

Concessão comercial de veículos: equilíbrio entre a liberdade do concessionário e o poder de ingerência do concedente

Marcus Elidius Michelli de ALMEIDA*

Tatiana Dratovsky SISTER**

Priscila Oliveira Prado FALOPPA***

RESUMO: Este trabalho propõe-se a analisar as especificidades da relação de concessão comercial de veículos automotores, com enfoque no desafio de compreender o equilíbrio entre a liberdade do concessionário em realizar mudanças em sua composição societária e a necessidade de aprovação por parte da concedente, considerando a natureza *intuitu personae* inerente a contratos de colaboração. Para tanto, são apresentados comentários sobre a regulamentação aplicável aos contratos de concessão comercial e a análise doutrinária sobre a natureza típica e personalíssima. Após a apresentação de panorama doutrinário e de disposições legais aplicáveis, são apresentados resultados de pesquisa jurisprudencial referentes à legalidade da negativa de anuência por parte da montadora concedente em relação a mudanças de controle na composição societária das empresas concessionárias.

PALAVRAS-CHAVE: Contrato de concessão comercial; liberdade; razoabilidade; controle societário; anuência prévia.

SUMÁRIO: 1. Introdução; – 2. O contrato de concessão comercial no Brasil: legislação aplicável; – 3. Natureza personalíssima dos contratos de concessão comercial; – 4. Poder de ingerência pelo concedente sobre a transferência/alteração da composição societária e do corpo diretivo do concessionário; – 5. Panorama Geral da Jurisprudência; – 6. Conclusão; – Referências.

TITLE: *Automobile Dealership: Balance between the Dealer's Freedom and the Power of Interference by the Automobile Manufacturer*

ABSTRACT: *This paper analyzes the specificities of typical automobile dealership, with focus on the challenge of understanding the balance between the freedom of the dealers to make changes in their shareholding control and management body and the legitimacy of the automobile manufacturer's interference regarding the approval of these changes, based on the inherent intuitu personae nature of collaboration agreements. For this purpose, comments are presented regarding applicable regulations to automobile dealerships agreements and the doctrinaire analysis of their typical and personal nature. After presenting the doctrinal overview and relevant legal provisions, this study presents the result of a jurisprudential research regarding the legality of any opposition or refusal by the automobile manufacturer to operations involving changes in the corporate control by dealers companies.*

KEYWORDS: *Automobile dealership agreement; freedom; reasonability; shareholding control; prior consent.*

CONTENTS: 1. Introduction; – 2. Automobile dealership agreements in Brazil: applicable legislation; – 3. Personal nature of automobile dealership agreements; – 4. Dealership's transfer/change of shareholding and management body and the automobile manufacturer's right of interference; – 5. Overview of jurisprudence; – 6. Conclusion; – References.

* Professor Assistente Doutor da PUC-SP/Professor Titular Doutor da Faap. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7185-6808>. E-mail: adv_elidius@uol.com.br.

** Doutoranda em Direito Comercial pela PUC-SP/Mestre em Direito Comercial pela PUC-SP. ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1905-3617>. E-mail: tatianadra@hotmail.com.

*** Formada em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie / Especialista *lato sensu* em Direito dos Contratos pelo Insper. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8661-5738>. E-mail: priscilaoppalegre@hotmail.com.

1. Introdução

A indústria automobilística se faz presente no Brasil desde o início do século passado. No entanto, foi apenas a partir dos anos 50, após a instalação de importantes montadoras no país, que teria ocorrido o aumento exponencial do mercado de distribuição de veículos automotores e, conseqüentemente, do número de concessionárias. Desde então, e por diversos motivos, a indústria automobilística se consolidou e permanece até hoje como um dos principais setores da economia brasileira.

Até o início da década de 1980, o mercado nacional de veículos automotores não possuía regulação específica. Publicada em 28 de novembro de 1979, a Lei nº 6.729 (atualmente vigente com as alterações introduzidas pela Lei nº 8.132, de 26 de dezembro de 1990), conhecida como “Lei Renato Ferrari” ou simplesmente “Lei Ferrari”, foi promulgada com o objetivo de regulamentar a concessão comercial e trazer maior segurança jurídica ao mercado automotivo nacional.

Com a finalidade de proporcionar equilíbrio à relação entre a indústria de fabricação ou montagem de veículos automotores e respectivas redes de concessionários, que efetuam a revenda junto ao público final e prestam assistência técnica, a Lei Ferrari, entre outros pontos relevantes (que não são objeto de análise no presente estudo), estabelece alguns critérios balizadores que auxiliam na estabilidade e a segurança da relação entre as partes envolvidas.

Em entrevista concedida à Revista Dealer, no ano de 2012, o então advogado Renato Ferrari, criador da Lei, afirmou que:

Ela é diploma de um capítulo fundamental nas relações da economia como um todo, envolvendo relevantes segmentos. A sua estrutura e objetivos formam um elemento exemplar no cenário nas relações entre seus setores e constitui uma força em prol do consumidor desses bens duráveis e de sua defesa. É impensável que a Lei pudesse deixar de existir. A sua inexistência resultaria em uma fonte de danos e prejuízos de diversa natureza à produção, à distribuição e ao consumo dos bens em tela, ferindo a sua unidade sistêmica, com contínuo conflito entre partes, por falta de regras disciplinares, ditadas pela parte mais proeminente, como ocorria antes da sua conquista.¹

¹ FERRARI, Renato. Entrevista. Revista Dealer. São Paulo, ano 7, n. 42, jun./jul. 2013, p. 23. Disponível em www.fenabreve.org.br/. Acesso em: 23 set. 2023.

A Lei Ferrari delimita direitos e obrigações atribuíveis a concedente e concessionário, estabelecendo ainda hipóteses de extinção dos contratos (artigo 22) e respectivas verbas rescisórias cabíveis (artigo 23 e seguintes).

Ao mesmo tempo em que referida lei especial outorga maior autonomia aos concessionários para a gestão dos seus negócios, por outro lado, ainda assim estabelece que o exercício da atividade de concessão comercial pressupõe o atendimento a critérios de qualificação técnica, financeira e estrutural do concessionário, esperados e estabelecidos pelo concedente, como forma de proteção da marca representada.

Por ser tema recorrente em disputas judiciais entre montadoras e concessionários, a proposta deste estudo é analisar o limite e a razoabilidade de intervenções do concedente sobre a gestão do concessionário, considerando cenário específico, em que este último pretende vender/transferir a terceiro a concessão objeto dos contratos celebrados e alterar o corpo diretivo e a gestão do seu negócio.

Há precedentes dos Tribunais de Justiça pátrios que avaliam não apenas a possibilidade de o concedente estabelecer critérios de perfil e qualificação de gestores e sócios de seus concessionários, como também a possibilidade de os concedentes demandarem sua anuência prévia como condição de continuidade da relação contratual, em caso de venda/transferência de participações societárias na empresa concessionária. É de se atentar, desde logo, que referidos precedentes avaliaram situações diversificadas, de modo que, além da questão legal, os seus contextos fáticos e probatórios foram determinantes para seus respectivos julgamentos.

2. O contrato de concessão comercial no Brasil: legislação aplicável

No Brasil, o sistema de comercialização indireta, no qual o fabricante atribui a outrem a comercialização de seus produtos e a prestação de serviços pré e pós-venda, é regulamentado pelas regras gerais previstas no Código Civil, salvo no que diz respeito à comercialização de veículos automotores de via terrestre, que é regulamentada pela Lei Ferrari.

Com efeito, a Lei Ferrari regulamenta o regime de concessão comercial² entre “a empresa industrial que realiza a fabricação ou montagem de veículos automotores” (Lei Ferrari, artigo 2º, inciso I) e “a empresa comercial pertencente à respectiva categoria econômica, que realiza a comercialização de veículos automotores, implementos e componentes novos, presta assistência técnica a esses produtos e exerce outras funções pertinentes à atividade” (Lei Ferrari, artigo 2º, inciso II).

Constituem objeto da concessão comercial a comercialização de veículos automotores de via terrestre, implementos e componentes, a prestação de assistência técnica e de revisão a esses produtos e o uso gratuito de marca (Lei Ferrari, artigo 3º). Veículos automotores de via terrestre são definidos como “o automóvel, caminhão, ônibus, trator, motocicleta e similares” (Lei Ferrari, artigo 2º, inciso III). Trata-se, portanto, de contrato típico entre concedente e concessionários, conforme adverte Fábio Ulhoa Coelho:

Existe, ressaltado, uma hipótese em que a concessão mercantil é contrato típico, e, assim, as relações entre os contratantes não se guiam somente pelo pactuado entre eles, mas se submetem aos ditames prescritos na lei. Em outros termos, os empresários não são, nesse caso, inteiramente livres para dispor sobre as suas relações, estando jungidos às restrições da autonomia da vontade decorrentes do direito positivo. Cuida-se da hipótese em que o objeto da concessão é a comercialização de veículos automotores terrestres. Assim, quando o contrato vincula, de um lado, a *fábrica de automóveis* (ou de motocicletas, caminhões, tratores etc.) como concedente e, de outro, a *revendedora autorizada* como concessionária, ele é típico e está regulado da Lei n. 6.729/79 – conhecida como Lei Ferrari.³

De acordo com Silvio Venosa, “*não há que se confundir contrato de distribuição com contrato de concessão, embora ambos tenham aspectos comuns*”.⁴

²(...) 3. Necessidade prévia de estabelecer as distinções entre o contrato de distribuição autêntico - também denominado ‘contrato de concessão comercial’ - e o contrato de representação comercial.

4. Enquanto a atividade do representante comercial fica limitada ao agenciamento de propostas ou pedidos em favor do representado, sendo a respectiva remuneração normalmente calculada em percentual sobre as vendas por ele realizadas (comissões), age o distribuidor em seu próprio nome adquirindo o bem para posterior revenda a terceiros, tendo como proveito econômico a diferença entre o preço de venda e aquele pago ao fornecedor (margem de comercialização).

5. A despeito de ter o legislador utilizado a expressão ‘distribuição’ para nomear uma das modalidades dos contratos disciplinados pelos arts. 710 e seguintes do Código Civil de 2002, tais preceitos não se aplicam aos contratos de concessão comercial, conforme compreensão firmada na I Jornada de Direito Comercial realizada pelo Conselho da Justiça Federal (Enunciado nº 35).

6. A Lei nº 6.729/1979 (Lei Ferrari), não obstante dispor sobre concessão comercial, tem seu âmbito de aplicação restrito às relações empresariais estabelecidas entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre. Precedentes. (...)” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1.799.627-SP. Relator: Ministro Relator Ricardo Villas Bôas Cueva - Terceira Turma. São Paulo, 23 abr. 2019).

³ COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial*. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 3, p. 126.

⁴ VENOSA, Silvio de Salvo. *Direito Civil: Contrato em Espécie*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008. p. 306.

Nesse sentido, firmou-se o entendimento da concessão comercial se tratar de espécie contratual diferente de um contrato de distribuição, representação ou compra e venda mercantil, uma vez que o empresário concessionário adquire para si a mercadoria que irá distribuir, agindo em seu próprio nome e risco⁵, podendo obter lucro ou prejuízo na operação o que, conforme análise prévia de Rubens Requião à promulgação da Lei Ferrari, “(...) *por si só afasta a possibilidade de o nosso contrato ser classificado entre os contratos de mediação ou de intermediação (...)*”.⁶

Conforme previsto no artigo 17 da Lei Ferrari, além das disposições específicas previstas na referida lei especial, a relação de comercialização de veículos automotores de via terrestre no Brasil também está sujeita, de forma complementar e hierárquica, na seguinte ordem, às disposições da Convenção de Categorias Econômicas – “PCCE”, de convenções de marca do concedente (quando houver) e dos próprios contratos de concessão comercial celebrados entre as concedente e cada um de seus concessionários⁷. Como ensina Waldirio Bulgarelli, os contratos de concessão mercantil voltados à distribuição de veículos automotores tornaram-se típicos, através de uma lei ampla, que também trouxe inovação ao prever de forma complementar a possibilidade de se pactuar convenções para o estabelecimento de direitos e obrigações adicionais para as partes:

Trata-se de uma lei ampla, do tipo hoje conhecido como microssistema jurídico, não só conceituando o tipo de atividade como também as relações entre as partes e ditando regras para prevenir conflitos; entre estas avultam, até como originais, os acordos gerais entre as partes, chamados de convenções, observando-se duas: as convenções das categorias econômicas e as convenções de marcas, sendo que na prática algumas delas já se verificam. Ocorre, assim, uma pirâmide normativa. Integrada pela Lei, pelas convenções e pelos contratos.⁸

⁵ GOMES, Orlando. *Contratos*. 24. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2001, p. 374.

⁶ REQUIÃO, Rubens. *O Contrato de Concessão de Venda com Exclusividade: Concessão Comercial*. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, n. 7, 1972, p.26.

⁷ “RECURSO ESPECIAL. DIREITO EMPRESARIAL. LEI RENATO FERRARI. EXCEÇÃO DO CONTRATO NÃO CUMPRIDO. SÚMULAS Nº 5 E Nº 7/STJ. NÃO INCIDÊNCIA. DESCUMPRIMENTO DA AVENÇA. PAGAMENTO ANTECIPADO AO FATURAMENTO. AUSÊNCIA DE PREVISÃO NA CONVENÇÃO DE MARCAS. IMPOSSIBILIDADE. VIOLAÇÃO DO ART. 476 /CC. RESTABELECIMENTO DA SENTENÇA. (...) 2. O contrato de concessão para venda de veículos automotivos é de natureza estritamente empresarial, tipificado na Lei nº 6.729/79, denominada Lei Renato Ferrari, na qual estão estabelecidos, de forma genérica, os direitos e obrigações tanto do concedente quanto do concessionário, determinando, ainda, o regramento mínimo a ser observado pelas pessoas jurídicas contratualmente ligadas. E como se não bastasse, o citado diploma trouxe para o direito comercial uma inovação: a convenção das categorias econômicas e a convenção da marca como fontes supletivas de direitos e obrigações para os integrantes da relação contratual. (...) 5. Recurso especial provido para restabelecer a sentença.” (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3. Turma). Recurso Especial nº 1345653-SP. Relator: Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, 04 de dezembro de 2012.)

⁸ BULGARELLI, Waldirio. *Contratos Nominados – Doutrina e Jurisprudência*. São Paulo: Editora Saraiva, 1995. p. 474-476.

A concessão para a comercialização de veículos automotores de via terrestre no Brasil é, portanto, regulamentada por lei especial, complementada pela PCCE, por convenções de marca do concedente e por disposições dos contratos de concessão, na respectiva ordem.

3. Natureza personalíssima dos contratos de concessão comercial

A concessão comercial tem como finalidade a ampliação da circulação de mercadorias, de modo que o concessionário atua como uma verdadeira extensão do braço de seu concedente e sob a bandeira do concedente.

No contrato de concessão comercial, o concessionário exerce a relevante função de intermediar a relação entre o fabricante e os adquirentes dos produtos, de modo que a expertise e capacidades técnica e comercial dos seus sócios serão determinantes para exercer verdadeira representação da marca concedente perante o mercado nacional. Afinal, acredita-se que eventuais más condutas e má gestão praticadas pelos concessionários poderiam macular diretamente a imagem da marca do concedente.

Portanto, os contratos de concessão comercial possuem *natureza personalíssima*, seja por versarem sobre relação que pressupõe confiança mútua, seja pelos atributos inerentes aos sócios do concessionário, considerados na maioria das vezes determinantes no momento de sua nomeação. Diante do seu caráter *intuitu personae*, Maria Helena Diniz⁹ considera que o contrato de concessão comercial novamente não pode ser comparado ao contrato de distribuição, uma vez que este último não detém tal característica.

Nessa esteira, Paula Forgioni ressalta que o contrato que possui a natureza de um contrato relacional de trato continuado naturalmente eleva o seu grau de complexidade, uma vez que envolve valores:

Os contratos relacionais podem encerrar uma verdadeira rede de agentes econômicos, aumentando o grau de complexidade da teia de deveres e direitos contratuais. Muitas vezes, há troca de valores que não são facilmente suscetíveis de avaliação pecuniária. Enquanto nos contratos descontínuos os vínculos costumam ser breves, naqueles relacionais são levados em consideração outros elementos além do

⁹ DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*, v. 3. 6. ed., rev., ampl. e atual. de acordo com o novo Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002), o projeto de Lei nº 6.960/2002 e a Lei nº 11.101/2005. São Paulo: Saraiva, 2006.

preço, qualidade e quantidade: desempenho da outra parte, planejamento futuro etc.¹⁰

Há na doutrina o entendimento de que os contratos de concessão comercial ainda seriam marcados por uma determinada subordinação empresarial entre as partes, pois o concedente, ao figurar como parte economicamente mais forte, sendo detentor do processo de fabricação, das informações sobre o produto e da marca explorada, conseqüentemente, possuiria legitimidade para não só impor determinadas condições de contratação, como também para supervisionar as operações das empresas concessionárias.

Segundo Arnaldo Rizzardo, essa subordinação tratada por parte da doutrina não seria jurídica ou econômica, mas sim técnica e contratual. O especialista no tema afirma que *“impõe-se uma sistematização de regras e comportamentos, o que implica uma certa subordinação do concessionário ao concedente”*.¹¹

Para que o concedente não adote posturas que contrariem a livre iniciativa, propriedade privada e função social da empresa que possam interferir de forma exacerbada e abusiva no exercício da atividade empresarial dos concessionários da sua rede, é que se defende a necessidade de observância da boa-fé objetiva, presente no artigo 422 do Código Civil¹². A boa-fé contratual e objetiva serve como principal balizador para a limitação da conduta das partes, seja no que diz respeito a deveres, seja ao exercício das atividades das partes contratantes.

Ronaldo Porto Macedo Júnior, ao abordar a teoria relacional, esclarece o relevante papel da boa-fé para a continuidade das relações contratuais de tal natureza:

Isto porque as normas de integração não são apenas a promessa ou a vantagem e dependência em razão da confiança (*“reliance”*), mas também a reciprocidade, a implementação do planejamento, a efetivação do consenso, a restituição e a confiança (*“trust”*), a função de integridade, solidariedade e equilíbrio de poder e harmonização com a matriz social, conforme visto até agora. Conforme aponta REITER (*“Good Faith in Contracts”*, Valparaiso Law Review, vol. 17, p. 726): “A teoria dos contratos relacionais oferece regras sobre contratos num nível geral que a boa-fé exige, produzindo para tanto a elaboração de

¹⁰ FORGIONI, Paula A. *Contrato de distribuição*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008. p. 72-73.

¹¹ RIZZARDO, Arnaldo. *Contratos*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009. p. 767.

¹² “Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.”

regras mais específicas para as áreas especializadas em termos das mesmas normas, mas aplicáveis a cada especialidade.¹³

Assim, por consistir em contrato de natureza personalíssima, o contrato de concessão comercial de veículos automotores de via terrestre poderia estabelecer direitos e obrigações decorrentes de uma relação de confiança, boa-fé, lealdade, cooperação e exclusividade, pautada por princípios constitucionais da ordem econômica brasileira, sendo muitas vezes vedada a sua modificação unilateral sobre determinados pontos sem conhecimento prévio e anuência da parte adversa, conforme disposições não apenas da Lei Ferrari, como também de acordo com o que estiver devidamente convencionado na PCCE, nas convenções de marca do concedente e nos contratos de concessão comercial.

Nesse cenário, a imposição de requisitos a serem atendidos para nomeação de concessionários costuma ser conduta recorrente e amplamente praticada pelos concedentes.

Diante de diversas razões que podem sobrevir ao contrato de longa duração e afastar o desejo de manutenção do vínculo antes bem quisto, questiona-se *qual seria o limite e a razoabilidade de tais imposições personalíssimas impostas pelo concedente*, bem como a possibilidade e o contexto de sua recusa pelo nome de potencial interessado adquirente, caso o concessionário tenha a pretensão de vender/transferir a terceiro a concessão objeto dos contratos celebrados e alterar o corpo diretivo e a gestão do seu negócio.

4. Poder de ingerência pelo concedente sobre a transferência/alteração da composição societária e do corpo diretivo do concessionário

O artigo 16, inciso I, da Lei Ferrari¹⁴, veda ao concedente a “*prática de atos pelos quais o concedente vincule o concessionário a condições de subordinação econômica, jurídica ou administrativa ou estabeleça interferência na gestão de seus negócios; (...)*”.

Ocorre que, por outro lado, a mesma Lei relativiza a independência de gestão do concessionário, ao permitir, conforme previsto no artigo 20,¹⁵ que o contrato de

¹³ MACEDO JR., Ronaldo Porto. *Contratos relacionais e defesa do consumidor*. São Paulo: Max Limonad, 1998. p. 230.

¹⁴ “Art. 16. A concessão compreende ainda o resguardo de integridade da marca e dos interesses coletivos do concedente e da rede de distribuição, ficando vedadas:

I - prática de atos pelos quais o concedente vincule o concessionário a condições de subordinação econômica, jurídica ou administrativa ou estabeleça interferência na gestão de seus negócios; (...)”

¹⁵ “Art. 20. A concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores será ajustada em contrato que obedecerá forma escrita padronizada para cada marca e especificará produtos, área

concessão comercial estabeleça condições inerentes “*a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário*”.

Se, de um lado, o concessionário não pode se sujeitar a condições de subordinação administrativa e de gestão, de outro, a natureza personalíssima da concessão comercial permite que se convençionem limitadores ao concessionário no que diz respeito ao cumprimento de diretrizes para a administração e a gestão de suas atividades.

Balizadores principiológicos, como a *razoabilidade, a boa-fé objetiva, a liberdade econômica e a função social do contrato* devem ser adotados para a interpretação conjunta, equilibrada e harmônica dos referidos dispositivos.

Via de regra, e desde que reputados razoáveis e em conformidade com os demais princípios mencionados, a jurisprudência pátria admite a vinculação do concessionário ao atendimento de critérios qualificadores fixados pelo concedente e que devem ser atendidos por candidatos interessados em assumir o controle de concessionários (*e.g.*, experiência no segmento, ausência de atuação em negócios concorrentes, credibilidade, idoneidade, capacidade financeira etc.).

Nesse sentido, destaca-se acórdão do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, em que a necessidade de interpretação conjunta e sistemática entre os mencionados artigos 16 e 20 da Lei Ferrari foi evidenciada:

CONTRATO DE CONCESSÃO COMERCIAL DE VEÍCULOS AUTOMOTORES - RESOLUÇÃO POR JUSTA CAUSA - AÇÃO INDENIZATÓRIA - SENTENÇA DE IMPROCEDÊNCIA - INCONFORMISMO - NÃO ACOLHIMENTO - INTERPRETAÇÃO DOS ARTIGOS 16 E 20 DA LEI Nº 6.729/79 EM CONSONÂNCIA COM A RAZÃO DE SER E AS CARACTERÍSTICAS DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO - IMPUTAÇÃO DE DEVERES AO CONCESSIONÁRIO - INTERESSE DO CONCEDENTE NA IDONEIDADE DA DISTRIBUIÇÃO DE SEUS PRODUTOS, DIANTE DOS REFLEXOS GERADOS NA CREDIBILIDADE DE SUA MARCA - A VINCULAÇÃO RAZOÁVEL A UM PLANO DE AÇÃO, BEM COMO A DETERMINAÇÃO PELO FABRICANTE DE DIRETRIZES ADMINISTRATIVAS E FINANCEIRAS COADUNAM-SE COM A FUNÇÃO ECONÔMICO-SOCIAL DO CONTRATO DE DISTRIBUIÇÃO - PRAZO LEGAL MÍNIMO PARA EXTINÇÃO DAS RELAÇÕES COMERCIAIS OBSERVADO - RECURSO DESPROVIDO.

demarcada, distância mínima e quota de veículos automotores, bem como as condições relativas a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário”.

Trecho do voto:

(...) É justamente nessa linha de princípios que o artigo 16 da Lei 6.729/79, suscitado pela recorrente, deve ser interpretado, jamais em dissonância com a razão de ser e características do contrato de distribuição. Se é certo que esse dispositivo veda "a prática de atos pelos quais o concedente vincule o concessionário a condições de subordinação econômica, jurídica ou administrativa ou estabeleça interferência na gestão de seus negócios", não se pode deixar de considerar que uma tal estipulação vem ao encontro da autonomia de que, ao reverso do agente, goza o distribuidor. Não obstante, como vimos acima, o contrato de concessão de venda não deixa sem proteção o fabricante, principal interessado na preservação da boa imagem dos bens que por ele são produzidos, de tal sorte que o artigo 20 da prefalada Lei prevê ajuste "em contrato que obedecerá forma escrita padronizada para cada marca e especificará produtos, área demarcada, distância mínima e quota de veículos automotores, bem como as condições relativas a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário". Sob esse prisma, as razões despendidas no apelo não bastam para infirmar as constatações fáticas a que chegou o sentenciante, tudo a evidenciar resolução do contrato por iniciativa da parte inocente (artigo 22 da Lei nº 6.729/79), em virtude de infração aos ditames legais e contratuais. (...).¹⁶

Diante da prerrogativa presente no artigo 20 da Lei Ferrari, os artigos 3º e 4º, parágrafo 1º, da PCCE, estabelecem a necessidade de anuência prévia e escrita do concedente, caso o concessionário pretenda “*efetuar a cessão e transferência (...) especificando e qualificando o interessado adquirente e apresentando a comprovação dos requisitos*” citados no artigo 3º, de “*idoneidade moral e situação econômico-financeira satisfatória em relação à atividade da empresa objeto da transação, podendo ser acrescido em convenção de marca outros requisitos para a realização da cessão e transferência*”.

Condições sobre qualificação do concessionário; necessidade de o concedente ser prévia e expressamente comunicado sobre a intenção de cessão ou transferência de quotas ou ações do concessionário; bem como a previsão sobre a necessidade de o concedente aprovar a cessão ou transferência com base nos requisitos previamente acordados, via de regra, costumam também estar presentes e mais detalhadas nas convenções de marca e nos próprios contratos de concessão comercial celebrados entre concedente e concessionário.

¹⁶ SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (9. Câmara de Direito Privado). *Apelação Cível nº 0098948-75.2003.8.26.0000*. Relator: Des. Piva Rodrigues, 28 de maio de 2010. (acrescidos destaques ao original).

Assim, diante da interpretação conjunta e harmônica dos artigos 16 e 20 da Lei Ferrari, da PCCE, das convenções de marca e dos contratos de concessão, não seria desarrazoado afirmar que, desde que observados e atendidos os princípios norteadores das relações comerciais à situação prática, é admissível a exigência de anuência prévia por parte do concedente em processos de transferência/cessão de quotas e de controle de seus concessionários. Consequentemente e com base nos mesmos princípios, seria esperado que eventual oposição ou recusa por parte do concedente sobre referida alteração/transferência ocorra de forma razoável e justificada.

Situações de evidente abusividade e discricionariedade desproporcional e subjetiva por parte do concedente (*e.g.*, hipótese em que o concedente se opõe à transação/transferência, mesmo sendo regularmente comunicado de forma prévia pelo concessionário e o candidato interessado em adquirir a concessão comprovadamente atende a todos os requisitos qualificadores contratados) poderiam ser objeto de questionamento, conforme já restou verificado na jurisprudência.

A probabilidade de êxito de tal questionamento e o cabimento/extensão de eventual indenização, prevista na Lei Ferrari, por sua vez, dependeriam de contexto fático e probatório aplicáveis específica e individualmente a cada caso.

5. Panorama geral da jurisprudência

Na jurisprudência pátria predominante sobre o tema objeto do presente estudo, verifica-se o entendimento de que, a partir da interpretação sistemática e harmônica dos artigos 16 e 20 da Lei Ferrari e com base nos princípios da boa-fé objetiva, função social do contrato e liberdade das partes, seria legítimo ao concedente apresentar diretrizes e critérios inerentes à administração das atividades do concessionário, bem como à sua capacitação técnica e financeira, sem prejuízo ainda de especial e necessária observância à razoabilidade:

(...) a vinculação razoável a um plano de ação, *bem como a determinação pelo fabricante de diretrizes administrativas e financeiras coadunam-se perfeitamente, como visto acima, com a função econômico social do contrato de distribuição.* (...) ¹⁷

.....

¹⁷ Trecho do voto do acórdão SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (9. Câmara de Direito Privado). *Apelação nº 0098948-75.2003.8.26.0000*. Relator: Des. Piva Rodrigues, 30 de março de 2010. (acrescidos destaques ao original).

(...) *trata-se, assim, de medida de proteção da marca, dos interesses coletivos da concedente e da rede de distribuição, sendo insuficiente mera anuência de sua parte para a cessão, reclamando, isto sim, análise da capacidade econômica e financeira do pretendente a ponto de assumir os negócios da concessionária.*¹⁸

.....

Além desses elementos, o artigo 20 da Lei 6.729/79 exigiria ainda para fins de concessão comercial a previsão em contrato escrito acerca das condições relativas a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário.¹⁹

.....

É certo que nessa modalidade de contratação, quando pactuada, pode ser exigida a exclusividade na venda, além da necessidade de especificar o produto, quantidade, área e quotas de veículos, bem como o estabelecimento de requisitos financeiros e administrativos para a implementação.

É o que dispõem os art. 20 da Lei 6.729/79:

‘Art. 20. A concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores será ajustada em contrato que obedecerá forma *escrita padronizada para cada marca e especificará produtos, área demarcada, distância mínima e quota de veículos automotores*, bem como as condições relativas a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário’.²⁰

Nessa esteira, e diante da natureza personalíssima da relação, não configuraria ato abusivo a previsão contratual e em convenções de marca sobre a exigibilidade de notificação e anuência prévia do concedente para a venda/transferência da concessão do concessionário para terceiro:

(...) para que fosse possível à parte autora transferir as suas ações de acordo com os termos previstos no contrato, seria necessária notificação prévia prevista no instrumento, bem como a expressa concordância da requerida, tendo em vista o caráter *intuitu personae* do contrato, bem como o teor de suas cláusulas. (...) ²¹

.....

¹⁸ Trecho do voto do acórdão SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (32. Câmara de Direito Privado). *Apelação nº 0005835-28.2020.8.26.0564*. Relator: Des. Kiotsi Chicuta, 30 de março de 2010. (acrescidos destaques ao original).

¹⁹ Trecho do voto do acórdão RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça (15. Câmara Cível). *Processo nº 70075479691-RS*. Relatora: Ana Beatriz Iser, 09 de maio de 2018.

²⁰ Trecho da sentença RIO GRANDE DO NORTE. Tribunal de Justiça (1. Vara Cível de Paranaimirim). *Processo nº 0840789-18.2017.8.20.5001*. 03 de fevereiro de 2023. (acrescidos destaques ao original).

²¹ Trecho da sentença SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (2. Vara Empresarial e Conflitos de Arbitragem). *Processo nº 1052067-52.2019.8.26.0100*. 30 de março de 2022.

(...) Em relação à inserção de novos sócios na concessionária para buscar a capitalização do negócio - mormente considerando que, pelo conteúdo probatório, a situação econômica da demandante já se encontrava complicada, tendo, inclusive sido conversado sobre o pagamento das dívidas que a deixaram inadimplente, não há postura censurável da demandada, tendo em vista que é de seu interesse, e era de conhecimento da concessionária, que a incorporação de outras pessoas na sociedade dependeria de prévia aprovação da montadora, a qual pode rejeitar se não vislumbradas condições satisfatórias ao desenvolvimento das atividades, ante a falta de revelação de capacidade empresarial dos nomes propostos, como foi feito neste caso.²²

.....

(...) aí a prova irrefutável de que, primeiro, sabiam os autores também da necessidade de concordância da montadora para transferência de concessão e, depois, concordaram na manutenção daquela situação de fato até que “a Yamaha permitisse a alteração societária.”²³

.....

DECLARATÓRIA. Inexistência de justa causa para a rescisão do contrato de concessão comercial de veículo automotor por parte da montadora VW - Fundamento em infração contratual, eis que teriam os autores adquirido outra concessionária, em outra cidade, sem anuência prévia e expressa da montadora, conforme cláusula expressa na avença - Pedido alternativo de indenização por danos morais e materiais. Conjunto fático-probatório que demonstra que a montadora não tinha ciência da transferência das quotas sociais da empresa ACIL para os autores Infração contratual caracterizada Cerceamento de defesa inócurren - Improcedência da ação mantida - Procedência da reconvenção para condenar os autores no pagamento do montante de 5% do valor total das mercadorias adquiridas nos quatro meses anteriores ao dia do encerramento do contrato, em favor da montadora-ré. Recurso dos autores desprovido.

Trechos do voto:

“Também é fato incontroverso, pelos termos da cláusula 11^a, item 2, e cláusula 11^a item 7, “c”, do pacto comercial firmado, que a alienação dos direitos relativos ao contrato de concessão coma montadora, ou mesmo a alteração societária da empresa concessionária, dependia de prévia anuência, por escrito, da concedente, a Volkswagen.

²² Trecho do voto SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (2. Câmara de Direito Privado). *Apelação nº 9156205-89.2009.8.26.0000*. Relator: Des. Álvaro Passos, 30 de março de 2010.

²³ Trecho do voto SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (2. Câmara Reservada De Direito Empresarial). *Apelação nº 0013671-58.2012.8.26.0297*. Relator: Des. Caio Marcelo Mendes de Oliveira, 11 de dezembro de 2017.

(...)

Na hipótese, vê-se que a montadora advertiu os autores sobre a necessidade de se obter sua prévia anuência para concretização do negócio. Logo, não se pode admitir o argumento exposto nas razões recursais.²⁴

.....

(...) na espécie em exame, diversamente da dicção legal, o que há é rescisão do contrato, nele prevista expressamente, para uma situação radical de ruptura, isto é, a transferência da concessão, por sua natureza de realização "*intuitu personae*", sem que autorizada por escrito pela empresa concedente.²⁵

Ainda sobre a necessidade de anuência prévia do concedente em atos de disposição/transferência da concessão comercial, destaca-se julgado do Tribunal de Justiça do Estado Mato Grosso do Sul em que, diante da ausência da referida concordância, restou confirmada a negativa do pedido de penhora formulado pela parte credora sobre a concessão de marca firmada entre a devedora e a montadora de veículos, por se tratar de direito indisponível:

Ademais, por se tratar de um contrato bilateral, para ocorrer a concessão da marca é de suma e vital importância a anuência de ambas as partes. Desse modo, caso a empresa Ford Motors não concordar, não existe direito disponível, nem da Divalli, nem de sua sucessora e nem de José Clementino Pereira ou de qualquer outro particular.²⁶

Em caso julgado pelo Tribunal de Justiça do Estado do Paraná, restou observada ainda situação em que, após o concedente promover a resolução do contrato em razão da alteração do quadro societário de um concessionário, foi comprovado que, na verdade, a sua anuência sobre a operação tinha sido previamente concedida, importando sua conduta, portanto, em postura contraditória e abusiva:

Todavia, antes de ocorrer a denúncia pela resolução do contrato, as partes realizaram tratativas para a regularização das pendências financeiras e retomada das atividades comerciais, *com a proposta de mudança do quadro societário da empresa autora, o que foi aceito pela ré, conforme se vê dos documentos de negociações entre a autora e a Honda, com cartas de intenção e opção de venda,*

²⁴ SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (27. Câmara de Direito Privado). *Apelação Cível nº 9177943-07.2007.8.26.0000*. Relator: Claudio Hamilton, 19 de junho de 2012. (acrescidos destaques ao original).

²⁵ Trecho do voto SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (5. Câmara de Direito Privado). *Agravo de Instrumento nº 0012577-79.2001.8.26.0000*. Relator: Des. Marcus Andrade, 18 de abril de 2001.

²⁶ Trecho do voto MATO GROSSO DO SUL. Tribunal de Justiça (2. Câmara Cível). *Agravo de Instrumento nº 1410854-34.2018.8.12.0000*. Relator: Des. Nélio Stábile, 28 de fevereiro de 2019.

incluindo anuência da concedente na transferência integral das quotas sociais da WDD Comércio de Motos Ltda. (...)

Ademais, a prova oral produzida nos autos demonstra que antes da notificação da extinção do contrato, as partes estavam tratando a continuidade do negócio com a regularização das pendências constatadas e mudança do quadro societário da empresa autora. Daí a razão pela qual o magistrado singular concluiu acertadamente que: *'A negativa posteriormente apresentada um venire contra factum proprium e resulta em abusividade que deve ser combatida, de forma a reconhecer não só a validade como a própria manutenção do contrato'*. (...) *conclui-se que a intenção da concedente de rescindir o contrato foi ilegal e indevida, uma vez que contraditória ao seu comportamento anterior de dar a oportunidade de regularização da autora.*²⁷

Nesse sentido, espera-se que eventual negativa do concedente para venda/transferência da concessão pelo concessionário seja justificada, conforme os julgados a seguir destacados:

(...) está claro ante o teor da contestação que houve oposição, e como o mesmo grupo assumiu a concessionária da autora na barra da tijuca por valor muito menor, a oposição foi injustificada nos termos da convenção retro mencionada. Como a oposição ao negócio foi injustificada a ré responde por danos morais, nos termos da Súmula 227 do STJ: "a pessoa jurídica pode sofrer dano moral."²⁸

.....

(...) em outras palavras, aduziram os autores que a parte adversa se opôs, injustificadamente, à venda do estabelecimento comercial, no ano de 1995. Porém, tal assertiva não restou comprovada nos autos, visto que inexistente documento retratando o interesse de terceiro na aquisição do grupo empresarial ou mesmo a suposta recusa da ré em autorizar a transação (...).²⁹

Assim, caso seja verificada negativa injustificada (ou inércia) pelo concedente, há na jurisprudência precedentes que atribuem ao concessionário o direito de ser indenizado por danos materiais, conforme previsto nas hipóteses de resolução da Lei Ferrari (e até mesmo morais), desde que comprovada a existência: (a) da efetiva proposta de compra pelo candidato interessado na concessão; (b) do preenchimento dos requisitos exigidos

²⁷ Trecho do voto PARANÁ. Tribunal de Justiça (6. Câmara Cível). *Apelação nº 0004919-38.2004.8.16.0174*. Relator: Ricardo Augusto Reis de Macedo, 18 de outubro de 2022. (acrescidos destaques ao original).

²⁸ Trecho do voto SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (8. Câmara de Direito Privado). *Apelação nº 38 9.348-4/0-00*. Relator: Des. Ribeiro Da Silva, 28 de maio de 2008.

²⁹ Trecho do voto SÃO PAULO (Estado). Tribunal de Justiça (26. Câmara de Direito Privado). *Apelação nº 1101958- 0/5*. Relator: Des. Andreatta Rizzo, 5 de maio de 2008.

de qualificação e idoneidade do interessado; (c) da negativa injustificada (ou inércia) pelo concedente; e (d) de efetivo prejuízo verificado em razão da negativa (ou inércia).

6. Conclusão

O contrato de concessão para comercialização de veículos automotores de via terrestre no Brasil encontra-se tipificado na Lei Ferrari, na qual estão estabelecidos, os direitos e obrigações gerais que deverão ser observados tanto pelo concedente, como pelo concessionário.

A Lei Ferrai traz para o direito comercial um cenário próprio ao prever e autorizar, mediante sujeição hierárquica e na respectiva ordem, a convenção das categorias econômicas, as convenções de marca e os próprios contratos de concessão, como fontes complementares e regulatórias de direitos e obrigações para os integrantes da relação contratual.

Por consistir em contrato de natureza relacional ou personalíssima, conforme entendimento de relevante parte da doutrina e jurisprudência, a relação de concessão comercial, via de regra, pressupõe confiança mútua, posto que sua celebração toma em apreço algumas qualidades específicas dos sócios do concessionário no momento da contratação, como especialidade e competência no setor, além de credibilidade e idoneidade no mercado, características essas que, na maioria das vezes, são determinantes no momento de sua nomeação.

Diante de tais características inerentes ao contrato de concessão comercial, ainda que o legislador tenha atribuído maior proteção ao concessionário no texto da referida lei especial, parte supostamente mais fraca da relação contratual, nota-se que a doutrina e jurisprudência já manifestaram o entendimento de que seria legítimo ao concedente exigir o preenchimento de diretrizes e critérios inerentes à administração das atividades do concessionário, bem como de capacitação técnica e financeira. Tudo isso, a partir da interpretação sistemática e harmônica dos artigos 16 e 20 da Lei Ferrari e com necessária ressalva e observância aos princípios da razoabilidade, boa-fé objetiva, função social do contrato e liberdade das partes.

Do mesmo modo, entende-se que a exigência de notificação e anuência prévia do concedente para a transferência/alteração do controle acionário de seus concessionários para terceiros (conforme previsto nos artigos 3º e 4º, parágrafo 1º da PCCE, e sem

prejuízo de disposições complementares que venham a constar nas convenções e marcas e nos próprios contratos), não configuraria ato abusivo.

No entanto, no cenário hipotético de eventual recusa e oposição pelo concedente sobre a transferência/cessão do controle acionário de seus concessionários para terceiros, espera-se que tal negativa ocorra de forma razoável e justificada, para que não reste configurada situação de abusividade e discricionariedade desproporcional e subjetiva por parte do concedente.

Afinal, conforme verificado pela jurisprudência, mesmo diante do atendimento dos requisitos de qualificação pelo interessado adquirente e da notificação prévia do concessionário visando a sua anuência, a recusa injustificada pelo concedente ou a sua mera inércia poderiam ser objeto de questionamento judicial, sendo a que a probabilidade de êxito e o cabimento/extensão de eventual indenização dependeriam da análise do conjunto fático e probatório específicos no caso a caso.

Referências

BULGARELLI, Waldirio. *Contratos Nominados – Doutrina e Jurisprudência*. São Paulo: Editora Saraiva, 1995.

COELHO, Fábio Ulhoa. *Curso de direito comercial*. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. v. 3.

DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*, v. 3. 6. ed., rev., ampl. e atual. de acordo com o novo Código Civil (Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002), o projeto de Lei nº 6.960/2002 e a Lei nº 11.101/2005. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERRARI, Renato. Entrevista. *Revista Dealer*. São Paulo, ano 7, n. 42, jun./jul. 2013, p. 21-24. Disponível em www.fenabrave.org.br/. Acesso em: 22 set. 2023.

FORGIONI, Paula A. *Contrato de distribuição*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

GOMES, Orlando. *Contratos*. 24. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2001.

MACEDO JR., Ronaldo Porto. *Contratos relacionais e defesa do consumidor*. São Paulo: Max Limonad, 1998.

REQUIÃO, Rubens. *Contrato de Concessão de Venda com Exclusividade: Concessão Comercial*. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, n. 7, 1972.

RIZZARDO, Arnaldo. *Contratos*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2009.

VENOSA, Silvio de Salvo. *Direito Civil: Contrato em Espécie*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Como citar:

ALMEIDA, Marcus Elidius Michelli de; SISTER, Tatiana Dratovsky; FALOPPA, Priscila Oliveira Prado. Concessão comercial de veículos – equilíbrio entre a liberdade do concessionário e o poder de ingerência do concedente. **Civilistica.com**. Rio de Janeiro, a. 13, n. 1, 2024. Disponível em: <<https://civilistica.emnuvens.com.br/redc>>. Data de acesso.

