização de clientela.

Fundamentou a sua pretensão na circunstância de ter sido constituída em 12 de Dezembro de 1991 com vista à representação comercial de veículos automóveis da marca *Ford*, ter celebrado com a ré um contrato de concessão comercial relativo a veículos automóveis daquela marca, ter feito consideráveis investimentos em função dele, e que aquela, sem que nada o fizesse prever, o fez cessar por carta de 22 de Junho de 1999, para produzir efeitos no prazo de um ano.

A ré, em contestação, arguiu a nulidade parcial do processo por ininteligibilidade do pedido e, em quadro de impugnação, afirmou que a autora, não obstante o referido contrato, só ter ficado impedida de vender veículos e peças de qualidade inferior aos da marca *Ford*, não ter cumprido os objectivos das vendas e saber em 1998 que ela iria proceder à reestruturação da sua rede de concessionários.

A autora, na réplica, afirmou a não verificação da ininteligibilidade do pedido e justificou os cálculos dos valores peticionados, e, na audiência preliminar, julgou-se improcedente a referida excepção.

Realizado o julgamento, após as alegações de direito formuladas pelas partes, foi proferida sentença, no dia 29 de Agosto de 2004, por via da qual a ré foi condenada a indemnizar a autora no montante 233 500 000\$, sendo 91 000 000\$ a título de danos emergentes, 52 500 000\$, a título de lucros cessantes, e 90 000 000\$, a título de indemnização de clientela.

Apelou a ré, e a Relação, por acórdão proferido no dia 29 de Março de 2007, considerou não escrita a resposta ao nº 33 da base instrutória e revogou a sentença, limitando-se a condenar a apelante a pagar à apelada € 165 000 a título indemnização de clientela.

Interpuseram AA-Comércio de Automóveis Ldª e BB SA recurso de revista, a última subordinadamente, formulando a primeira, em síntese útil, as seguintes conclusões de alegação;

- não podem aplicar-se por analogia os prazos de denúncia do contrato de agência ao contrato concessão, dados os avultados investimentos e a obrigação de exclusividade do concessionário;
- está em causa a conduta da recorrida por ter conhecido, aprovado e incitado a recorrente a realizar avultados investimentos no ano que antecedeu a denúncia do contrato, sabendo que o ia denunciar no prazo de um ano;
- há responsabilidade da recorrida por quebra da confiança em termos de *venire contra factum proprium, proprium* consubstanciado no incitamento da recorrente que a levou a realizar avultados investimentos na expectativa de continuidade da representação comercial que veio a ser frustrada pela denúncia do contrato, sem possibilidade de os recuperar;
- os referidos investimentos aproveitaram à recorrida, aumentando as vendas e melhorando a sua implantação na zona, sabendo não poderem ser rentabilizados;
- a conduta da recorrida foi ilícita, por violar o princípio da boa fé na execução dos contratos e integrar uma situação de abuso do direito, pelo que deverá indemnizar a recorrente dos prejuízos que lhe causou derivados desses investimentos;
- deve indemnizá-la por danos emergentes e lucros cessantes, nos montantes de € 453 906 e € 261 868, respectivamente, com a actualização prevista no artigo 551º do Código Civil;
- ao não condenar a recorrida no pagamento destas indemnizações, violou o acórdão os artigos 334º e 762º, nº 2, do Código Civil e o princípio da responsabilidade pela confiança;

- o direito de indemnização de clientela, como princípio de ordem pública, é irrenunciável, houve substancial aumento da clientela por força da actividade da recorrente e ocorrem as causas objectivas do seu aproveitamento pela recorrida;
- verifica-se o requisito da alínea b) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, porque a recorrida se aproveitou das informações que lhe prestou sobre a clientela angariada;
- a alínea c) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, é inaplicável ao contrato em causa porque nada recebeu de retribuição após a sua cessação;
- a antecipação do termo do contrato é mera consequência da sua denúncia e destinou-se a minorar prejuízos por via de nova contratação com outra marca;
- ocorrem todos os requisitos para a atribuição à recorrente de uma indemnização de clientela a fixar em termos equitativos, por aplicação analógica do artigo 34º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho;
- relevam essencialmente para o efeito as suas margens brutas nos últimos anos do contrato equivalentes aos seus proventos abatidos do custo das mercadorias;
- em termos de equidade, a indemnização de clientela a arbitrar à recorrente deve ser fixada em € 448 918\$10, pelo que o acórdão recorrido, ao fixá-la nos termos em que o fez, violou o artigo 34º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho.

Respondeu BB, SA ao recurso interposto por AA Ldª:

- o prazo de um ano para a denúncia do contrato era suficiente para acautelar os interesses da recorrente, porque na altura já tinha cinco anos de experiência no sector automóvel, pelo que não é atentatório da boa fé;
- assumindo os riscos do contrato, entendeu investir, pelo que não pode invocar ter sido traída a sua confiança por virtude de a recorrida denunciar o contrato no prazo convencionado;
- não incentivou a recorrente a investir próximo da denúncia do contrato e o seu direito de denúncia não foi exercido em abuso do direito;
- agiu com correcção, lisura e boa fé ao dar a conhecer à recorrente ir reestruturar a sua rede de distribuição e extinguir todos os contratos de concessionário *Ford*, pelo que não estão preenchidos os pressupostos da responsabilidade pela confiança;
- a iniciativa quanto aos investimentos foi da recorrida, limitando-se a recorrente a aprová-los e, em alguns casos, a incentivá-los;
- a recorrente continuou a investir para melhorar as condições da concessão para ter melhores possibilidades de integrar a nova rede de distribuição depois da extinção do contrato;
- os investimentos feitos pela recorrente foram risco por ela livre e consciente assumido, e a recorrida não lhe criou objectivamente a confiança de que ela permaneceria na sua rede de distribuição;
- não houve abuso e/contradição na conduta da recorrida porque informou a recorrente da sua intenção de proceder à denúncia e da impossibilidade de lhe assegurar a manutenção na rede;
- a causa da maioria dos investimentos realizados em 1998 foi o cumprimento de uma obrigação contratual, o receio de que a não realização deles lhe pudesse prejudicar a continuidade na rede de concessionários *Ford*, neles não tendo tido influência, por terem sido contratados muito antes, não ser possível nem lícito o seu cancelamento, e não saber então da necessidade de reorganização da rede;
- não está preenchido o requisito *investimento de confiança, causado por esta e traduzido em actos concretos e externos*, do que depende a atribuição da indemnização sob responsabilidade pela confiança;
- respeitados os prazos legais e contratuais, sem ter havido abuso de direito, os inconvenientes da cessação do contrato não são ressarcíveis, sendo o risco próprio do contrato;
- a causa da extinção das relações contratuais não foi a denúncia, mas a decisão da recorrente de não integrar a reestruturada rede de distribuição, por não ter chegado a acordo com outras concessionárias e haver optado por ser concessionária de outra marca,
- ao acordar com a recorrida a antecipação dos efeitos da denúncia, renunciou a recorrente ao prazo de pré-aviso, abdicando do direito de indemnização que houvesse;
- ainda que fosse ilícita a denúncia do contrato, não seria ressarcível o despendido nas instalações de chapa e pintura e nas rendas e pessoal por tal custo corresponder ao cumprimento do contrato;

- como os contratos foram celebrados por tempo indeterminado, não teria a recorrente direito indemnização por lucros cessantes, nem faz sentido o pedido relativo ao ano da comunicação da denúncia;
  - se houvesse denúncia contratual ilícita, os lucros cessantes corresponderiam ao que a recorrente tivesse deixado de auferir em consequência directa da extinção do contrato e não da mera quebra da facturação no período da sua vigência;
  - como a recorrente renunciou ao prazo de pré-aviso, nunca poderia reclamar o pagamento de lucros cessantes respeitantes ao período que se seguiria à normal produção dos efeitos da denúncia;
  - os menores lucros derivados da nova contratação com outra empresa não são imputáveis à denúncia, tendo a quebra de facturação da recorrente derivado do decréscimo de vendas da marca da recorrida, pelo que ela não tem direito a indemnização por lucros cessantes.
- BB SA formulou, por seu turno, no recurso subordinado, em síntese, as seguintes conclusões de alegação:
- ao contrato em causa não pode aplicar-se o regime jurídico do contrato de agência, por não apresentar nenhum dos seus traços característicos;
  - ainda que o contrato fosse de qualificar como de concessão de comercial, e não como de franquia, não teria a recorrida direito a indemnização de clientela, porque inexistente analogia entre ele e o de agência e não haver lacuna de regulamentação;
  - a preponderância da atracção de clientela decorre da actividade da recorrente, do logótipo e do prestígio da marca e não da actividade da recorrida;
  - a norma do artigo 33º do diploma relativo ao contrato de agência não tem natureza injuntiva, podendo ser afastada pelas partes, o que ocorreu no caso por via de cláusula de exclusão;
  - como a referida cláusula de exclusão não consubstancia renúncia a direitos facultados pela lei ou contrato, não ofende o disposto no artigo 809º do Código Civil;
  - o fim da relação contratual deveu-se à decisão da recorrida de não integrar, depois da denúncia, a rede de distribuição reestruturada, rejeitando as propostas de outras concessionárias, e da antecipação daqueles efeitos por virtude do contrato celebrado com outra empresa;
  - é injusta a condenação da recorrente no pagamento da mencionada indemnização porque o principal factor de atracção da clientela foi a força atractiva da marca, ao que acresce terem as vendas pela recorrida ficado sempre aquém da média nacional;
  - como a recorrida contratou com uma concorrente, os clientes que angariou ter-se-ão para ela transferidos, o que, por recurso à equidade, deve ser considerado na fixação da indemnização de clientela;
  - deve revogar-se a condenação da recorrente no pagamento da indemnização de clientela.

Respondeu AA Ldª no recurso interposto por BB, SA, em síntese de alegação:

- os factos revelam a celebração de um contrato de concessão comercial e não de um contrato de franquia, ao qual é aplicável o regime do contrato de agência quanto à sua cessação e indemnização de clientela;
- o seu artigo 33º contém uma norma injuntiva, sendo a esfera de protecção da norma a defesa do agente na extinção do contrato, pelo que a indemnização de clientela, de ordem pública, constitui direito irrenunciável;
- estão preenchidos todos os requisitos para a atribuição da indemnização de clientela, designadamente a angariação de novos clientes e o aumento das vendas, enquanto a recorrente decrescia em termos nacionais;
- o aproveitamento da clientela resulta da fidelização dos clientes à marca na aquisição de novas viaturas e nos serviços de assistência a prestar e nas peças e acessórios a vender no parque existente, dado o natural recurso aos novos concessionários pelos proprietários das viaturas da respectiva marca;
- a força atractiva da marca da recorrente e a integração dos concessionários em estratégia de rede tomará provável que após a cessação do contrato outros eventuais concessionários se apropriem da clientela pela recorrente angariada;
- a marca pode atrair clientela mas é insusceptível de a angariar, verificando-se o requisito da alínea b) do nº 1 do artigo 33º do referido diploma, e a atribuição da indemnização de clientela depende, somente, da verificação cumulativa dessa alínea e da alínea a) do mesmo artigo;
- a causa da denúncia do contrato e da consequente abreviação do pré-aviso foi a reorganização da rede de concessionários

- as expectativas deixadas de permanência da recorrida na rede de distribuição da recorrente não dependia do acordo directo de ambas, não podendo a recusa da recorrida de ser absorvida por outra sociedade ou a antecipação dos efeitos da denúncia serem consideradas causa da cessação do contrato;
- salvo o *plafond* a que se reporta, é aplicável ao cálculo da indemnização de clientela o disposto no artigo 34º do diploma relativo ao contrato de agência quanto à sua fixação com base na equidade.

## II

É a seguinte a factualidade declarada assente no acórdão recorrido:

1. A autora é uma empresa que se dedica à comercialização de automóveis, peças e acessórios e à sua manutenção e reparação, tendo sido constituída no dia 10 de Dezembro de 1991, com vista à representação comercial dos veículos automóveis de marca *Ford*, na sequência de conversações havidas com os representantes da ré.
2. Logo após a sua constituição, a autora celebrou com a ré, em 12 de Dezembro de 1991, um contrato de concessão comercial para a comercialização e assistência de veículos automóveis de marca *Ford*, por força do qual a autora ficou impedida de comercializar veículos novos de outras marcas e peças genuínas de qualidade inferior às peças genuína de marca *Ford*.
3. Os terrenos onde a autora fixou as suas instalações era e/ou é propriedade de uma das suas sócias, nomeadamente de A. A. Silva - Imóveis, Comércio e Indústria, SA ou da Acumuladores CC, SA, estando aqueles terrenos e construções onde a autora adaptou as suas instalações ao serviço da “CC” e de outras empresas do grupo da autora.
4. A partir de 1995, a ré implementou um plano de informação designado por Gestão 2000, com informação padronizada para todos os concessionários, em que estes ficaram obrigados a fornecer mensalmente informação económico-financeira do negócio, incluindo todos os investimentos programados e realizados por áreas de exploração, custos operacionais e conta de exploração.
5. A autora *obrigou-se* expressamente a fornecer à *Ford* elementos sobre os clientes e prospecção para utilização pela *Ford*.
6. No dia 1 de Outubro de 1996, a instâncias da ré, devido à alteração do enquadramento legal da distribuição automóvel na comunidade europeia, foi celebrado novo contrato de concessão comercial, sendo um contrato-tipo, idêntico para todos os concessionários.
7. Nos termos do contrato mencionado sob 1, a autora ficou *impedida* de comercializar veículos usados ou novos de outras marcas e peças de outras marcas que não possuíssem o mesmo nível de qualidade dos da marca *Ford*.
8. A autora ficou obrigada nomeadamente a complementar a actividade publicitária e de promoção desenvolvida a nível nacional pela *Ford*, através de um esforço próprio localmente direccionado e a participar activamente nos esquemas de cooperação publicitária de base regional dos concessionários *Ford*, sempre que disponíveis; a esforçar-se por atingir os objectivos de vendas de serviços e de peças, através da promoção do serviço e da reparação e de peças genuínas a oficinas de mecânica e de chapa e pintura e a clientes retalhistas e grossistas; a manter disponíveis serviços de reparação de chapa e pintura; a assegurar a existência de um número suficiente de pessoal devidamente qualificado para cumprir as obrigações do concessionário resultantes do contrato; e a fornecer à *Ford* elementos sobre os clientes e prospecção, para utilização pela *Ford* nas suas actividades de *marketing*, campanhas e acções de serviço e para medir o índice de satisfação de cliente.
9. No contrato prevê-se a obrigação de elaboração anual de um plano de evolução de negócio, a apresentar pelo concessionário, que deveria incluir, nomeadamente, o desenvolvimento da representação do concessionário no território, especificando o número, dimensão, tipo, localização e data de abertura das instalações a afectar à actividade, sempre que apropriado, a estrutura organizacional, com o *staff* e planos previstos de formação de pessoal e sua evolução; e orçamentos de publicidade, promoção, *marketing* e prospecção e planeamento de todas as actividades.
10. Na cláusula 21ª do contrato de concessão comercial celebrado em 1 de Outubro de 1996, concede-se a qualquer das partes a faculdade de denunciar o contrato com uma antecedência de dois anos, e, excepcionalmente, permite-se a denúncia do contrato com um pré-aviso de, pelo menos, um ano, se a *Ford* decidir reorganizar a sua rede de concessionários.
11. No ponto 21.8 expressa-se “excepto na medida em que for imposto por lei, a *Ford* não

pagará qualquer compensação ao Concessionário em consequência da cessação do presente contrato, seja por que razão for”.

12. Na execução desses contratos, a autora construiu, em terreno arrendado para o efeito, as instalações necessárias para a exposição, venda, manutenção e assistência técnica aos veículos automóveis *Ford*, terreno esse com uma área coberta actual de mais de 4 000 m<sup>2</sup>, ladeando a estrada de Paço de Arcos, numa via de intensa circulação, no interior do concelho de Oeiras, cuja renda, em 1999, era de 24 102 360\$ anuais.

13. Na construção e obras nas instalações dedicadas exclusivamente à comercialização e assistência de veículos *Ford*, nos termos do contrato de concessão, foram investidos pela autora mais de 86 463 000\$00.

14. Todos aqueles investimentos constavam das informações prestadas regularmente à ré e foram por ela aprovados e acompanhados, nunca tendo havido qualquer contestação ou dissuasão por parte dela.

15. A mesma estratégia de crescimento, evidenciada nos elementos fornecidos à ré, implicou o alargamento do quadro de pessoal, com o conhecimento e aprovação da ré, nos anos de 1998 e 1999.

16. Os investimentos e aumentos de custos em equipamento e pessoal, realizados pela autora, foram feitos com autorização e conhecimento da ré.

17. No início da concessão a autora não prestava serviços de chapa e pintura e, por isso, não tinha instalações nem equipamentos para o efeito, e apenas em 1996, aquando da celebração do novo contrato é que esta última ficou obrigada a possuir esses serviços.

18. Em Março de 1998 circulava entre alguns concessionários da ré a ideia de que iriam verificar-se alterações na estrutura da rede de concessionários, e a autora pertencia aos quadros da Acoford e, por essa via, teve conhecimento de que iria haver modificação da estrutura da rede de concessionários da ré.

19. *Em data não apurada*, a ré colocou à autora e a outros dois concessionários, “Autoboavista” e “Solmotor” a possibilidade de criarem uma CMA - *Costumers Marketing Área* - e, em 16 de Julho de 1998, reuniu-se com os seus 49 concessionários, entre os quais a autora, no Hotel Tivoli, em Lisboa, para apresentar formalmente o seu conceito, e, em Janeiro de 1999, voltou a reunir-se com a autora para discussão do processo das Cma’s, nomeadamente, a mencionada possibilidade de a autora e as referidas concessionárias se juntarem e formarem uma Cma Líder.

20. A ré aceitou a possibilidade de a autora, em conjunto com outros dois concessionários, a “Autoboavista” e a “Solmotor”, virem a constituir uma sociedade que ficaria com a Cma líder da zona de Oeiras.

21. A ré enviou à autora uma carta datada de 2 de Junho de 1999, cuja cópia se encontra a folhas 152, onde se diz, entre outras coisas, que iria “a breve trecho enviar a todos os concessionários a notificação da denúncia dos respectivos contratos, que cessarão um ano decorrido o sobre a data da notificação”, e ainda “... Tivemos já ocasião de vos apresentar o chamado Projecto Cma, sem aspectos básicos e impacto na actual rede de concessionários. Apesar disso, e porque vai iniciar-se a fase de implementação, parece-nos importante recordar-vos as razões e os detalhes de tal projecto”.

22. A ré, por carta de 22 de Junho de 1999, comunicou à autora a sua decisão de *denúncia* do contrato de concessão comercial, com “efeitos no termo do prazo de um ano a contar da excepção desta carta”, na qual se diz ainda o seguinte: “Tendo-se iniciado o processo de implementação do projecto CMA, a *Ford* contactou já todos os actuais concessionários e discutiu com cada um as correspondentes perspectivas no âmbito daquele projecto, a fim de proporcionar, tanto aos futuros concessionários como àqueles dos actuais a quem não foram atribuídas CMA’s, a possibilidade de entre si negociarem e implementarem as modalidades de cooperação que acordarem. Evidentemente, a *Ford* não pode garantir aos actuais concessionários a quem não forem atribuídas CMA’s a sua manutenção dentro da rede, da mesma maneira que não pode impor aos futuros concessionários a cooperação com os primeiros. Essa cooperação ou, se for o caso, a integração deverá sempre processar-se por acordo directo entre os interessados, embora dentro do habitual sistema contratual *Ford*”.

23. A ré, em Julho de 1999, nomeou definitivamente a “Auto Industrial”, concessionária Cma para a área que tinha sido concessionada para a autora.

24. As negociações realizadas entre a autora e a “Auto Industrial”, tiveram como desfecho a rejeição por parte da autora de uma proposta apresentada pela “Auto Industrial” que consistia na sua “aquisição” e integração na Cma líder da zona de Oeiras.

25. Foram estabelecidas conversações com possíveis parceiros para constituição da CMA,

com conhecimento e apoio da ré, mesmo depois da referida notificação de denúncia, até, pelo menos, Outubro de 1999.

26. Em 19 de Outubro de 1999 a autora enviou à ré a carta cuja cópia se encontra a folhas 156, em que entre outras coisas diz: “Vimos, pois, solicitar a V. Ex<sup>as</sup>. que nos respondam com urgência, no prazo máximo de 15 dias, se desejam manter a nossa parceria com a *Ford* e em que termos”.

27. A ré enviou à autora, em 28 de Outubro de 1999, a carta cuja cópia se encontra a folhas 158, em que entre outras coisas diz: “Sem prejuízo da sua permanente disponibilidade para discutir com a AA todos os assuntos de interesse mútuo, a BB, SA não pode assegurar-lhe a continuidade da ligação à marca *Ford* se, como parece ser o caso, a própria AA não lograr acordar com a líder da CMA essa continuidade e os respectivos termos”.

28. Em 18 de Fevereiro de 2000, a autora e ré acordaram na data de 29 de Fevereiro de 2000 para antecipação do período previsto na “denúncia” para a cessação definitiva do contrato de concessão comercial, de modo a facilitar à autora a celebração de contrato de concessão comercial com outra marca.

29. A autora celebrou, no dia 18 de Fevereiro de 2000, um acordo de concessão comercial com a representante da Toyota em Portugal, mas enquanto a *Ford* comercializa anualmente em Portugal 29 400 veículos, a Toyota fica-se pelos 19 300 veículos, dados de 1999.

30. A autora, por carta de 10 de Outubro de 2000, solicitou à ré, numa perspectiva amigável, o pagamento da indemnização de clientela, bem como de uma indemnização pelos danos, ainda não completamente avaliados, com fundamento no cumprimento ilícito do contrato de concessão comercial, e a ré, por carta de 3 de Novembro de 2000, recusou o pagamento de qualquer indemnização.

31. A autora conseguiu aumentar as vendas de veículos automóveis *Ford*, de pelo menos 201 em 1993, para, pelo menos 435 em 1998, tendo obtido uma performance de vendas de peças e acessórios de 147% em 1998, tudo isto correspondendo a uma estratégia de crescimento que envolveu permanentemente investimentos de avultado montante.

32. Nos anos de 1998 e 1999, a autora investiu mais de 54 000 000\$ em instalações e equipamentos, com o conhecimento, acompanhamento e aprovação da ré, sendo mais de 30 000 000\$ nas instalações e equipamentos de chapa e pintura, mais de 7 000 000\$ na ampliação da oficina de mecânica, mais de 3 000 000\$ na exposição de usados, e mais de 1 400 000\$ em mobiliário.

33. A autora investiu mais de 30 000 000\$ em publicidade dos veículos e produtos *Ford*, sendo mais de 11 000 000\$ nos anos de 1998 e 1999.

34. Ao alargamento do quadro de pessoal nos anos de 1998 e 1999 correspondeu um agravamento de custos anuais com pessoal no valor de 33 000 000\$, dos quais, mais de 11 000 000\$ só com o pessoal para as novas instalações de chapa e pintura.

35. As novas instalações de chapa e pintura implicaram um aumento anual de rendas das instalações superior a 10 000 000\$ e custos financeiros e amortizações anuais superiores a 5 000 000\$00.

36. Os investimentos e aumentos de custos em equipamento e pessoal realizados pela autora foram feitos também com incitamento da ré.

37. A autora numa fase de acentuado crescimento desde 1995, com uma média de aumentos anuais de vendas e prestações de serviços superior a 25%, tendo mesmo quase triplicado o “Cash Flow” e septuplicado os resultados antes de impostos em 1998, como segue:

Vendas e Prestações de Serviços:

-1996/1995= + 28,4%

-1997/1996= +23,0%

-1998/1997= +13,0%

Cash Flow:

-1995 = 5.124 contos

-1996 = 27.977 contos

-1997 = 24.777 contos

-1998 = 50.895 contos.

38. Os investimentos em reconversão da marca representada não são só elevados como não produzem efeitos a curto prazo.

39. As vendas e prestações de serviços da autora diminuíram cerca de 15% (11,7% de

98/99) e o Cash Flow passou de cerca de 40 000 000\$ positivos, para mais de 19 000 000\$ negativos em 1999.

40. Só no ano de 2000, apesar de se ter conseguido reduzir os encargos com pessoal em menos 35%, para além de outras medidas de contenção de gastos, o resultado do exercício apresentou prejuízos superiores a 100 000 000\$ e teria sido muito superior se a autora não tivesse encontrado outra representação comercial como solução de recurso para minorar os prejuízos.

41. Só no ano de 2000, os prejuízos de exercício foram superiores a 96 000 000\$ e teriam sido muito superiores se a autora não tivesse sido encontrado outra representação comercial como solução de recurso para minorar os prejuízos.

42. Caso não tivesse havido a ruptura do contrato, tendo em atenção a curva de crescimento que se vinha verificando, os resultados do exercício de 1999 teriam dado em lucro superior a 45 000 000\$ e os resultados do ano de 2000 deveriam ter dado um lucro superior a 60 000 000\$.

43. O aumento de vendas de veículos pela autora, de pelo menos 201 em 1993, para pelo menos 435 em 1998, teve um volume de negócios, respectivamente, de 674 095 228\$ e de 1 856 651 259\$, sendo que este incremento de vendas deveu-se ao esforço e aos investimentos em infra-estruturas, pessoal e publicidade realizadas pela autora, e tinha tendência para aumentar, não fora a ruptura de contrato provocado pela ré.

44. A autora desenvolveu trabalho na divulgação da marca, na angariação e fidelização de clientela no seu território, a qual não se encontrava trabalhada e que se reflectiu no progressivo aumento de vendas de veículos e preços.

45. Com a cessação do contrato, a ré vai aproveitar-se desse trabalho realizado pela autora e da clientela angariada, cujos ficheiros até foram fornecidos com regularidade à *Ford*, a qual, após cada venda de veículos, até entrava em contacto com os respectivos compradores, enviando correspondência.

46. A média de volume de vendas nos anos de 1995 a 1999, efectuadas pela autora é de cerca de 1 491 000 000\$.

47. A autora, nos termos dos mencionados contratos, encontrava-se obrigada a atingir determinados objectivos de vendas de veículos, peças e serviços, sendo que esses objectivos de vendas eram fixados pela ré.

48. Entre 1992 e 1999, a autora nunca atingiu os objectivos de vendas de veículos, fixados pela Ré, tal como resulta do seguinte quadro:

ANOS	OBJECTIVOS	VENDAS EFECTIVAS	DIFERENÇA
92	239	157	66%
93	491	201	41%
94	440	354	80%
95	371	295	80%
96	510	360	71%
97	670	390	58%
98	687	435	63%
99	736	383	52%

49. Tendo em conta o número de venda anual de veículos fixado pela ré à autora e, a nível nacional, os efectivamente vendidos pela autora ficaram sempre aquém da média registada a nível nacional nos termos do seguinte quadro:

#### ANOS MÉDIA NACIONAL MÉDIA DA AUTORA DIFERENÇA

92	98%	66%	-32%
93	93%	41%	-52%
94	90%	80%	-10%
95	100%	80%	-20%

96	94%	71%	-23%
97	91%	58%	-33%
98	89%	63%	-26%
99	87%	52%	-35%

50. A ré enviou à autora, as cartas de folhas 221 a 247, datadas de 13 de Julho de 1993, 16 de Junho de 1994, 18 de Outubro de 1994, 20 de Julho de 1998, 30 de Dezembro de 1998, 12 de Abril de 1999 e 18 de Outubro de 1999, advertindo-a para os objectivos de venda não estarem a ser cumpridos.

51. A média nacional da venda de peças e acessórios, em 1998, foi bastante positiva tendo-se cifrado em 147%, pelo que a performance da autora, na venda de peças e acessórios em 1998 fortifica-se em grande parte pelas óptimas condições de mercado que se verificaram nesse ano.

52. Os salões de exposição e venda e a oficina de mecânica, após adaptação à marca Toyota, tiveram aproveitamento.

53. Apenas vinte por cento dos aos equipamentos em que a autora investiu aquando da vigência da concessão *Ford* não poderão ser reutilizáveis na concessão de outra marca de veículos, nomeadamente a Toyota.

54. Posteriormente à cessação do contrato de concessão, a ré efectuou uma auditoria às instalações da autora para inventariar o material a ser por si retomado e, após um encontro de contas, pagou à autora cerca de 24 410 989\$ pela retoma de peças e 445 019\$ pela retoma de ferramentas especiais.

55. Os anos de 1992/2000 foram anos de decréscimo para a *Ford*, na medida em que o sector industrial automóvel teve uma subida, no mercado, de 10% e, a *Ford*, teve uma descida de 6%.

56. Os investimentos atrás indicados, que foram realizados no ano que antecedeu a “denúncia”, foram contratados pela autora muito antes daquela comunicação e assumidas obrigações.

57. Dada a promoção da marca *Ford* realizada pela autora e sua integração na rede de concessionários *Ford*, a força atractiva da marca prevalece sobre o mérito do concessionário.

### III

A questão essencial decidenda é a de saber se AA Ld<sup>a</sup> tem ou não direito a exigir de BB, SA a quantia global de € 1 713 369,76.

Tendo em conta o conteúdo do acórdão recorrido e das conclusões de alegação formuladas por ambas as recorrentes, sem prejuízo de a solução a dar a uma das mencionadas vertentes prejudicar o conhecimento de outra, a resposta à referida questão pressupõe a análise da seguinte problemática:

- natureza e efeito do contrato celebrado entre as recorrentes;
- regime legal específico aplicável;
- a sua denúncia foi ou não envolvida de ilicitude?
- ocorrem ou não os pressupostos da indemnização relativa a danos emergentes e lucros cessantes?
- ocorrem ou não os pressupostos relativos à indemnização de clientela?
- adequado quantitativo de tal indemnização;
- síntese da solução para o caso-espécie decorrente dos factos provados e da lei.

Vejamos, de *per se*, cada uma das referidas subquestões.

#### 1.

Começemos pela análise da natureza e dos efeitos do contrato celebrado entre as recorrentes em 1991, que elas alteraram no dia 1 de Outubro de 1996, sob a designação *Contrato Concessionário Ford*, utilizando várias vezes os termos *concessão* e *concessionário*.

As instâncias qualificaram o mencionado contrato como sendo de concessão comercial, e assim o entende a recorrente AA, Ld<sup>a</sup>, mas a recorrente BB, SA considera tratar-se de um contrato de franquia, essencialmente por virtude de a primeira utilizar os sinais distintivos da última e de beneficiar da formação técnica por esta dos seus trabalhadores.

Ela refere que, não obstante o contrato apresentar traços característicos do contrato de concessão comercial, a sua maior semelhança é com o contrato de franquia, por virtude da utilização dos seus sinais distintivos do comércio e da disponibilização de formação aos trabalhadores.

Interpretemos, pois, as declarações negociais das partes consubstanciadas nos factos provados no confronto com as pertinentes normas jurídicas, tendo em conta o que se prescreve nos artigos 236º, n.º 1 e 238º, n.º 1, do Código Civil, bem como o que a doutrina e a jurisprudência têm recorrido sobre a matéria.

Trata-se de duas espécies do contrato de distribuição comercial, comungando do escopo de promoção autónoma, estável e onerosa por uma parte de negócios de outra, sem regulamentação específica no nosso ordenamento jurídico.

Com efeito, o concessionário e o franquiado revendem produtos ou bens do concedente e do franquiador, respectivamente, integrados na rede de distribuição dos últimos, com assistência destes, mas por sua conta e risco, em regra em determinada zona geográfica. Neste quadro, o contrato de concessão comercial tem sido caracterizado como envolvente de uma relação contratual duradoura entre o concedente e o concessionário, em que este actua em nome e por conta própria, obrigando-se a promover a revenda dos produtos do concedente na zona a que se reporta, e o último a celebrar com o primeiro sucessivos contratos de compra e venda e a fornecer-lhe alguns dos meios necessários ao exercício da sua actividade.

O contrato de franquia, por seu turno, caracteriza-se como sendo aquele pelo qual o franquiador concede ao franquiado, mediante determinada contrapartida monetária inicial e subsequente, a utilização, em certa zona geográfica, sob o seu controlo de fiscalização, de marcas, nomes, insígnias, processos de fabrico ou técnicas comerciais que acompanham a negociação pelo último de bens adquiridos ao primeiro.

A doutrina tem, porém, apontado a diferenciação estrutural dos mencionados contratos por via de determinados vectores negociais, designadamente o maior ou menor grau ou intensidade da ingerência do concedente ou do franquiador na actividade da contra-parte, isto é, na sua organização e ou planos e métodos de venda, a especificidade do objecto mediato e a particularidade da remuneração.

E, a propósito do contrato de franquia, tem salientado a vertente essencial do aproveitamento pelo franquiado de vantagens decorrentes de exploração de ideias e de conhecimentos advindos do franquiador, o mais intenso controlo deste último no confronto do primeiro e a efectiva integração deste na rede de distribuição daquele, o pagamento de determinadas quantias, inicialmente, e posteriormente de forma periódica (ANTÓNIO PINTO MONTEIRO, “Contratos de Distribuição Comercial”, Coimbra, 2001, páginas 118 a 123).

Um dos elementos relevantes da distinção entre o contrato de concessão comercial e o contrato de franquia consubstancia-se, na prática da negociação, na circunstância de o franquiado, ao invés do concessionário, assumir perante o franquiador a obrigação de utilização no seu âmbito de actividade, dos sinais do comércio ou da indústria do último, designadamente, marcas, insígnias ou nomes do estabelecimento.

A circunstância de AA, Ldª usar o símbolo *Ford* nas suas instalações e documentos, ou BB, SA lhe facultar a formação de pessoal, é insusceptível de relevar no sentido pela última pretendido, porque isso é necessariamente decorrente da envolvente relação de representação.

Tal como se concluiu no acórdão recorrido, os factos provados não revelam que AA, Ldª se tivesse vinculado a utilizar algum nome ou insígnia da titularidade de BB, SA ou a pagar à última alguma contrapartida pecuniária pela mera celebração do contrato em causa, ou a sujeitar-se a intenso controle por parte daquela no exercício da sua actividade. A referida omissão de regulamentação jurídica no que concerne a este contrato é superada pela circunstância de as partes, nos limites da lei, poderem celebrar contratos diferentes dos nela especialmente previstos, independentemente de determinada forma (artigos 219º e 405º, n.º 1, do Código Civil).

Perante o referido quadro de facto, a conclusão é no sentido de que as partes, sob a designação de *Contrato Concessionário Ford*, celebraram um contrato de concessão comercial, com a particularidade de se consubstanciar em contrato-tipo, idêntico para todos os concessionários integrados na rede de concessão da BB, SA.

Dele resultou para BB, SA a obrigação duradoura de fornecer à AA, Ldª, mediante sucessivos contratos de compra e venda, veículos automóveis e peças da marca *Ford*, e, para a última, a obrigação de pagar àquela o respectivo preço e de promover a sua venda

na zona convencionada, celebrando os respectivos contratos de compra e venda de segundo grau com clientes diversos.

2.

Continuemos, com a análise da subquestão de saber qual é o regime jurídico específico aplicável ao mencionado contrato.

No acórdão recorrido referiu-se a conformidade do prazo de denúncia com as normas comunitárias, referência naturalmente reportada ao Regulamento (CE), n.º 1475/95, de 28 de Junho, da Comissão, visto que o Regulamento (CE) n.º 1400/2002, de 31 de Julho de 2002, que entrou em vigor no dia 1 de Outubro de 2002, não estava em vigor ao tempo da denúncia em causa.

Na realidade – ponto em que as recorrentes estão de acordo – o referido Regulamento não estabelece o prazo de denúncia dos contratos de distribuição no sector automóvel, certo que visou isentar, até 30 de Setembro de 2002, a aplicação da proibição de práticas violadoras de regras da concorrência a que se reporta o n.º 1 do artigo 81.º do Tratado da União Europeia.

Como contrato atípico que é, o contrato de concessão comercial rege-se pelo convencionado pelas partes contratantes e, na sua falta, pelas normas gerais dos contratos e, se necessário, pelas normas específicas que regem sobre contratos que com ele apresentem maior analogia.

O contrato cuja estrutura apresenta maior analogia com o contrato de concessão comercial é o de agência, regulado pelo Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, alterado pelo Decreto-Lei n.º 118/93, de 13 de Abril.

Esta solução é, aliás, anunciada no exórdio do mencionado diploma, ao referir-se à possibilidade da sua aplicação por analogia, verificando-se a similitude do regime jurídico do contrato a que se reporta aos contratos de distribuição não tipificados como é o caso do contrato de concessão comercial.

Ora, resulta do referido diploma que o contrato de agência é aquele pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta de outrem a celebração de contratos de modo autónomo e estável, mediante retribuição, em certa zona ou no âmbito de determinado círculo de clientes (artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho).

É um contrato oneroso, tendencialmente estável, não necessariamente em regime de exclusividade, em que o agente, por conta do principal, em certa zona geográfica, angaria clientes, promove produtos e, sob acordo especial, celebra contratos.

A diferença entre a posição do concessionário e a do agente ocorre essencialmente porque o primeiro age em nome próprio e por conta própria, auferindo o lucro e assumindo o prejuízo decorrente da sua actividade, e o último age, em regra, em nome próprio e por conta do principal, mediante retribuição de actividade.

A similitude da estrutura do contrato de concessão comercial e de agência justifica que ao primeiro sejam aplicáveis, por analogia, algumas normas do diploma que se reporta ao último (artigo 10.º, n.ºs 1 e 2, do Código Civil).

Assim, relevam no contrato de concessão comercial em causa as declarações negociais das partes que envolvem que não contrariem normas imperativas do ordenamento jurídico e, por analogia, com as necessárias adaptações, o referido regime legal previsto para o contrato de agência.

A denúncia é permitida em relação aos contratos de agência celebrados por tempo indeterminado desde que comunicada à parte contrária por escrito e com a antecedência mínima de 90 dias, salvo convenção de prazo mais longo (artigo 28.º, n.ºs 1 e 3, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho).

Porque se trata de um acto que está na disponibilidade potestativa do denunciante, justifica-se que a lei condicione a produção dos seus efeitos ao decurso de um determinado período de tempo, dessa forma se alcançando a protecção de interesses legítimos da outra parte, que assim se pode preparar para a cessação do contrato.

Discute-se se as referidas normas são ou não aplicáveis aos contratos de concessão comercial, sob o argumento de os prazos nelas previstos serem curtos, tendo em conta que implicam investimentos superiores àqueles que os agentes têm de realizar no âmbito dos contratos de agência.

A referida questão não releva, porém, no caso vertente, visto que as partes estabeleceram um prazo de denúncia quatro vezes superior ao prazo mínimo a que se reportam as mencionadas normas que regem especificamente para o mencionado contrato de agência. Mas releva no caso vertente a problemática de saber se ao contrato de concessão

comercial em causa é não aplicável analogicamente o regime jurídico da chamada indemnização de clientela previsto para o contrato de agência, tendo em conta a estrutura das normas jurídicas e das declarações negociais envolventes.

O agente tem direito, após a cessação do contrato, a uma indemnização de clientela, desde que tenha angariado novos clientes para a outra parte ou aumentado substancialmente o volume de negócios com os já existentes, e a última venha a beneficiar consideravelmente, após a cessação do contrato, da actividade desenvolvida pelo primeiro ou este deixe de receber qualquer retribuição por contratos negociados ou concluídos, após a cessação do contrato, com aqueles clientes (artigo 33º, n.º 1, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho).

Não é, em rigor, uma indemnização, porque não depende da alegação e prova pelo agente dos danos por ele sofridos, antes se tratando, *grosso modo*, de uma compensação a seu favor após a cessação do contrato, pelos benefícios que o principal continue a auferir com a clientela pelo primeiro angariada ou desenvolvida, benefício que durante a vigência do contrato era comum a ambos e após a sua cessação só aproveita ao principal.

Destina-se, pois, a referida indemnização a compensar o agente pelas vantagens patrimoniais que o principal vai continuar a obter, findo o contrato, com a clientela por ele angariada ou desenvolvida.

A ideia é a de que só é razoável compensar o agente pelo que fez no passado na medida em que isso venha a repercutir-se directamente em benefício do principal, ou seja, quando este tenha efectivo acesso à clientela angariada pelo primeiro no quadro de uma continuidade.

Dir-se-á que o direito à indemnização de clientela se traduz na remoção de um ganho obtido pelo principal por virtude do incremento de clientela proporcionado pelo agente, e que a este se destinava, a título remuneratório, na vigência do contrato.

Confrontando o contrato de agência e o contrato de concessão comercial, verifica-se, em regra, que o concessionário, ao contrário do agente, angaria a clientela para si próprio. Mas a referida diferença, que se esbate quando o concedente tenha acesso ao registo de clientes do concessionário, não assume relevo que implique a não aplicação analógica se o concessionário agiu semelhantemente ao agente, angariando clientes, atraindo-os, e disso tenha advindo vantagem económica para o concedente.

No caso vertente, o contrato de concessão comercial incluiu uma cláusula, segundo a qual, a concessionária ficava vinculada a fornecer à concedente, para utilização desta, elementos sobre os clientes e a actividade de prospecção.

Além disso, forneceu a concessionária à concedente, com regularidade, os ficheiros dos seus clientes, a qual, após a venda dos veículos automóveis, contactava com eles, designadamente trocando correspondência.

Acresce que, por virtude da promoção da marca *Ford* por parte da concessionária e da sua integração na rede de concessionários daquela marca, a força atractiva desta marca prevalece sobre o mérito da concessionária em causa.

Os contratos de agência e de concessão comercial têm pontos significativos de estrutura comum, certo que um e outro envolvem angariação de clientes e fidelização a produtos simbolicamente ligados a determinadas marcas.

No caso concreto, considerando a factualidade acima referida, é patente a similitude entre a situação do agente, a que se reporta o Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, e a da concessionária no contrato de concessão em causa.

Em consequência, tal como foi entendido no acórdão recorrido, ao abrigo do disposto no artigo 10º, n.ºs 1 e 2, do Código Civil, justifica-se a aplicação analógica do normativo do artigo 33º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, ao contrato de concessão comercial em análise.

### 3.

Prossigamos com a análise da subquestão da licitude ou não da denúncia do contrato em causa.

Estamos perante a situação de denúncia que se consubstancia essencialmente na declaração dirigida por uma das partes à outra de não pretender a continuação da relação contratual em causa, de eficácia *ex nunc*, independentemente de justa causa (artigo 224º, n.º 1, do Código Civil).

Faculdade potestativa do denunciante, para evitar a ruptura brusca das relações das relações negociais e o conseqüente prejuízo da parte contrária, a boa fé não pode deixar de exigir, além do mais, que a denúncia só produza efeitos depois do decurso de

determinado prazo, o chamado pré-aviso.

No caso-espécie, entendeu o tribunal da primeira instância que a concessionária não podia amortizar os investimentos no período de pré-aviso e, por isso, não ser este razoável, e, conseqüentemente, ser a denúncia ilegítima, entendimento que não foi seguido pela Relação.

Para tanto, considerou o tribunal recorrido, por um lado, haver sido o prazo de pré-aviso livremente fixado pelas partes, não comportar a denúncia violação contratual, ter operado com a antecedência quatro vezes superior à prevista para o contrato de agência e observado as disposições comunitárias sobre a matéria.

E, por outro, que mesmo face aos investimentos realizados pela concessionária, ser o referido prazo razoável e ajustado ao interesse da concedente em reorganizar o mais rapidamente possível a sua rede de distribuição, e ao da concessionária para salvaguarda dos prejuízos derivados da repentina cessação do contrato.

As recorrentes convencionaram poder qualquer delas denunciar o contrato de concessão comercial em causa com a antecedência de dois anos ou de um ano se o motivo da denúncia fosse a reorganização pela concedente da sua rede de concessionários.

A concedente, sob a motivação de reorganização da sua rede de concessionários, comunicou à concessionária, por carta datada de 22 de Junho de 1999, a sua decisão de denúncia do contrato de concessão com efeitos um ano depois da sua recepção.

Utilizou, assim, o prazo especial de pré-aviso, convencionado a seu favor, justificado pela circunstância de a denúncia se inscrever no âmbito da sua reorganização da rede de concessionários.

Verificada que estava a mencionada condição de reorganização da rede concessionários, podia a concedente, em princípio, provocar a cessação do contrato de concessão em causa um ano depois da data da comunicação à concessionária da sua vontade de denúncia.

E foi o que aconteceu no caso vertente, tal como o convencionado pelas partes no âmbito da sua liberdade contratual, sem violação de qualquer normativo legal de pré-aviso, que, no caso-espécie, considerando o regime do contrato de agência, era de duração bastante inferior.

A concessionária alegou, porém, que a cessação do contrato em causa foi envolvida de má fé e de abuso do direito, e que, por isso, está envolvida de ilicitude.

Com efeito, ela funda o seu direito de indemnização por danos emergentes e lucros cessantes no instituto da responsabilidade civil por quebra da confiança envolvida pela má-fé e pelo abuso do direito na modalidade de *venire contra factum proprium*.

A doutrina interpreta a lei no sentido de que a responsabilidade civil derivada de quebra de confiança resulta essencialmente da conduta de uma parte que envolva idoneidade para gerar na outra determinada expectativa, a confiança da última nessa situação e uma sua actuação de conformidade.

A lei estabelece que no cumprimento das obrigações, assim como no exercício dos direitos correspondentes, devem as partes proceder de boa fé (artigo 762º, nº 2, do Código Civil).

Agir de boa fé é fazê-lo com a lealdade, correcção, diligência e lisura exigíveis às pessoas normais face ao circunstancialismo envolvente; abrange o comportamento integral, segundo o critério da reciprocidade, ou seja, por via de comportamento devido e esperado às partes nas relações jurídicas em que estão envolvidas.

É um imperativo que envolve não só o devedor, isto é o sujeito do dever de prestar, como também o credor no que concerne ao exercício das faculdades contidas no respectivo direito de crédito.

O conceito de boa fé a que o referido normativo se reporta é ético-objectivo e o seu conteúdo variável ou flexível e adequado no confronto das circunstâncias de cada tipo de situação.

Dir-se-á, em síntese, por um lado, ser a boa fé uma exigência do direito imposta pela necessidade de impedir que a obrigação sirva para a consecução de resultados intoleráveis para as pessoas de consciência razoável.

E, por outro, que age de boa fé quem o faz com diligência, zelo e lealdade correspondente aos legítimos interesses da contraparte, por via de uma conduta honesta e conscienciosa, com correcção e probidade, sem prejudicar os interesses legítimos daquela ou proceder de modo a alcançar resultados não toleráveis por uma consciência razoável.

Também a concessionária invoca o abuso do direito como fundamento do seu direito de indemnização pelos referidos danos no quadro da responsabilidade civil derivada da quebra da confiança.

Expressa a lei ser ilegítimo o exercício de um direito quando o seu titular exceda manifestamente os limites impostos pela boa fé, pelos bons costumes ou pelo fim social ou económico desse direito (artigo 334º do Código Civil).

Reporta-se, pois, este artigo à existência de um direito substantivo exercido com manifesto excesso em relação aos limites decorrentes do seu fim social ou económico, em contrário da boa fé ou dos bons costumes, proibindo essencialmente a utilização do poder contido na estrutura do direito para a prossecução de interesses exorbitantes do fim que lhe inere.

O fim económico e social de um direito traduz-se, essencialmente, na satisfação do interesse do respectivo titular no âmbito dos limites legalmente previstos; e os bons costumes são, *grosso modo*, o conjunto de regras de comportamento relacional, acolhidas pelo direito, variáveis no tempo e, por isso, mutáveis conforme as concepções ético-jurídicas dominantes na colectividade de referência em determinados tempo e espaço.

O seu funcionamento, como excepção peremptória imprópria de direito adjectivo que é, não depende da sua consciencialização por parte do respectivo sujeito.

O entendimento da jurisprudência, no seguimento da doutrina, tem sido no sentido de que este instituto funciona como limite ao exercício de direitos quando a atitude do seu titular se manifeste em comportamento ofensivo do sentido ético-jurídico da generalidade das pessoas em termos clamorosamente opostos aos ditames da lealdade e da correcção imperantes na ordem jurídica.

Uma das vertentes do abuso do direito é o designado *venire contra factum proprium*, no confronto com o princípio da tutela da confiança, como é o caso de ser exercido contra alguém que, com base em convincente conduta, positiva ou negativa de quem o podia exercer, confiou em que tal exercício não ocorresse e programou em conformidade a sua actividade.

Dir-se-á, nessa hipótese, que o titular do direito opera o seu exercício no confronto de outrem depois de a este fazer crer, por palavras ou actos, que o não exerceria, ou seja, depois de gerar uma situação objectiva de confiança em que ele não seria exercido.

Aproximemos do caso concreto em análise as referidas considerações de ordem jurídica. Estamos perante uma relação contratual de concessão comercial que começou no dia 12 de Dezembro de 1991, foi contratualmente alterada no dia 1 de Outubro de 1996, e terminou no dia 19 de Fevereiro de 2000, no âmbito da qual a concessionária investiu nas instalações destinadas à comercialização e assistência de veículos automóveis Ford mais de 86 463 000\$.

Mas as partes, conforme já se referiu, convencionaram, na alteração contratual ocorrida no dia 1 de Outubro de 1996, para o pré-aviso de denúncia o prazo de dois anos ou, em caso de necessidade de reestruturação da rede de concessionários por parte da concedente, o prazo de um ano.

Acresce que as partes acordaram, por via do mencionado contrato, que a concessionária completaria a actividade publicitária e de promoção desenvolvida pela concedente e manteria disponíveis serviços de reparação de chapa e pintura.

Sucedo que, em Março de 1998, a concessionária conheceu de que iria haver alteração na rede de concessionários Ford em que se integrava e, cerca de quatro meses depois, em reunião da concedente com todos os concessionários, foi-lhe dado a conhecer o projecto *costumers marketing área*, com vista à mencionada reorganização.

A partir desse momento, podia a concessionária configurar ser afectada na sua posição contratual por via da reestruturação da rede de concessionários Ford em que se integrava.

Acresce que, logo no início de 1999, a concessionária e a concedente discutiram o mencionado projecto, designadamente a possibilidade de a primeira formar, com outras duas concessionárias, uma *costumers marketing área* líder para a zona de Oeiras.

E, cerca de cinco meses depois, a concedente informou a concessionária de que iria denunciar todos os contratos com pré-aviso de um ano, chamando-lhe a atenção para o projecto *costumers marketing área*, seus aspectos básicos e impacto na actual rede de concessionários.

Vinte dias depois, a concedente comunicou à concessionária a denúncia do contrato de concessão comercial com efeitos um ano depois do seu recebimento, mencionando o decurso do processo de implementação do projecto *costumers marketing área* e o proporcionar aos actuais e futuros concessionários as modalidades de cooperação que acordarem.

A concessionária recusou a proposta da sua aquisição por uma outra concessionária Ford para participar na *costumers marketing área* líder da zona de Oeiras, e a concedente

nomeou a proponente, em Julho de 1999, concessionária *costumers marketing área* para a zona que fora da primeira.

Não obstante o referido quadro de mutação da rede geral de concessionários *Ford*, conhecida da concessionária desde o primeiro trimestre de 1998, a concessionária investiu, naquele ano e no seguinte, pelo menos 54 000 000\$ em instalações e equipamentos e 11 000 000\$ em publicidade relativa aos produtos *Ford*.

Ignora-se o tempo concreto da realização dos mencionados investimentos em cada um dos referidos anos de 1998 e 1999; mas sabe-se que os realizados em 1998 foram contratados muito tempo antes de 22 de Junho de 1999, mas não quando ocorreu a concemente contratação.

Sabe-se, ademais que os referidos investimentos foram conhecidos, acompanhados e aprovados pela concedente, e que os investimentos e o aumento de custos em equipamento e pessoal realizados pela concessionária foram feitos com incitamento da primeira.

A alteração contratual por via da qual a concessionária se vinculou a realizar os mencionados investimentos ocorreu no dia 1 de Outubro de 1996, mas ignora-se o tempo e o modo do mencionado incitamento.

A denúncia do contrato de concessão comercial em causa assume a particularidade, por um lado, de se inserir num processo plural de idêntico efeito, motivada pela necessidade de reestruturação da rede de concessionários *Ford*.

E, por outro, de prever a possibilidade de AA, Ld<sup>a</sup>, sob condição de contratação com outras concessionárias, no âmbito do projecto *costumers marketing área*, continuar envolvida na actividade de concessionária de veículos automóveis e de outros produtos da marca *Ford*.

A referida particularidade está patente na circunstância de a concessionária, cerca de três meses depois de lhe haver sido comunicada pela concedente a denúncia do contrato de concessão, a haver questionado sobre se pretendia manter a parceria *Ford* e em que termos.

Isso significa que a concessionária, não obstante a denúncia do contrato de concessão comercial em causa pela concedente, ainda não tinha perdido a expectativa de continuar parceria que então ainda as vinculava.

O quadro de facto disponível, a que se fez referência, não revela, pois, em relação à concessionária, situação de confiança nela gerada pela concedente de que não denunciaria o contrato de concessão comercial com ela celebrado.

Assim, face ao mencionado quadro de facto, a conclusão é no sentido de que a cessação do contrato de concessão comercial celebrado entre as recorrentes, por iniciativa da concedente, não foi envolvida de má fé ou de abuso do direito por parte desta última.

Em consequência, tal como foi entendido no acórdão recorrido, a conclusão é no sentido de os factos disponíveis não revelarem ter a denúncia do contrato de concessão comercial em causa sido envolvida de ilicitude.

4.

Vejam agora de ocorrem ou não no caso-espécie os pressupostos da indemnização relativa a danos emergentes e lucros cessantes pretendida pela concessionária.

Conforme resulta do acima exposto, não está verificada a ilicitude da denúncia do contrato de concessão comercial, que constitui o pressuposto básico do funcionamento da responsabilidade civil por virtude da quebra da confiança, a que se reportam os artigos 334º, 406º, nº 1, 762º, nº 2, do Código Civil e 2º e 3º do Código Comercial.

Em consequência, prejudicada fica a análise da problemática relativa aos danos e ao nexo de causalidade a que aludem os artigos 562º e 563º do Código Civil (artigos 660º, nº 2, 713º, nº 2 e 726º do Código de Processo Civil).

A conclusão é, por isso, no sentido de que a concessionária não tem direito a exigir da concedente a pretendida indemnização por danos emergentes ou lucros cessantes.

5.

Vejam agora se ocorrem ou não os pressupostos relativos à indemnização de clientela exigida pela concessionária no confronto da concedente.

Pretende a concessionária que lhe seja atribuída a compensação de clientela fixada no tribunal da primeira instância; mas a concedente entende não ter aquela direito a qualquer compensação a esse título.

Ela baseia esse seu entendimento na circunstância de o contrato em causa não ser de

concessão comercial, de não ser aplicável o regime da indemnização de clientela previsto para o contrato de agência e de a concessionária haver renunciado à indemnização.

Já acima nos pronunciámos sobre a qualificação do contrato em causa, ou seja, que se trata de um contrato de concessão comercial e que lhe é aplicável, por analogia, o regime legal da indemnização de clientela a que se reporta o artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, pelo que, quanto a esta matéria, remetemos para o que ali se deixou expresso.

Consta efectivamente do contrato em causa que “excepto na medida em que for imposto por lei, a Ford não pagará qualquer compensação ao concessionário em consequência da cessação do presente contrato, seja por que razão for”.

Assim, convencionaram as partes que a concedente não pagaria qualquer compensação à concessionária em consequência da cessação do presente contrato independentemente de qualquer motivação, excepto na medida em que tal fosse imposto por via da lei.

Trata-se de uma cláusula contratual no exclusivo interesse de uma das partes do contrato, ou seja, a favor da concedente, certo que nada foi convencionado quanto à desobrigação da concessionária.

A ressalva da mencionada cláusula revela que as partes reconheceram que ela, na pluralidade das motivações de cessação do contrato, podia envolver a violação de normas legais imperativas.

Face aos contornos da situação em análise, queda o artigo 809º do Código Civil inaplicável no caso-espécie porque a situação não é de cessação do contrato por incumprimento definitivo ou mora da concedente.

Mas isso não significa que se deva concluir no sentido da validade da mencionada cláusula, cuja consequência prática equivale à renúncia antecipada da concessionária ao seu direito de indemnização eventualmente decorrente do contrato.

Nos contratos de agência – e de concessão comercial - o agente tem, em regra, menor capacidade negocial do que o principal, motivando, por isso, o normativo do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, tendente a evitar o enriquecimento do último à custa do primeiro.

Visando a protecção da parte presumivelmente mais fraca na contratação, espécie de protecção social de certos agentes económicos, a conclusão é no sentido de que se trata de normas imperativas ou injuntivas.

E dada a similitude situacional do agente no confronto do principal e do concessionário face ao concedente, são as referidas normas aplicáveis, por analogia, conforme acima se referiu, aos contratos de concessão comercial, incluindo o que aqui está sob análise.

Como a mencionada cláusula contratual contraria as normas imperativas do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, está a mesma afectada de nulidade, embora, dada a sua estrutura e a do conjunto do clausulado, sem a consequência de tal afectação se estender para além dela (artigos 280º, nº 1 e 292º do Código Civil).

Em consequência, ao invés do que a concedente alegou, a referida cláusula contratual, só por si, não a desobriga da indemnização ou compensação de clientela a que se reporta o artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho.

Consideremos agora os requisitos ou pressupostos do direito de indemnização de clientela, a que se reportam os nºs 1 e 3 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho.

Resulta daquelas normas que tais pressupostos cumulativos se consubstanciam na angariação pela concessionária de novos clientes ou o aumento substancial do volume de negócios com os existentes, na cessação do contrato por motivos à mesma não imputáveis e na possibilidade de a concedente vir a beneficiar, após a cessação do contrato, da actividade por ela desenvolvida.

Não releva aqui o requisito negativo do direito de indemnização de clientela do agente, a que se reporta a alínea c) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, visto que retribuição nela prevista constitui um dos direitos do agente mas não se adequa à situação do concessionário.

Com efeito, tal não pode ocorrer no contrato de concessão comercial, visto que o concessionário compra ao concedente produtos para revenda, por sua conta e risco, portanto à margem de qualquer tipo de remuneração a cargo deste último a favor do primeiro.

Não há, por isso, fundamento para a aplicação analógica do disposto naquele normativo, dada a estrutura do contrato de concessão comercial, certo que o concessionário, ao invés do agente, não pode, após a sua cessação, continuar a receber comissões relativas aos

contratos em que outorgou.

Densifiquemos o conteúdo das referidas normas do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, em aproximação ao quadro de facto disponível.

O pressuposto negativo do direito à indemnização de clientela primeiramente enunciado está previsto no nº 3 do artigo 33º daquele diploma, segundo o qual não é devida qualquer indemnização de clientela se o contrato cessar por razões imputáveis ao agente – ou ao concessionário.

A concedente alegou que a cessação das relações comerciais entre ela e a concessionária ficou se ficou a dever à circunstância de a última ter decidido não integrar a reestruturada rede de distribuição da marca *Ford*.

Conforme já se referiu, a denúncia do contrato de concessão comercial em causa assumiu a particularidade de poder não implicar a cessação definitiva das relações comerciais entre a concedente e a concessionária.

Todavia, isso dependia de a concessionária acordar com outras concessionárias a integração em alguma das *customers marketing area*, o que passaria, como passou, por um complexo processo de negociação, cujos termos essenciais não são revelados pelos factos provados, que se frustrou.

E como se não conhecem os termos das negociações entre AA, Ld<sup>a</sup> e as outras concessionárias *Ford* com vista à formação da mencionada *customers marketing area*, não é ajustado à realidade qualquer argumento no sentido de que foi a concessionária, por sua iniciativa, quem originou a não continuação das relações comerciais no âmbito das *customers marketing área*.

Na realidade, o contrato de concessão comercial em análise cessou porque a concedente o denunciou exclusivamente no seu interesse, com vista a reestruturar a sua rede de concessionários.

A atitude da concessionária no sentido de antecipar o termo das suas relações comerciais com a concedente face ao prazo de pré-aviso, neste caso no interesse da primeira, apenas teve a virtualidade de antecipação temporal dos efeitos da denúncia já tornada eficaz (artigo 224º, nº 1, do Código Civil).

Está, por isso, verificado, no caso, o pressuposto negativo do direito de indemnização de clientela a que se reporta o nº 3 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho.

O segundo pressuposto do direito à referida indemnização ou compensação de clientela, previsto na alínea a) do nº 1 do artigo 33º do mesmo diploma, traduz-se na circunstância de o concessionário ter angariado novos clientes ou aumentado substancialmente o volume de negócios com os já existentes.

Estamos perante relações comerciais que se desenvolveram durante cerca de oito anos e meio, no âmbito das quais a concessionária conseguiu aumentar consideravelmente as vendas de veículos automóveis e peças da marca *Ford*.

Ela empenhou-se e desenvolveu trabalho na divulgação da marca *Ford*, operando esforço e investimento em infra-estruturas, pessoal e publicidade, angariando e fidelizando clientela na sua zona de concessão até então não *trabalhada*.

Isso reflectiu-se no progressivo aumento das vendas de veículos automóveis, peças e acessórios, tendo conseguido uma elevada *performance* negocial.

O aumento do número de veículos vendidos anualmente, triplicado entre 1993 e 1998, e de novos clientes, ficou a dever-se à actuação da concessionária no mercado automóvel.

E não releva neste ponto a relação entre o volume de negócios conseguido pela concessionária no confronto do volume de negócios da concedente, nem a influência desta na contratação daquela, que aliás é de grau desconhecido.

A conclusão é, por isso, no sentido da verificação no caso-espécie do segundo pressuposto do direito à referida indemnização ou compensação de clientela, previsto na alínea a) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho.

O terceiro requisito positivo do direito de indemnização ou compensação de clientela, previsto na alínea b) do nº 1 do aludido artigo reporta-se ao benefício que o concedente possa vir a retirar da actividade de angariação de clientela desenvolvida pelo concessionário.

O referido benefício é susceptível de ser conseguido pelo concedente, não só por via da sua exploração directa do mercado, como também por via indirecta, ou seja, através de outros concessionários que venham a operar na zona territorial em que o concessionário cessante exerceu a sua actividade comercial.

Com efeito, releva essencialmente neste ponto a circunstância de o concedente ficar em condições de continuar a usufruir da actividade anteriormente desenvolvida pelo

cessionário.

Os factos provados revelam que a concedente, após a cessação do contrato, vai aproveitar-se da clientela angariada pela concessionária, da qual teve conhecimento por via dos ficheiros que lhe foram enviados por esta última, contactando até os compradores por via do envio de correspondência.

A concedente está, por isso, em condições de poder beneficiar, por si ou através da nova concessionária, da actividade desenvolvida por AA, Ld<sup>a</sup> durante a vigência do contrato de concessão em causa, no plano da angariação de clientes, que a força atractiva da marca *Ford* só por si não justificou.

Verifica-se, assim, no caso-espécie, o terceiro enunciado requisito do direito a indemnização ou compensação de clientela a que se reporta a alínea b) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho.

Ocorrem, pois, no caso vertente, os pressupostos positivos e negativos do direito de compensação de clientela que a concessionária fez valer na acção no confronto da concedente.

E não são afectados, como é natural, pela circunstância de a concessionária passar a exercer a sua actividade relativamente a outra marca de veículos automóveis e dela extrair proventos económicos, porque desenquadrada do contrato de concessão comercial por ela outorgado com a concedente, afectado de extinção por via da denúncia operada pela última.

6.

Prossigamos com a análise da problemática do montante compensatório de clientela a pagar pela concedente à concessionária.

No tribunal da primeira instância foi considerado o direito da concessionária à compensação no montante de € 448 918,1; mas a Relação reduziu este montante para € 165 000.

A concessionária pretende o valor que lhe foi fixado no tribunal da primeira instância; mas a concedente, em argumentação subsidiária daqueloutro no sentido de a primeira não ter direito a indemnização a esse título, entende que o montante fixado pela Relação é excessivo.

É aplicável no caso vertente, neste ponto, por analogia, com a necessária adaptação, o disposto no artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho.

Expressa o mencionado artigo, por um lado, dever a indemnização de clientela ser fixada em termos equitativos, sem exceder o valor equivalente à actual calculada a partir da média anual das remunerações recebidas pelo agente durante os últimos cinco anos.

E, por outro, se o contrato tiver durado menos tempo, dever atender-se, para esse efeito, à média do período de tempo em que o mesmo esteve em vigor.

Dele resulta, pois, que a compensação de clientela deve fixar-se em termos equitativos, sendo que a média do rendimento líquido no lustro de referência funciona como limite quantitativo máximo a considerar.

Assim, o critério da fixação do montante indemnizatório relativo ao benefício da clientela é o da equidade, mas com o limite referenciado à média anual das remunerações quinquenais do agente.

A aplicação, por analogia, do regime do contrato de agência ao contrato de concessão comercial, impõe, em tema de adaptação, que a expressão retribuição, equivalente o agente ao ganho decorrente da sua actividade, seja entendida como rendimento auferido pelo concessionário no exercício da sua actividade comercial no mencionado período, ou seja, o seu rendimento líquido.

A concessionária, parte do elemento que designa por *lucro líquido* por si auferido entre 1995 e 1999, que considera corresponder à diferença entre o resultado da venda dos produtos e o seu custo, ou seja, à quantia de € 978 542.

A concedente, por seu turno, entende dever ser ponderada a força atractiva da marca *Ford* geradora da atracção da clientela, ter a concessionária ficado sempre aquém da média nacional na venda dos produtos *Ford* e beneficiar da transferência de clientes para os produtos da marca *Toyota*.

A Relação, no exercício da sua competência na fixação da matéria de facto, considerou determinado montante resultante da diferença entre o valor da venda das mercadorias e o seu custo e matérias consumidas, expressando ser o seu lucro médio da concessionária no mencionado período de cinco anos no montante de cerca € 835 486, 48.

Trata-se no caso vertente de uma das situações em que os tribunais podem julgar segundo

a equidade, ou seja, em termos de realização da justiça do caso concreto por via de maior liberdade de apreciação subjectiva por parte do julgador (artigo 4º, alínea a), do Código Civil).

A diferença entre o montante resultante da venda dos produtos *Ford* transaccionados pela concessionária, por um lado, e o custo desses produtos na origem e das matérias consumidas, por outro, é insusceptível de significar o rendimento líquido ou lucro líquido por ela auferido no mencionado período de referência.

Os factos disponíveis não revelam o referido rendimento líquido no período de tempo acima referido, indispensável para se estabelecer o limite máximo de compensação de clientela a considerar.

Mas nenhuma das recorrentes põe em causa no respectivo recurso que o referido rendimento líquido seja inferior ao montante da compensação de clientela fixado na sentença proferida pelo tribunal da primeira instância ou no acórdão proferido pela Relação.

Os factos provados não revelam a transferência de clientes fidelizados à marca da concedente para a marca Toyota; e a circunstância de a concessionária não haver atingido os objectivos contratualmente previstos não releva na determinação do *quantum* indemnizatório em causa.

Eles também não revelam o número de clientes angariados pela concessionária durante o período de vigência do contrato de concessão em causa; mas é razoável considerar o próprio relevo da marca *Ford* como factor de atracção deles para o âmbito da actividade comercial exercida pela concessionária, bem como a relatividade da fidelização de tais clientes aos produtos do sector automóvel comercializados sob a égide daquela marca. Usando de um juízo de equidade, no quadro de facto disponível, julga-se dever considerar-se que pelo menos sessenta por cento dos referidos clientes foram adquiridos por mérito próprio da concessionária e que deles pelo menos sessenta por cento continuarão fiéis aos produtos da marca *Ford*.

Perante este quadro, considerando o tempo de duração das relações comerciais entre a concedente e a concessionária, o incremento de angariação de clientela por esta última na área concessionada, o benefício que dela provirá para a concedente, julga-se adequado fixar a compensação de clientela à última devida pela primeira no montante de € 200 000.

7.

Finalmente, a síntese da solução para o caso decorrente dos factos provados e da lei. É de concessão comercial o contrato celebrado no dia 12 de Dezembro de 1991 pelas recorrentes e que elas alteraram no dia 1 de Outubro de 1996.

Dele resultou essencialmente para a concedente a obrigação duradoura de fornecer à concessionária, mediante sucessivos contratos de compra e venda, veículos automóveis, peças e acessórios da marca *Ford*, e para a concessionária a de pagar àquela o respectivo preço e de promover a sua venda na zona convencionada.

É aplicável analogicamente ao referido contrato, com as necessárias adaptações, o que se prescreve no Decreto-Lei nº 178/86, de 3 de Julho, designadamente as normas dos seus artigos 33º, nºs 1, alíneas a) e b), e 3 e 34º.

Não ocorrem no caso-espécie os pressupostos da indemnização da concessionária no quadro da responsabilidade civil baseada na confiança, porque a denúncia do contrato em causa não foi envolvida de ilicitude em quadro de má fé ou de abuso do direito.

Os factos disponíveis justificam o direito da concessionária à compensação de clientela e que o seu montante, de harmonia com juízos de equidade, seja fixado em € 200 000.

A situação não é enquadrável no artigo 551º do Código Civil relativo à actualização das obrigações pecuniárias.

Assim, procede parcialmente o recurso interposto pela concessionária, e improcede o interposto pela concedente.

Vencidas, são as recorrentes responsáveis pelo pagamento das custas respectivas, na proporção do vencimento em relação a cada um dos recursos (artigo 446º, nºs 1 e 2, do Código de Processo Civil).

IV

Pelo exposto, dá-se parcial provimento ao recurso interposto por AA-Comércio de Automóveis, Lda, nega-se provimento ao recurso interposto por BB, SA, altera-se o acórdão recorrido apenas no que concerne à compensação de clientela, que se fixa em

duzentos mil euros, mantendo-se o restante que dele consta, condena-se última no pagamento das custas relativas ao recurso que interpôs, e, quanto ao recurso interposto pela primeira, condenam-se ambas no pagamento das custas respectivas, na proporção do vencimento.

15 de Novembro de 2007.

Sa Salvador da Costa (relator)  
Ferreira de Sousa  
Armindo Luis