

Supremo Tribunal de Justiça
Processo nº 723/17.5T8BJA.E1.S1

Relator: JOÃO CURA MARIANO

Sessão: 08 Setembro 2021

Votação: UNANIMIDADE

Meio Processual: REVISTA

Decisão: CONCEDIDA PARCIALMENTE

CONTRATO DE CONCESSÃO COMERCIAL

CONTRATO DE AGÊNCIA

ANALOGIA

INDEMNIZAÇÃO DE CLIENTELA

REQUISITOS

CÁLCULO DA INDEMNIZAÇÃO

EQUIDADE

COMPENSAÇÃO DE CRÉDITOS

DENÚNCIA

AVISO PRÉVIO

PRAZO RAZOÁVEL

INCUMPRIMENTO

BOA FÉ

DIREITO À INDEMNIZAÇÃO

Sumário

I - Embora seja questionável uma aplicação “cega” do regime do contrato de agência ao contrato de concessão comercial, a sua sedimentação nas decisões dos nossos tribunais conferiu-lhe um grau de vinculação e de confiança dos destinatários na sua observância, que essa operação integrativa quase se impõe por stare decisis, dificultando, se não impedindo, o funcionamento de um sistema móvel, dotado da flexibilidade necessária a permitir o seu afastamento, face às específicas particularidades dos concretos contratos de concessão comercial.

II - Essa aplicação analógica abrange a possibilidade do reconhecimento ao concessionário de uma indemnização de clientela aquando da cessação do contrato.

III - A simples angariação significativa de uma clientela estável para os produtos da concedente, pela ação da concessionária, durante a execução do contrato de concessão que, no termo deste, permita prognosticar a

continuação da sua ligação aos produtos da concedente, é suficiente para que se possa concluir pela verificação de um benefício justificativo do pagamento de uma indemnização de clientela, não sendo necessário demonstrar que o número de clientes no termo do contrato é superior ao que existia no seu início.

IV - O valor da indemnização de clientela deve ser fixado com recurso a um juízo de equidade, com o teto imposto pelo art. 34.º do DL n.º 178/86.

V - A existência deste teto não significa que o valor da indemnização deva com ele coincidir ou sequer que ele seja um ponto de partida de um percurso descendente, a percorrer pelo juízo equitativo, com vista a encontrar esse valor. Ele apenas deve intervir, se e quando, o valor apurado como resultado do juízo de equidade o ultrapasse, competindo ao concedente a sua prova, dado tratar-se de um facto modificativo do direito de indemnização do concessionário.

VI - A denúncia pelo concedente de um contrato de concessão comercial sem prazo, deve ser antecedida de um pré-aviso comunicado com um prazo cômputo.

VII - Se a exigência deste pré-aviso pelo art. 28.º do DL n.º 178/86, tem sido aplicada, por analogia, ao contrato de concessão comercial, já quanto aos prazos em que ele deve ter lugar que constam do referido preceito legal, quer a jurisprudência, quer a doutrina, têm sustentado que, tendo em conta a maior dimensão dos meios investidos na atividade distribuidora, o concessionário necessita de mais tempo para reorientar a sua atividade, pelo que esses prazos, no contrato de concessão, devem ser mais longos, funcionando os previstos no art. 28.º do DL n.º 178/86, de 03-07, como prazos mínimos.

Texto Integral

*

I - Relatório

A Autora propôs a presente ação declarativa de condenação, com processo comum, contra a Ré, formulando, os seguintes pedidos

1 - Condenação da Ré a pagar à Autora uma indemnização de clientela de € 740.410,37, nos termos dos artigos 33.º e 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, e, a título subsidiário relativamente ao pedido de indemnização de clientela, o pagamento de € 740.410,37, com fundamento no instituto do enriquecimento

sem causa, a ser adotado pelo tribunal o juízo de equidade proposto na petição inicial;

2 - Condenação da Ré a pagar à Autora, nos termos do artigo 29.º, n.º 2, do Decreto-Lei n.º 178/86, a quantia de € 532.701,19, a título de indemnização dos lucros cessantes e danos emergentes decorrentes da insuficiência de pré-aviso de denúncia do contrato;

3 - Condenação da Ré a pagar à Autora, nos termos do artigo 798.º do Código Civil e do artigo 32.º, n.º 1, do Decreto-Lei n.º 178/86, uma indemnização de € 40.000 por danos diretos e indiretos, atuais e futuros, certos e eventuais, à reputação, credibilidade e idoneidade da Autora, resultantes da violação do princípio da boa fé contratual pela ré;

4 - Condenação da Ré a pagar à Autora os juros de mora que, à taxa legal, se vencerem sobre a quantia reclamada no ponto 1, desde a data do recebimento do pedido de indemnização de clientela apresentado pela Autora, ou seja, desde 01.04.2017, até integral pagamento;

5 - Condenação da Ré a pagar à Autora os juros de mora que, à taxa legal, se vencerem sobre as quantias reclamadas nos pontos 2 e 3, desde a citação até integral pagamento.

Fundamentou a dedução destes pedidos na denúncia pela Ré, sem a antecedência adequada, do contrato de concessão comercial que vigorava entre as partes.

A Ré contestou, pugnando pela improcedência da ação.

Em reconvenção, pediu a condenação da Autora a pagar-lhe a quantia de € 172.235,74, acrescida de juros vencidos e vincendos até integral pagamento.

Baseou este pedido na falta de pagamento de produtos fornecidos à Autora.

A Autora replicou, concluindo no sentido da improcedência da reconvenção.

A Ré reduziu o pedido reconvenicional para o montante de € 35.130,31.

Realizou-se a audiência final, na sequência da qual foi proferida sentença que julgou a ação parcialmente procedente e a reconvenção totalmente procedente, e, em consequência:

- *Condenou a Ré a pagar à Autora a quantia de € 4.362,14, acrescida de juros de mora vincendos até efetivo e integral pagamento, a título de indemnização de clientela;*
- *Condenou a Ré a pagar à Autora a quantia de € 2.554,50, acrescida de juros de mora vincendos até efetivo e integral pagamento, pela insuficiência de pré-aviso de denúncia do contrato;*
- *Absolveu a Ré do demais peticionado;*
- *Condenou a Autora a pagar à Ré a quantia de € 35.130,31, acrescida de juros de mora vencidos e vincendos até efetivo e integral pagamento*

Quer a Autora, quer a Ré interpuseram recurso da sentença.

A Autora, pedindo que a Ré fosse condenada a pagar as quantias de € 740.410,37, a título de indemnização de clientela, acrescida de juros de mora vencidos e vincendos, e de € 466.081,76, a título de indemnização, por insuficiência de pré-aviso de denúncia do contrato, reconhecendo-se ainda a compensação do primeiro destes créditos com a quantia que a Autora foi condenada a pagar pela sentença recorrida.

A Ré, pedindo a absolvição das quantias indemnizatórias que havia sido condenada a pagar.

Foi proferido em 11.02.2021 acórdão pelo Tribunal da Relação que decidiu:

- *Julgar parcialmente procedente o recurso interposto pela Autora, condenando a Ré a pagar, a esta última, uma indemnização, nos termos do artigo 29.º, n.º 2, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 03.07, pelos danos decorrentes da insuficiência de pré-aviso da denúncia do contrato, no montante de € 4.847,68, acrescido de juros de mora, à taxa supletiva legal, contados desde a citação até integral pagamento;*
- *Julgar parcialmente procedente o recurso interposto pela Ré, absolvendo-se esta última do pedido de pagamento de uma indemnização de clientela ou de quantia equivalente a título de enriquecimento sem causa, de pagamento de juros de mora sobre tal indemnização e de compensação entre a mesma indemnização e a quantia que a Autora foi condenada a pagar-lhe.*

Desta decisão recorreram para o Supremo Tribunal de Justiça, a Autora e, subordinadamente, a Ré.

A Autora concluiu as suas alegações do seguinte modo:

1a.- Na letra da primeira parte da alínea a) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86, «O agente tenha angariado novos clientes para a outra parte» não está escrito: «O saldo entre clientes angariados e perdidos pelo agente tem de ser positivo»; «além de positivo deverá ser significativo»; «um aumento percentual do número de clientes entre o momento do início da execução do contrato e o da cessação deste», nem sequer está quantificado o número angariado de novos clientes para a outra parte.

2a.- Na letra dessa primeira parte da alínea a) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86 não está escrito que o saldo positivo significativo, em termos de número de novos clientes angariados para a outra parte, tem de ser concretizado: «Em função do tipo de mercado em que o agente atua», «em função do valor unitário dos produtos comercializados pelo agente», e «em função da natureza dos clientes a quem os comercializa e da volatilidade destes».

3a.- A interpretação, que a fundamentação jurídica do acórdão recorrido fez da letra dessa primeira parte da alínea a) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86, no sentido em que para se a ter por preenchida era exigível a prova: Do saldo positivo e significativo entre clientes angariados e perdidos pelo agente; de um aumento percentual substancial do número de clientes entre o momento do início da execução do contrato e o da cessação deste; e que a concretização desse saldo fosse feita em função do valor unitário dos produtos comercializados pelo agente, da natureza dos clientes a quem os comercializa e da volatilidade destes, para a aplicar ao contrato de concessão comercial dos autos, violou a letra dessa norma e o disposto nos n.ºs 2 e 3 do artigo 9.º do Código Civil.

4a.- A inexistência de prova do número de clientes angariados para os produtos da concedente na área do contrato de concessão, aquando do início da actividade pelo concessionário, não constitui facto impeditivo para o preenchimento dessa primeira parte da alínea a) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86.

5a.- A prova dessa primeira parte, «O agente tenha angariado novos clientes para a outra parte», fica feita pela angariação de, apenas, dois novos clientes.

6a.- Os factos provados nos n.ºs 40, 43 e 45, de que se socorreu a fundamentação jurídica do acórdão recorrido para decidir que a Autora não

fez prova desta primeira parte da alínea a) do n° 1 do artigo 33° do Decreto-Lei n° 178/86, por si sós são suficientes para a ter por provada, conforme se demonstrou nas páginas 24 e 25 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.

7a.- *Os factos provados nos pontos n°s 25, 26, 41, 42, 44, 46, 52 e 53, que a fundamentação jurídica do acórdão recorrido desconsiderou, constituem prova bastante para ter por verificada a prova feita pela Autora dessa primeira parte daquela alínea a), conforme se demonstrou desde a página 25 à página 27 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

8a.- *Os factos provados nos pontos 47, 48, 49, 50 e 51, que a fundamentação jurídica do acórdão recorrido desprezou, constituem prova bastante de que, só em eventos, a Autora angariou novos clientes para os produtos da Ré, conforme se demonstrou nas páginas 27 e 28 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

9a.- *O acórdão recorrido, relativamente aos factos provados dos pontos, enumerados nas antecedentes sexta, sétima e oitava conclusões, violou o disposto no n° 1 do artigo 342° do Código Civil, quanto à prova que a Autora fez da primeira parte da alínea a) do n° 1 do artigo 33° do Decreto-Lei 178/86.*

10a.- *As afirmações da fundamentação jurídica do acórdão recorrido: «A autora não começou do zero, não introduziu, na área que lhe foi concessionada, um produto aí desconhecido ou aí não comercializado" e "Não se tendo apurado o número de clientes que a ré tinha na área da concessão quando mudou o distribuidor nessa última, ou seja, quando a C... foi substituída pela autora», baseadas no facto provado no ponto n° 11 e que a Ré alegou no artigo 85° da sua contestação, não têm real sustentação nesse facto provado do ponto n° 11; e ao impor à Autora que alegasse e provasse factos contra si própria, os que a Ré alegou no artigo 86° da sua contestação: «A A. herdou uma clientela de produtos da R. onde anteriormente a C... já distribuía esses mesmos produtos», mas que a Ré não provou, violou o disposto no n° 2 do artigo 342° do Código Civil, uma vez que, como matéria de exceção, era à Ré que se impunha que os provasse, conforme se demonstrou nas páginas 28 a 30 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

11a.- *É ao número de 583 clientes, que ficou provado no ponto n° 17, que se tem de atender para prova da letra da primeira parte da alínea a) do n° 1 do artigo 33° do Decreto-Lei n° 178/86, conforme se demonstrou nas páginas 30*

e 31 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.

12a.- *A fundamentação jurídica do acórdão recorrido errou, uma vez que não atendeu à força material probatória plena dos factos, contantes dos documentos de folhas 963 a 970 dos autos, da autoria da Ré e por esta enviados à Autora, que lhe dá o disposto no artigo 376º do Código Civil, e que violou, porque este documento prova que entre o dia 30 de Abril de 2003 e o ano de 2016, do facto provado no ponto nº 17, a Autora angariou 110 novos clientes, conforme demonstrado nas páginas 31 e 32 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

13a.- *Pelos fundamentos específicos e explicados nas páginas 32 e 33 do corpo das alegações, que aqui se dão por reproduzidos, a Autora provou que angariou 135 novos clientes.*

14a.- *Os factos provados nos pontos nºs 86, 88 e 87, que a fundamentação jurídica do acórdão recorrido desprezou, provam que a Ré, mesmo antes do dia 30 de Abril de 2017 visitou e comunicou àquele número de 583, ou àqueles números 110 ou 135 de clientes, que a partir de 1 de Abril de 2017 era a "N... - Unipessoal, Lda.", empresa do seu universo empresarial, a comercializadora e distribuidora oficial dos seus produtos, pelo que pela regra do disposto no nº 2 do artigo 342º do Código Civil, se impunha à Ré, que alegasse e provasse, o que não fez, que esses números de clientes eram do tempo da Cervibel e de quem a Autora os herdou, conforme se demonstrou nas páginas 33 e 34 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

15a.- *Pelas regras da experiência e do normal acontecer dos factos, da previsão do artigo 349º do Código Civil, não é normal que, durante 18 anos e 53 dias, dos factos provados nos nºs 4 e 84, a Autora não tenha angariado novos clientes para a Ré, mesmo que à Cervibel tenha sucedido, conforme se demonstrou nas páginas 34 e 35 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

16a.- *Pelos fundamentos específicos e explicados da página 35 à página 37 do corpo das alegações, que aqui se dão por reproduzidos, a Autora fez prova do disposto na letra da segunda parte da alínea a) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86: «ou aumentado substancialmente o volume de negócios com a clientela já existente».*

17a.- *Pelos fundamentos específicos e explicados desde a página 38 à página 39 do corpo das alegações, que aqui se dão por reproduzidos, a Autora fez*

prova do disposto na letra da alínea b) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86: «A outra parte venha a beneficiar consideravelmente, após a cessação do contrato, da actividade desenvolvida pelo agente».

18a.- *Pelos fundamentos específicos e explicados nas páginas 39 e 40 do corpo das alegações, que aqui se dão por reproduzidos, a Autora fez prova do disposto na letra da alínea c) do nº 1 do artigo 33º do Decreto-Lei nº 178/86: «O agente deixe de receber qualquer retribuição por contratos negociados ou concluídos, após a cessação do contrato, com os clientes referidos na alínea a)».*

19a.- *Em consequência das anteriores conclusões, a Autora, ao contrário do que decidiu o acórdão recorrido, tem direito a indemnização de clientela.*

20a.- *Na letra do artigo 34º do Decreto-Lei nº 178/86, na redação introduzida pelo Decreto-Lei nº 118/93 de 13 de Abril, está escrito "remunerações recebidas", e não está escrito na sua letra "margem líquida", "resultado líquido" e "margem bruta", que exprimem realidades diversas de "remunerações recebidas".*

21a.- *Interpretar essa expressão "remunerações recebidas" da letra desse artigo 34º, como se nela estivesse escrito "margem líquida", "resultado líquido" e "margem bruta" para a aplicar a contrato de concessão comercial, como fez a fundamentação jurídica do acórdão recorrido, viola a letra desse artigo 34º, e o disposto nos nºs 2 e 3 do artigo 9º do Código Civil.*

22a.- *Para interpretar essa expressão "remuneração recebidas" e a aplicar a contrato de concessão comercial tem de recorrer-se ao que, em concreto contrato de concessão comercial, o concessionário tenha recebido do concedente por causa do contrato e da sua execução.*

23a.- *Os factos provados nos pontos nºs 5, 20, 21 e 22; os factos provados pelos documentos nºs 153,155,157,159, 161,163, 165, 167,169 e 171, juntos com a petição inicial, que são faturas e notas de crédito, da autoria da Ré e pela Ré entregues à Autora, cuja força material probatória, dada pelo disposto no artigo 376º do Código Civil, o acórdão recorrido violou, provam, plenamente, que a Autora recebeu da Ré, nos anos de 2012, 2013, 2014, 2015 e 2016, o valor total de € 3.704.603,33, confirmado no quadro 8 da página 15 do relatório pericial junto aos autos, de descontos concedidos nas faturas e em notas de crédito, e os factos provados nos pontos nºs 4, 84, 86, 87 e 88, todos provam que é de todos esses valores recebidos pela Autora da Ré, por causa da celebração do contrato de concessão comercial dos autos e da sua*

execução, que a Ré se livra e com que enriquece, conforme se demonstrou desde a pagina 43 à página 47 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.

24a.- *Em consequência das anteriores vigésima, vigésima primeira, vigésima segunda e vigésima terceira conclusões, impõe-se decisão que revogue a decisão do acórdão recorrido que absolveu a Ré do pedido do pagamento à Autora de uma indemnização de clientela, e que condene a Ré a pagar à Autora, a título de indemnização de clientela, a quantia de € 740.410,37, acrescida de juros de mora, à taxa supletiva legal, contados de 1 de Maio de 2017 até efetivo e integral pagamento.*

25a.- *Os factos provados nos pontos n.ºs 93 e 98 e o disposto nos artigos 847.º, 848.º e 854.º do Código Civil, que o acórdão recorrido violou, impõem decisão que opere, com efeitos reportados a 1 de Maio de 2017, a compensação entre a quantia de € 740.410,37 da vigésima quarta conclusão e a quantia de € 35.130,31, em que a Autora foi condenada a pagar à Ré, que julgue extinta esta quantia de € 35.130,31, e que condene a Ré a pagar à Autora, apenas, a quantia de € 705.280,06, acrescida de juros de mora à taxa supletiva legal, desde 1 de Maio de 2017, até efetivo e integral pagamento, a título de indemnização de clientela, conforme demonstrado nas páginas 48 e 49 do corpo das alegações, e cujos fundamentos aqui se dão por reproduzidos.*

26a.- *Na letra do n.º 2 do artigo 29.º do Decreto-Lei n.º 178/86 está escrito, por duas vezes, "remuneração", e não está escrito na sua letra "resultado líquido anual", que exprime realidade diversa de "remuneração", pelo que interpretar essa expressão "remuneração" e a aplicar ao contrato de concessão comercial dos autos, como se nela estivesse escrito "resultado líquido anual", como fez a fundamentação jurídica do acórdão recorrido, viola a letra desse n.º 2 do artigo 29.º, e o disposto nos n.ºs 2 e 3 do artigo 9.º do Código Civil.*

27a.- *Para interpretar essa expressão "remuneração" contida na letra desse n.º 2 do artigo 29.º, e a aplicar a contrato de concessão comercial tem de recorrer-se ao que, em concreto contrato de concessão comercial, o concessionário tenha recebido do concedente por causa do contrato e da sua execução*

28a.- *Os factos provados nos pontos n.ºs 5,20,21 e 22, e os factos provados pelos documentos n.ºs 153,155,157,159,161,163,165,167,169 e 171, juntos com a petição inicial, que são faturas e notas de crédito, da autoria da Ré e pela Ré entregues à Autora, cuja força material probatória, dada pelo disposto no artigo 376.º do Código Civil, o acórdão recorrido violou, provam que, no ano*

de 2016, a Autora recebeu da Ré o valor total de € 710.219,43, confirmado no quadro 8 da página 15 do relatório pericial junto aos autos, de descontos concedidos nas faturas e em notas de crédito.

29a.- Em consequência das anteriores vigésima sexta, vigésima sétima e vigésima oitava conclusões, e dos fundamentos específicos e explicados desde a página 51 à página 53 do corpo das alegações, que aqui se dão por reproduzidos, impõe-se decisão, que altere a respetiva decisão do acórdão recorrido, e que condene a Ré a pagar à Autora uma indemnização, nos termos do artigo 29º, nº 2, do Decreto-Lei nº 178/86, de 03.07, pelos danos decorrentes da insuficiência de pré-aviso da denúncia do contrato, no montante de € 475.452,43, acrescido de juros de mora, à taxa supletiva legal, contados desde a citação até integral pagamento.

A Ré, além de contra-alegar, concluiu as suas alegações, relativas ao recurso subordinado, do seguinte modo:

...

c. Concluiu o Douto Acórdão recorrido que, no caso concreto, não se aplicariam, por analogia, os prazos de aviso prévio previstos no artigo 28º da LCA, mas sim um prazo de um ano, pelo que, nos termos do nº 2 do artigo 29º do mesmo (aplicando-se este preceito por analogia) seria devida uma indemnização com base na remuneração média mensal auferida no decurso do ano precedente, multiplicada pelo tempo em falta. Sucede, porém, que,

d. A regra geral em matéria de Direito de Indemnização vem estabelecida nos artigos 562º e ss. do Código Civil sendo que, como referido supra, a norma aplicada pelo Douto Tribunal a quo, nas palavras do Prof. Ferreira Pinto, introduz um nítido entorse em aspetos fundamentais da disciplina da obrigação de indemnização adveniente de responsabilidade por facto ilícito.

Com efeito,

e. Nos termos dos citados artigos, quem estiver obrigado a reparar um dano deve reconstituir a situação que existiria, se não se tivesse verificado o evento que obriga à reparação, sendo que, para efeitos de cálculo, o dever de indemnizar compreende não só o prejuízo causado, como os benefícios que o lesado deixou de obter em consequência da lesão. Ora,

f. O nº 1 do artigo 29º da LCA estabelece, grosso modo, a mesma regra contida no Código Civil.

No entanto,

g. A norma utilizada pelo Douto Tribunal a quo para estabelecer a alegada falta de aviso prévio no âmbito da relação em causa, o nº 2 do artigo 29º da LCA, estabelece uma exceção a esta regra, determinando que o agente poderá exigir, em vez desta indemnização, uma quantia calculada com base na remuneração média mensal auferida no decurso do ano precedente, multiplicada pelo tempo em falta.

h. Devendo, por isso, ser considerada como uma norma excecional nesta matéria. Ora,

i. Tal como já decidido por este mesmo Tribunal da Relação de Évora em Acórdão citado em sede de Alegações, e tal como vem definido no artigo 11º do Código Civil, as normas excecionais não comportam aplicação analógica. Assim

j. Ao aplicar analogicamente a norma do nº 2 do artigo 29º da LCA, o Douto Tribunal a quo violou o disposto no artigo 11º do Código Civil. Sendo que,

k. Uma interpretação correta deste preceito faria com que a Recorrente tivesse de alegar e provar os danos causados pela falta de pré-aviso, com base no nº 1 do referido preceito ou com base nos termos gerais do Direito de Indemnização estabelecidos no Código Civil. Sendo que,

l. Não tendo a Recorrente alegado e provado quaisquer danos que terá sofrido a esse título, uma interpretação correta deste preceito faria com que não fosse atribuída à Recorrente qualquer indemnização a título de falta de aviso prévio. Acresce, por último, que,

m. Antes de mais, importa referir, a jurisprudência nacional não diz que o prazo constante no artigo 33º da LCA pura e simplesmente não se aplica aos contratos de concessão comercial.

n. Diz sim que, não obstante a existência desses prazos, terá de se apurar casuisticamente a antecedência razoável em face das circunstâncias. Donde,

o. Seria necessário verificar, casuisticamente, por que motivo deveria a decisão sub judice afastar da regra constante da LCA. Com efeito,

p. Não basta a qualificação do contrato como concessão comercial para, automaticamente, se afastar o regime legalmente previsto, é necessário, como bem defende o autor citado na Doutra Sentença recorrida, verificar se este é

um dos casos em que o princípio da boa fé ou do abuso de direito impõem um alargamento desse prazo.

q. A Recorrente, que tinha esse ónus, não alegou nem provou factos que permitam concluir na inadequação do prazo dado pela Recorrida, superior ao prazo de três meses previsto para o contrato de agência. Assim,

r. Tendo presente (i) que na relação contratual objecto destes autos estamos a falar de produtos que já eram vendidos antes da Recorrente chegar ao mercado, (ii) que a Recorrente já existia antes do início da relação contratual destes autos e que vendia outros produtos, e que (iii) a própria Recorrida, no âmbito da relação entre as partes, também vendia produtos neste mercado e tratava da questão do marketing e publicidade dos seus próprios produtos, apenas podemos concluir que, comparadas as duas situações (a do Douro Acórdão citada pela Sentença recorrida e a dos presentes autos), o prazo de aviso prévio dado pela Recorrida, superior, aliás, ao prazo legalmente previsto na LCA, é mais do que adequado à situação em concreto. Onde,

s. Ao concluir em sentido diverso, a Doutra Sentença recorrida fez uma interpretação manifestamente incorreta dos artigos 28º e 29º da LCA.

t. Uma interpretação correta desses preceitos faria com que o Tribunal concluísse pela adequação do prazo de aviso prévio dado pela Recorrida à Recorrente para denúncia da relação contratual entre as partes, absolvendo-se assim a Recorrida do pedido efetuado pela Recorrente com esse fundamento.

A Autora apresentou contra-alegações relativas ao recurso subordinado interposto pela Ré.

*

II - O objeto dos recursos

Tendo em consideração as conclusões das alegações dos recorrentes e o conteúdo da decisão recorrida, cumpre apreciar as seguintes questões:

- A Ré deve pagar à Autora uma indemnização de clientela no valor de € 740.410,37?
- O crédito da Ré deve ser considerado extinto, por compensação com o crédito da Autora, constituído por esta indemnização de clientela?

- A Autora foi avisada com uma antecedência adequada da cessação do contrato celebrado com a Ré?

- A Ré deve pagar uma indemnização pelos danos decorrentes da insuficiência de pré-aviso da denúncia do contrato, no montante de € 475.452,43, acrescido de juros de mora?

*

III - Os factos

Neste processo provaram-se os seguintes factos:

1. A autora é uma sociedade por quotas que se dedica ao comércio grossista de bebidas.

2. A ré tem como objeto social a importação, exportação, produção, incluindo a exploração de nascentes de águas, preparação e fabrico e comercialização, por grosso ou a retalho, de vinhos e bebidas espirituosas, de malte, cerveja, refrigerantes, águas minerais e de mesa e seus derivados, águas artificialmente mineralizadas ou de qualquer modo preparadas e de outros produtos alimentares, bem como das correspondentes matérias-primas e bens associados, nomeadamente compra e venda de vidro e objetos de vidro, prestação de serviços de consultoria e estudos de mercado em áreas conexas, aquisição, venda e qualquer outra forma de exploração de marcas registadas, patentes e direitos conexos e gestão da carteira própria de títulos.

3. Os produtos produzidos e/ou comercializados pela ré são os seguintes: Sagres Branca, Sagres Preta, Sagres Radler, Sagres 0,0% Radler, Sagres Bohémia, Sagres Sem Alcool Branca, Imperial Branca, J. Smith's, Guinness, Kilkenny, Desesperados, Affligem, Heineken, Bulmer/Strongbow, Old Mout, Bandida do Pomar, Vivere Branco, Luso Lisa, Luso com Gás, Luso com Gás Limão Cruzeiro, Luso de Fruta, Royal Club, e CO2.

4. A partir de 8 de Março de 1999 as partes acordaram que a autora assumisse a distribuição dos produtos da ré, então com a denominação "CENTRALCER-Central de Cervejas, S.A.", nos concelhos ..., ...,, aos estabelecimentos de consumo imediato, nomeadamente hotéis, restaurantes e cafés (o canal de distribuição chamado "Canal HORECA") e aos estabelecimentos do retalho alimentar tradicional.

5. A autora assumiu obrigações de compra efetiva dos produtos em causa, bem como uma obrigação específica de envidar os seus melhores esforços para venda dos mesmos, na área citada.

6. O contrato de distribuição não incluía a totalidade das marcas comercializadas pela ré.

7. A ré mantinha a disponibilidade de venda direta aos chamados clientes nacionais (aqueles que no momento da sua implementação se perspetiva virem a ter dois ou mais estabelecimentos inseridos numa mesma cadeia ou rede e implantados em uma ou mais áreas do território nacional, designadamente, hotéis, lojas de *fast food*, hipermercados, supermercados e *cash and carries*, independentemente de possuírem, ou não, centralização das suas compras) e clientes especiais (aqueles cujo abastecimento de bebidas é efetuado através do sistema de *duotank/beerdrive* e, bem assim, os que desenvolvem atividades ou promovem eventos de natureza social e/ou de reconhecida notoriedade e projeção, que torna vantajosa a associação aos mesmos dos produtos da R. por razões de estratégia comercial – idoneidade e divulgação das marcas junto de um mercado específico – e não de rentabilidade das vendas, como é o caso das companhias de transporte aéreo e da realização de exposições, feiras ou congressos, entre outras).

8. A autora podia distribuir outros produtos que não os da ré.

9. No âmbito do negócio acordado entre as partes, a autora entregou à ré uma garantia bancária de 27.000.000\$00 (vinte sete milhões de escudos).

10. As partes não assinaram qualquer contrato escrito que regulamentasse a relação comercial em causa nos autos.

11. A área geográfica em que a autora atuava foi trabalhada desde 1958 pela C... - ..., Lda., que distribuía os produtos da ré.

12. A autora efetuava diretamente a distribuição das cervejas, águas, refrigerantes, vinhos e sidra da ré não recorrendo a sub-agentes nem a sub-distribuidores.

13. A ré enviou à autora a carta registada com aviso de receção, datada de 14 de Novembro de 2003, com referência DADE/.../2003, assunto “Contrato de Distribuição - Alterações ao Pacto social” em que além do mais se pode ler: “(...) de acordo com o previsto nos Contratos escritos, outorgados com alguns Distribuidores, com aplicação idêntica para aqueles com quem não está

formalizado por essa via, “O Contrato de Distribuição”, nem qualquer direito de obrigação nele contemplado, poderá ser no todo ou em parte, transferido, cedido, delegado, trespasado, ou transmitido por qualquer outra forma, incluindo associação pelo Distribuidor, sem o consentimento prévio da Sociedade Central de Cervejas”.

14. A clientela da autora era ordenada por “Rotas”, sendo que a cada Rota era atribuído um número a que correspondia o nome do vendedor da autora que efetuava as visitas comerciais aos pontos de venda da “Rota” e o dia da semana destas mesmas visitas.

15. Os mapas descritivos das “Rotas” da clientela eram elaborados pela autora e emitidos através do sistema SALESUP, instalado no equipamento informático da Autora.

16. Estes mapas indicavam os dados de cada cliente integrado na “Rota”, nomeadamente:

- Código de cliente;
- Nome completo;
- Denominação do ponto de venda;
- Endereço - incluído o código postal completo;
- Número de contribuinte;
- Telefone;
- Frequência da visita do vendedor.

17. Em 2016, o número de clientes da autora de produto da ré era 583; a evolução do número de clientes ativos da autora no canal HORECA e de retalho alimentar de produtos da ré entre os anos de 2012 e de 2016 foi o seguinte: 2012 - 557; 2013 - 546; 2014 - 506; 2015 - 416; 2016 - 448.

18. A autora aderiu ao “Modelo de Excelência da Rede de Distribuição” cuja apresentação lhe foi remetida pela ré através do documento intitulado “Modelo de Excelência da Rede de Distribuição”.

19. A ré promovia a implementação do seu modelo de excelência dos distribuidores da sua rede, não só individualmente junto de cada distribuidor, como, ainda em reuniões com eles.

20. A autora comprava à ré os produtos objeto do contrato nas condições de fornecimento e aos preços da tabela que a ré lhe remetia, caucionando o valor do respetivo vasilhame.

21. A ré atribuía à autora descontos sobre os preços dos produtos, descontos esses que eram expressos nas faturas emitidas pela ré.

22. A ré atribuía também à autora, verbas expressas em notas de crédito emitidas pela ré, e, em 2012, através de notas de débito emitidas pela autora à ré.

23. Os descontos e promoções efetuados pela ré, quer em fatura quer *offinvoice*, destinam-se exclusivamente a serem aplicados no mercado, isto é, nos concretos pontos de venda, não sendo destinados a remunerar o distribuidor.

24. Os produtos adquiridos à ré pela autora eram posteriormente revendidos por esta, a bares, cafés, discotecas, restaurantes, pastelarias, snacks, cervejarias, hotéis, cantinas, casas de pasto, tabernas, estalagens, pizzarias, pensões, bares das associações recreativas e desportivas, comissões de festas, lares, padarias, lojas de pão quente, quiosques, mercearias, mini-mercados, bares de praia, bares de eventos, bem como assim a outros estabelecimentos hoteleiros e de retalho.

25. A ré solicitava a colaboração da autora de diversas formas, como a promoção da venda de novos produtos, informações sobre operadores concorrentes, adiantamento de donativos em produtos ou em dinheiro, adiantamento do rappel aos clientes, etc..

26. A autora acedia às solicitações da ré.

27. A ré implementou um sistema pelo qual os seus distribuidores lhe enviavam por meios eletrónicos, e em tempo real, informações sobre as suas atividades comerciais, nomeadamente dados e consumo dos clientes pontos de venda.

28. Os softwares que foram implementados para a constituição e transmissão de ficheiros das empresas dos distribuidores para a ré, são, nomeadamente

- o "Navigator", software para definir os objetivos da empresa e equipamentos comerciais;

- o “Data Warehouse”, software de *Business Intelligence* – análise de dados de várias fontes;

- o “SalesUp”, *software* de gestão para a distribuição, produção e logística, com faturação certificada.

29. Tais ferramentas têm como propósito apoiar o desenvolvimento do negócio e a parceria estabelecida entre as partes com o propósito de incrementar as vendas de produtos da ré.

30. Por e-mail de 10 de Janeiro de 2005, a ré dirigiu-se aos seus distribuidores, e, nomeadamente, à autora, nestes termos:

“Caros colegas Distribuidores (integrados em CRM e em preparação de integração) e Pré-Vendas vamos proceder em conjunto com a B.... à atualização da Tabela de segmentação existente no vosso software MGI da B.... (...) Assim, vão receber um ficheiro executável proveniente da B... na 4.ª feira dia 12 de Janeiro de 2005, o qual deverá ser executado segundo as instruções enviadas pelos técnicos da B.... (...)”;

31. A ré solicitava à autora a segmentação dos seus clientes em quatro segmentos (A, B, C, D) correspondentes aos consumos de produtos das marcas da ré, expressos em valores como segue:

A - Mais de € 10.000;

B - Entre € 9.999 e € 5.000;

C - Entre € 4.999 e € 2.000;

D - Menos de € 2.000.

32. A ré solicitava o envio de dados sobre consumos de determinados produtos e referências.

33. A ré solicitava o envio de dados relativos aos consumos de determinados clientes da autora.

34. Por e-mail de 4 de janeiro de 2014 enviado à autora, a ré solicitou o envio de informações sobre a sua empresa, nomeadamente nestes termos: *“uma listagem que contenha o número, nome de todos os vossos vendedores e armazéns, assim como o GVM responsável pela zona. Peço especial favor de*

me enviarem o quanto antes pois estamos a tentar criar uma função que facilite a entrada dos pontos de venda e dependemos dessas listagens”.

35. A autora instalou nos seus equipamentos informáticos os softwares da empresa Bettertech e transmitia à ré os dados por esta solicitados.

36. A adesão da autora a estas ferramentas foi voluntária.

37. A ré procedia à avaliação da autora no âmbito do denominado projecto 3E, de implementação voluntária.

38. Essa avaliação decorria do acordo das partes com informação voluntariamente cedida pela autora.

39. A ré enviou à autora a carta datada de 11 de Junho de 2003, referência DADE/.../2003, sobre o processamento das “Avaliações no Âmbito do Sistema de Incentivos a Distribuidores referentes ao Exercício de 2002”, em que além do mais se pode ler:

“(...) Para a preparação desta Avaliação por vós em conjunto com o vosso Contabilista enviamos, na disquete em anexo, o ficheiro que deverá ser entregue à Equipa Avaliadora no dia da sua estadia convosco.

Deverão igualmente encontrar-se disponibilizados para entrega à Equipa Avaliadora os seguintes documentos no dia da Avaliação:

- 1. Cópia do Modelo 22 e respetivos anexos (A, O, L e P) e Declaração Anual do ano 2002.*
- 2. Balancete de Encerramento (analítico) referente a 2002.*
- 3. Mapa de Amortizações e Reintegrações referentes a 2002.*
- 4. Cópia do Quadro do Pessoal referente a 2002.*
- 5. Nome do Responsável Financeiro/Contabilidade (com telefone e telemóvel).*

Relembro que nos dias indicados para a Avaliação é necessário o acompanhamento permanente de pelo menos um Sócio-Gerente da Sociedade, bem como a disponibilidade do Responsável Financeiro/Contabilidade e do Técnico de Informática se tal for necessário, nomeadamente para o esclarecimento de dúvidas que se venham eventualmente a colocar.”.

- 40.** A autora desenvolvia e promovia contactos com potenciais clientes, fidelizava-os às marcas da ré e incentivava o crescimento dos volumes de compras dos produtos da ré por parte dos mesmos.
- 41.** A autora fomentava junto dos pontos de venda a opção de vender produtos de pressão, nomeadamente cerveja, refrigerantes, sidra e vinho.
- 42.** A autora informava a ré dos dados dos pontos de venda que tinha angariado para os produtos de pressão e solicitava a instalação do respetivo material extrator.
- 43.** A autora conquistava novos pontos de venda, seja aquando da abertura de novos estabelecimentos, seja conquistando clientes à concorrência.
- 44.** Quando o novo cliente pretendia vender produtos de pressão, nomeadamente cerveja de barril, a autora preenchia a “Ficha de Pedido” onde anotava os dados do cliente ponto de venda, a identificação e contacto do cliente, o equipamento extrator solicitado e a previsão de consumo.
- 45.** A autora detetava as oportunidades comerciais geradas pelos eventos, angariava os clientes integrados nos mesmos e colaborava com os representantes da área comercial da ré, no processamento dos patrocínios das marcas desta.
- 46.** Colaborando com a ré, a autora apoiava as instituições e os clientes integrados nos eventos culturais, festivos, associativos e desportivos, de forma a promover a venda dos produtos da ré junto deste tipo de clientela.
- 47.** No ano de 2012, a autora manuseou, transportou e entregou 112.493,73 litros de produtos das marcas da ré nos eventos realizados na área do contrato.
- 48.** No ano de 2013, a autora manuseou, transportou e entregou 102.805 litros de produtos das marcas da ré nos eventos realizados na área do contrato.
- 49.** No ano de 2014, a autora manuseou, transportou e entregou 72.162 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.
- 50.** No ano de 2015, a autora manuseou, transportou e entregou 48.333,12 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.

- 51.** No ano de 2016, a autora vendeu 75.936 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.
- 52.** No âmbito da colaboração que prestava à ré, a autora transportava e entregava nos pontos de venda de bebidas instalados para os eventos festivos e desportivos, não só bebidas, mas também o material de apoio, como guarda-sóis, mesas, cadeiras, e, ainda, copos, toalhetes, etc.
- 53.** Após cada evento, a autora ia recolher o material de apoio, que transportava novamente para o seu armazém, e, também, o vasilhame retornável.
- 54.** A autora procedia ao controlo do vasilhame, que era contado por tipo de embalagem.
- 55.** Nos anos 2002/2004, a autora comprava à ré a cerveja da marca Heineken, que revendia aos clientes da área do contrato.
- 56.** A partir de Janeiro de 2005 foi retirada à ré a distribuição da cerveja da marca Heineken pelo que esta deixou de a poder fornecer à autora.
- 57.** A partir de 2008, a ré voltou a comercializar a cerveja da marca Heineken.
- 58.** Nessa altura a autora não aceitou o formato para a comercialização desse produto que lhe foi proposto pela ré.
- 59.** A autora adquiriu um armazém com o valor patrimonial de 135.167,81 euros.
- 60.** Os produtos da ré eram armazenados no armazém, onde ocupavam 800 m².
- 61.** A área descoberta, com acesso para pesados e parque de estacionamento é de 1200 m².
- 62.** A autora gastou 12.428 euros em obras de beneficiação no armazém.
- 63.** A autora gastou 9.528 euros em estruturas metálicas, portões e montagem platibanda e 1.171,20 euros numa escada com patamar.
- 64.** A autora gastou 2.322 euros em painéis de carga.

65. A autora investiu € 94.520,38 numa frota de viaturas para a pré-venda e de viaturas de transporte de mercadorias, para a distribuição dos produtos aos clientes-pontos de venda.

66. A autora investiu, desde o início da actividade objeto do contrato, em equipamento de manuseamento de mercadorias, que custou € 14.265,62, e adquiriu um empilhador elétrico por € 25.080,00.”

67. A autora investiu o valor de € 44.125,17 numa estrutura administrativa informatizada e em serviços de informática.

68. A autora contratou e formou uma equipa de colaboradores.

69. A autora investia em publicidade, que ostentava o nome da cerveja Sagres.

70. Para exercer a actividade objeto do contrato, as viaturas da autora percorriam muitos milhares de quilómetros por mês.

71. No âmbito da actividade que a autora desenvolvia junto dos pontos de venda em prol dos produtos da ré, os seus colaboradores transportavam e colocavam nos pontos de venda, o material publicitário da ré.

72. A autora gozava de uma boa imagem comercial e de um grande prestígio na sua região.

73. A autora desenvolveu a sua atividade comercial com dinamismo, dando provas de disponibilidade e simpatia para com os seus clientes.

74. A autora e representantes da ré mantinham boas relações.

75. A ré convidava a autora para reuniões e diversos eventos e reuniões que realizava.

76. A ré depositava confiança na autora.

77. A autora enviou à ré a carta registada com aviso de receção, com data de 25 de Fevereiro de 2014, em que além do mais se pode ler:

“(…) A margem de comercialização que V. Ex.as nos facultam é insuficiente para termos uma distribuição ativa e eficaz dos Vossos produtos, na área onde somos distribuidores oficiais exclusivos, e fazer face aos custos que diariamente suportamos.

Difícilmente suportamos os custos de distribuição que, na nossa área, são elevadíssimos devido às distâncias a percorrer para a abastecer os Clientes porta a porta. Como V. Ex.as sabem, o nosso território não é cidade e os clientes estão dispersos, muitas vezes isolados em pequenas aldeias cujos acessos além de distantes têm péssimas estradas.

A insuficiência da margem de comercialização ganha ainda mais relevância quando V. Ex.as permitem a venda dos mesmos produtos, nomeadamente cerveja Sagres, água de Luso e refrigerante Joi, a preços mais baixos por outros operadores no mercado, na área exclusiva que nos atribuíram o que nos tem originado uma perda continuada de competitividade.

Somos diariamente confrontados com os nossos Clientes que os questionam como é possível a Central de Cervejas proporcionar preços a estes operadores de modo a permitir que os mesmos vendam ao consumidor final mais barato do que o distribuidor oficial vende ao retalho ? (...)"

78. A ré aplicava à autora, para revenda grossista aos retalhistas da área do contrato, preços mais elevados que os que os supermercados locais revendiam ao público

79. Nos anos de 2014/2015, por razões técnicas, a autora não conseguia transmitir à ré, por meios eletrónicos, todos os dados que esta solicitava, pelo que enviava à ré, em suporte papel, a informação que não seguia pela via eletrónica.

80. A 18.01.2017 a ré pediu a presença da gerência da autora para reunião a realizar no dia 23.01.2017, tendo como tema a relação contratual entre as partes.

81. No dia 23.01.2017 realizou-se uma reunião entre AA e BB, por parte da ré, e DD e CC, por parte da autora.

82. Nessa reunião a ré comunicou à autora que tinha decidido seguir outro formato distributivo para a comercialização e distribuição dos seus produtos na área afeta à autora, o que teria como consequência a cessação próxima da relação contratual e comercial que nesta matéria vinha vigorando entre as partes.

83. Foi, ainda, comunicado à autora que a ré pretendia formalizar esta decisão através de carta de denúncia contratual, unilateral por parte da ré, a enviar

pelos dias seguintes, e que iria contemplar um prazo de aviso prévio quanto à sua produção de efeitos.

84. Por carta registada com aviso de receção, datada de 25 de Janeiro de 2017, a administração da ré SCC-SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS E BEBIDAS, S.A. declarou a denúncia do contrato que mantinha com a autora CARLOS ROMEIRO - COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO DE BEBIDAS, LDA., com efeito da mesma no dia 30 de Abril de 2017.

85. A autora e a ré em conjunto inventariaram e transferiram para aquele vasilhame, barris, tanquetas e tubos de CO2.

86. Durante as visitas aos clientes para proceder a essa operação representantes da ré entregaram em mão a cada cliente uma comunicação em que além do mais se pode ler:

“A SCC-SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS E BEBIDAS, S.A. (SCC) vem comunicar que, com efeitos a 30 de Abril de 2017, a distribuição oficial dos nossos produtos na sua área deixa de ser efetuada por CARLOS ROMEIRO - COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO DE BEBIDAS, LDA.

Assim, a partir do próximo dia 01 de Abril, a comercialização e distribuição oficial dos produtos SCC passa a ser efetuada pela NOVADIS - “SÓ GRANDES MARCAS” (Novadis - Unipessoal, Lda.), empresa pertencente ao universo empresarial da SCC e que exerce a sua actividade no mercado de bebidas em várias áreas do País, incluindo grande parte do distrito de Beja.

(...)

Com esta alteração, a SCC está convicta que continua a fazer todos os esforços para ir ao encontro das vossas melhores expectativas, consciente que os Clientes são a nossa maior riqueza e que a qualidade das nossas marcas e serviço são a garantia da sua fidelidade.

Recordamos que a SCC está igualmente ao seu inteiro dispor através da Linha de Apoio ao Cliente (...)

Neste momento em que cessamos a nossa relação comercial com DD, a SCC aproveita a oportunidade para publicamente lhe manifestar o particular agradecimento pela colaboração prestada ao longo destes anos.

(...)

EE

(Diretor Canal On Trade)

12 de Abril de 2017 ”.

87. A “N... - Unipessoal, Lda.”, desde 1 de Maio de 2017, vende e entrega a clientes da área do contrato, os produtos que foram objeto do mesmo.

88. Durante a segunda quinzena de Abril de 2017 os pontos de venda da região em que a autora operava foram visitados através da N... para recolha de dados e abertura de fichas de clientes.

89. Enquanto perdurou a relação comercial a autora distribuiu produtos das seguintes marcas:

- Refrige;
- Parmalat;
- Menorquina;
- Adega de Borba;
- Água Castello;
- Doceleia;
- Sr. Bacalhau;
- Miguel & Miguel;
- Fastio;
- AB Mauri;
- Campilho;
- Porminho.

90. É a Ré que procede diretamente à instalação de equipamentos de extração de cerveja em barris e à sua manutenção, preventiva e corretiva.

91. As máquinas de extração necessárias para a venda de barril são propriedade da Ré, que as cede aos pontos de venda através de contratos de comodato.

92. O esforço promocional relacionado com o barril, descontos e mecânicas é suportado diretamente pela Ré.

93. A conta corrente existente entre as partes apresenta um saldo a favor da Ré no valor de € 35.130,31.

94. O resultado líquido total da autora na sua actividade comercial nos exercícios de 2012 a 2016 foi de:

- € 2.555,38, em 2012;

- € 763,51 em 2013;

- € 114.537,29 em 2014;

- € 9.712,05 em 2015;

- € 11.079,77 em 2016.

95. As vendas em canal ... representaram:

- em 2012 49,6% das vendas totais da autora;

- em 2013 46,7% das vendas totais da autora;

- em 2014 46,16% das vendas totais da autora;

- em 2015 46,05% das vendas totais da autora;

- em 2016 51,65% das vendas totais da autora.

96. A autora efetuou vendas dos produtos da ré no valor de:

- € 2.283.991,02 em 2012;

- € 2.031.111,91 em 2013;

- € 1.527.690,57 em 2014;

- € 1.442.611,08 em 2015;

- € 1.410.797,88 em 2016.

97. Pelo menos até 31.10.2017 a autora registou vendas de produtos da ré, respeitantes a produtos que estavam em inventário a 30.04.2017.

98. Por email enviado para a ré no dia 1 de Maio de 2017, a autora reclamou, a esta última, o pagamento da quantia de € 740.410,37 a título de indemnização de clientela; na mesma comunicação, a autora declarou à ré a extinção do débito da sua conta corrente, por compensação, nos termos e para os efeitos prescritos nos artigos 847.º e 848.º do Código Civil.

99. Por carta registada com aviso de receção, datada de 23 de Maio de 2016 e depositada nos CTT em 8 de Junho de 2016, que enviou à Autora, a Ré renovou a concessão de crédito para o período anual subsequente, no valor de € 325.000, e no valor de € 422.500 para a época alta, de 1 de Junho a 30 de Setembro.

100. Em 2016, a distribuição de produtos da ré constituía, no total, 65,36% da actividade da autora.

101. A autora tinha liberdade total na definição da sua política de preços.

*

IV - O direito aplicável

1. Do contrato celebrado entre Autora e Ré

Autora e Ré, em março de 1999, acordaram verbalmente que a primeira passaria a distribuir alguns dos produtos da Ré, numa determinada zona geográfica de Portugal.

Essa distribuição seria feita através da compra sucessiva pela Autora à Ré desses produtos e a sua subsequente revenda a terceiros pela Autora.

Um contrato em que um comerciante acorda com um produtor industrial, a compra e venda dos produtos por este fabricados, numa cadência estável e contínua, com vista à revenda dos mesmos, por aquele, numa determinada zona, é um contrato juridicamente atípico, mas socialmente típico, entre nós denominado de concessão comercial.

O contrato de concessão comercial assume-se como um contrato quadro, à sombra do qual se celebrarão múltiplos contratos de compra e venda, mas onde também se definem laços de colaboração entre as partes, com vista a alcançar um objetivo comum - a venda dos produtos do concedente numa determinada zona. O concessionário inclui-se na figura genérica do distribuidor dos produtos do fornecedor, atuando a jusante deste no circuito

comercial, unidos, através de um complexo obrigacional, no desígnio comum de um eficaz escoamento dos produtos do concedente.

Sendo um contrato atípico, além de lhe serem aplicáveis as cláusulas acordadas entre as partes e as regras gerais do direito das obrigações, consolidou-se na prática dos tribunais, com apoio na doutrina, a aplicação das regras estabelecidas para a cessação do contrato de agência, por se considerar que é o tipo contratual cujas características mais se lhe assemelham [1]. A pormenorização do regime legal do contrato de agência e a sua uniformização no espaço da União Europeia foram fatores que contribuíram para esta aplicação analógica, de forma sistemática e muitas vezes acrítica, apesar de estarmos perante dois tipos contratuais com diferenças vincadas das prestações que os caracterizam.

Embora seja questionável esta aplicação “cega” do regime do contrato de agência ao contrato de concessão comercial [2], a sua sedimentação nas decisões dos nossos tribunais conferiu-lhe um grau de vinculação e de confiança dos destinatários na sua observância, que essa operação integrativa quase se impõe por *stare decisis*, dificultando, se não impedindo, o funcionamento de um sistema móvel, dotado da flexibilidade necessária a permitir o seu afastamento, face às específicas particularidades dos concretos contratos de concessão comercial [3].

Apesar destas reticências, é também essa aplicação analógica que se irá seguir neste acórdão, não só por respeito ao valor da segurança jurídica que estrutura o nosso modelo de Estado de direito democrático [4], mas também porque, no caso concreto, estamos perante um contrato de concessão cujos termos têm sólidos pontos de contacto com o modelo dos contratos de agência, atenta a presença interveniente do concedente na atividade de revenda dos seus produtos pelo concessionário.

2. Da constituição do direito de indemnização de clientela

Para o contrato de agência encontra-se prevista nos artigos 33.º e 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, a possibilidade de o agente ter direito a uma indemnização denominada “de clientela” aquando da cessação do contrato de agência [5].

Apesar de se apontarem diversos fundamentos para a atribuição deste direito de indemnização [6] é ponto comum que o mesmo visa compensar o agente

dos benefícios patrimoniais para o principal, que se vão prolongar após a cessação do contrato, como resultado da atividade do agente. Se este, através da remuneração acordada, é compensado dos benefícios que se realizam durante o período de execução do contrato, só a indemnização de clientela poderá funcionar como contrapartida dos benefícios futuros previsíveis proporcionados ao principal com a fidelização da clientela angariada, obtendo-se assim uma desejada justiça comutativa.

O reconhecimento, por analogia, da existência deste direito de indemnização, nos casos de cessação dos contratos de comissão também é habitual na nossa jurisprudência [7] com apoio na doutrina [8]. Entende-se que também neste tipo de relações contratuais o concedente pode beneficiar da angariação de clientes para os produtos da Ré cuja venda foi concessionada.

O acórdão recorrido, apesar de efetuar essa operação integrativa, entendeu, no entanto, que, no caso concreto, não se verificava, desde logo, o requisito exigido no regime do contrato de agência pela alínea a), do n.º 1, do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, para atribuir à Autora o direito de indemnização de clientela – a angariação de novos clientes para a outra parte ou o aumento substancial do volume de negócios com a clientela já existente.

Explicou do seguinte modo esta sua conclusão:

No caso dos autos, tendo em conta o reduzido valor unitário dos produtos comercializados pela autora e a natureza atomística (estabelecimentos de consumo imediato, nomeadamente hotéis, restaurantes, cafés e estabelecimentos do retalho alimentar tradicional situados nos concelhos ...,) e algo volátil (atente-se na variação do seu número nos últimos cinco anos de vigência do contrato) da sua clientela, este pressuposto apenas poderia considerar-se preenchido se estivesse provado um aumento percentual substancial do número de clientes entre o momento do início da execução do contrato e o da cessação deste. Apenas nessa hipótese poderia falar-se, com propriedade, num enriquecimento da ré, posterior à cessação do contrato, gerado pela actividade de angariação de clientes levada a cabo pela autora enquanto aquele esteve em vigor.

...

A autora não começou do zero, não introduziu, na área que lhe foi concessionada, um produto aí desconhecido ou aí não comercializado. Sendo assim, para que pudesse concluir-se que a autora angariou novos clientes para

a ré nos termos exigidos pelo artigo 33.º, n.º 1, al. a), 1.ª parte, do Decreto-Lei n.º 178/86, teria de estar provado, além do número de clientes a quem a autora vendia produtos da ré na data da cessação do contrato, o número de clientes de produtos da ré com quem a autora iniciou a sua actividade de concessionária desta última. Só conhecendo estes dois números seria possível apurar-se se o saldo entre clientes existentes aquando do início da execução do contrato e clientes existentes na data da extinção deste é, ao menos, positivo. Ora, o número de clientes de produtos da ré com quem a autora iniciou a sua actividade de concessionária desta última nem sequer foi alegado e, seguramente, não integra o elenco dos factos provados. Consequentemente, não é possível concluir-se que a autora angariou novos clientes para a ré nos termos exigidos pelo artigo 33.º, n.º 1, al. a), 1.ª parte, do Decreto-Lei n.º 178/86. Os factos que se apuraram sobre a evolução do número de clientes de produtos da ré que a autora teve nos últimos cinco anos de vigência do contrato demonstram, inclusivamente, uma inequívoca tendência de diminuição (n.º 17).

Em alternativa à angariação de novos clientes, a 2.ª parte da al. a) do n.º 1 do artigo 33.º do Decreto-Lei n.º 178/86, prevê a hipótese de o agente ter aumentado substancialmente o volume de negócios com a clientela já existente. Também para o preenchimento deste pressuposto do direito a uma indemnização de clientela inexistem factos provados nos autos, desde logo porque se desconhece o volume de negócios com que a autora iniciou a sua actividade de concessionária comercial da ré, que nem sequer foi alegado. Acrescente-se que os factos que a este propósito se apuraram também não favorecem a pretensão da autora, pois denunciam uma diminuição sensível, nos últimos cinco anos da vigência do contrato, do volume das vendas de produtos da ré (n.º 96).

Não se encontra, pois, preenchido qualquer dos pressupostos do direito a uma indemnização de clientela estabelecidos no artigo 33.º, n.º 1, al. a), do Decreto-Lei n.º 178/86. Razão suficiente, como vimos, para concluir que, mesmo aplicando por analogia essa norma ao contrato de concessão comercial celebrado entre a ré e a autora, esta última não teria direito à referida indemnização. Não obstante e tendo em conta que os pressupostos estabelecidos nas alíneas a) e b) do referido artigo estão interligados, acrescentamos que, como decorrência daquilo que afirmámos a propósito da alínea a), é evidente que nunca o pressuposto estabelecido na alínea b), ou seja, que o principal venha a beneficiar consideravelmente, após a cessação do contrato, da actividade desenvolvida pelo agente, poderia ficar preenchido. Não se tendo apurado o número de clientes e o volume de negócios que a ré

tinha na área da concessão quando mudou o distribuidor nesta última, ou seja, quando a CERVIBEL foi substituída pela autora, inexistente fundamento para antever que a ré virá, após a cessação do contrato, a beneficiar consideravelmente da actividade desenvolvida pela autora. Mais, como anteriormente notámos, os números relativos ao volume das vendas de produtos da ré por parte da autora e do número de clientes desta que compravam esses produtos nos últimos cinco anos de vigência do contrato até apontam em sentido contrário.

Dispõe o n.º 1, do referido artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, para o contrato de agência:

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

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

A aplicação da alínea a) a um contrato de concessão exige, como primeiro requisito de atribuição ao concessionário do direito de indemnização de clientela, terminadas as relações contratuais, que da execução do contrato tenha resultado um aumento substancial da procura dos produtos do concedente comprados e revendidos pelo concessionário, como consequência da “angariação” de novos clientes pelo concessionário ou então de um aumento do volume de negócios celebrados com os antigos clientes.

Incumbe, pois, ao concessionário, alegar e demonstrar que, fruto da sua actividade de distribuição dos produtos comprados ao concedente, angariou novos clientes para este ou então aumentou o volume dos negócios celebrados com antigos clientes, ampliando, assim, de uma forma ou de outra, o mercado para esses produtos.

Note-se que, quer o número de novos clientes angariados, quer o aumento do volume de negócios, devem ser significativos ou, como refere a lei, no segundo caso, substanciais, de modo a que seja manifesto o benefício ocasionado [\[9\]](#).

Se é verdade que a designação de “novos” e “antigos” clientes, tem como termo de comparação a distribuição dos produtos do concedente, cuja compra e revenda foi concessionada, no período anterior ao início da relação negocial de concessão, só relativamente ao segundo modo de revelação do referido benefício (o aumento do volume de negócios), é que será necessária uma análise comparativa da situação pré-contratual com a situação no termo do contrato, relativamente à distribuição daqueles produtos do concedente. Já quanto à angariação de novos clientes para os produtos do concedente pelo concessionário é suficiente a prova que essa realidade ocorreu devido à sua ação durante a execução do contrato, não se justificando a exigência de uma comparação entre o número de clientes nos dois momentos. Repare-se que a lei não exige a demonstração de um aumento do número de clientes, mas apenas a angariação de novos clientes.

Mesmo que se aceite alguma volatilidade da clientela dos produtos da Ré, como afirma o acórdão recorrido, sem que isso a distinga particularmente da generalidade da clientela da maioria dos produtos no mercado, a simples angariação significativa de uma clientela estável, pela ação da Autora, durante a execução do contrato de concessão que, no termo deste, permita prognosticar a continuação da sua ligação aos produtos da Ré, é suficiente para que se possa concluir pela verificação de um benefício justificativo do pagamento de uma compensação [\[10\]](#).

O apuramento da perda de clientes durante a execução do contrato, que estaria implícito na exigida análise comparatística do número total de clientes no início e no termo do contrato, é uma realidade que apenas poderá interessar como fator excludente da indemnização de clientela, por abuso de direito, caso se demonstre que ela é imputável à ação do concessionário. Mas, sendo esse um facto impeditivo do direito de indemnização de clientela, compete ao concedente demonstrá-lo (artigo 342.º, n.º 2, do Código Civil) e não ao concessionário provar o seu contrário.

Já a verificação de perda de clientes por razões estranhas à ação do concessionário é irrelevante para o apuramento da existência de um benefício futuro para o concedente, em resultado da ação do concessionário, não havendo razões para que essa perda seja abatida à angariação de novos clientes. Se não fosse a ação positiva do concessionário, a perda de clientes,

eventualmente ocorrida, não teria sido compensada pelo ganho de novos clientes, pelo que o benefício não deixa de ocorrer, mesmo que a dimensão da perda seja superior à dimensão do ganho.

No caso concreto apurou-se o seguinte:

- *A autora desenvolvia e promovia contactos com potenciais clientes, fidelizava-os às marcas da ré e incentivava o crescimento dos volumes de compras dos produtos da ré por parte dos mesmos.*
- *A autora fomentava junto dos pontos de venda a opção de vender produtos de pressão, nomeadamente cerveja, refrigerantes, sidra e vinho.*
- *A autora informava a ré dos dados dos pontos de venda que tinha angariado para os produtos de pressão e solicitava a instalação do respetivo material extrator.*
- *A autora conquistava novos pontos de venda, seja aquando da abertura de novos estabelecimentos, seja conquistando clientes à concorrência.*
- *Quando o novo cliente pretendia vender produtos de pressão, nomeadamente cerveja de barril, a autora preenchia a “Ficha de Pedido” onde anotava os dados do cliente ponto de venda, a identificação e contacto do cliente, o equipamento extrator solicitado e a previsão de consumo.*

Provou-se também que:

- *A autora detetava as oportunidades comerciais geradas pelos eventos, angariava os clientes integrados nos mesmos e colaborava com os representantes da área comercial da ré, no processamento dos patrocínios das marcas desta.*
- *Colaborando com a ré, a autora apoiava as instituições e os clientes integrados nos eventos culturais, festivos, associativos e desportivos, de forma a promover a venda dos produtos da ré junto deste tipo de clientela.*
- *No ano de 2012, a autora manuseou, transportou e entregou 112.493,73 litros de produtos das marcas da ré nos eventos realizados na área do contrato.*
- *No ano de 2013, a autora manuseou, transportou e entregou 102.805 litros de produtos das marcas da ré nos eventos realizados na área do contrato.*

- No ano de 2014, a autora manuseou, transportou e entregou 72.162 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.

- No ano de 2015, a autora manuseou, transportou e entregou 48.333,12 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.

- No ano de 2016, a autora vendeu 75.936 litros de produtos das marcas da ré em eventos realizados na área do contrato.

Relativamente à distribuição dos produtos da Ré nestes eventos, embora a mesma ocorra apenas durante o período da sua realização, não deixa de se verificar uma fidelização dos clientes que transitam de uns anos para os outros, os quais, apesar de terem uma assiduidade pontual, não deixam de ter uma estabilidade específica.

Provou-se ainda que:

- A autora gozava de uma boa imagem comercial e de um grande prestígio na sua região.

- A autora desenvolveu a sua atividade comercial com dinamismo, dando provas de disponibilidade e simpatia para com os seus clientes.

Face à factualidade descrita, é inegável a prova que a Autora, com a sua ação, angariou novos clientes dos produtos da Ré cuja distribuição foi concessionada durante todo o período de execução do contrato.

E, apesar de não se encontrar quantificado o número de clientes angariado pela Autora, apenas se sabendo que, no ano anterior ao do termo do contrato, o número total de clientes era de 583, tendo essa angariação ocorrido durante 18 anos, com o sucesso que resulta da descrição factual acima transcrita, deve considerar-se que estamos perante uma angariação com uma dimensão que justifica que se considere preenchido o requisito que consta da alínea a), do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, analogicamente aplicado a este contrato de concessão.

Mas, para que se reconheça um direito de indemnização de clientela à Autora é ainda necessária a demonstração dos restantes requisitos enunciados nas alíneas b) e c) do mesmo artigo.

Relativamente ao requisito da alínea b), provou-se que a Ré, em data anterior ao dia do termo do contrato de concessão comunicou aos clientes a quem a Autora revendia os seus produtos que a distribuição dos mesmos passava a ser

efetuada por uma empresa – a Novadis –, afirmando que *com esta alteração, a SCC está convicta que continua a fazer todos os esforços para ir ao encontro das vossas melhores expectativas, consciente que os Clientes são a nossa maior riqueza e que a qualidade das nossas marcas e serviço são a garantia da sua fidelidade*, revelando, assim, o seu propósito de manter tal clientela.

Confirmando esta intenção, também se provou que, após o termo do contrato de concessão com a Autora, os pontos de venda da região em que a Autora operava foram visitados pela Novadis para recolha de dados e abertura de fichas de clientes, e que aquela, desde 1 de Maio de 2017, vende e entrega a clientes da área do contrato, os produtos que foram objeto do mesmo, pelo que é perfeitamente possível efetuar o juízo de prognose exigido na alínea b) do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho – é altamente provável que os produtos da Ré continuem a ser vendidos aos clientes angariados pela Autora pela nova distribuidora.

Igualmente se encontra verificado o requisito da alínea c), uma vez que resulta da matéria de facto provada que, com o termo do contrato, a Autora perdeu a distribuição dos produtos da Ré para a N... a qual que passou a efetuar a distribuição dos mesmos na zona anteriormente operada pela Autora.

Apesar de se ter provado que, até 31.10.2017, isto é, em período posterior à cessação do contrato, a Autora ainda registou vendas de produtos da Ré que já estavam em inventário à data do termo do contrato, tal circunstância não obsta à verificação do requisito exigido pela alínea c), do n.º 1, do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho. Esse requisito, previsto para a constituição do direito de indemnização no contrato de agência visa evitar uma duplicação compensatória, dirigindo-se sobretudo às situações em que as partes acordam no recebimento pelo agente de comissões pelos contratos que o principal venha a celebrar com os clientes angariados pelo agente em datas posteriores à celebração do contrato [\[11\]](#). Nos contratos de comissão comercial ela também abrangerá os casos em que as partes hajam acordado no pagamento de uma qualquer compensação ao concessionário pelos contratos que venham a ser celebrados posteriormente ao termo do contrato com os clientes por ele angariados. É esse o campo de previsão da alínea c), do n.º 1, do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, podendo abranger também situações espúrias, em que o concessionário continue a vender os produtos da Ré aos mesmos clientes, não se justificando que receba uma indemnização pela perda de uma clientela que mantém.

Ora, no presente caso, o que sucedeu foi apenas a venda a esses clientes, após o termo do contrato, de produtos que a Autora ainda havia adquirido à Ré na vigência do contrato e que, por isso, constavam do inventário do seu ativo, elaborado na data da cessação do contrato. Neste caso, o benefício obtido com a venda desses produtos ainda tem origem na atividade de intermediação do concessionário desenvolvida na vigência do contrato, embora consumada após o seu termo, pelo que a sua ocorrência não impede o preenchimento do requisito estabelecido na alínea c), do n.º 1, do artigo 33.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho [12].

Apurada a constituição de um direito de indemnização de clientela, deve o recurso interposto pela Autora ser julgado procedente nesta parte, revogando-se o acórdão recorrido, na parte em que absolveu a Ré do respetivo pedido indemnizatório.

Resta agora apurar qual o valor dessa indemnização.

3. Do montante da indemnização de clientela

A sentença proferida na 1.ª instância havia condenado a Ré a pagar à Autora o valor de € 4.362,14, a título de indemnização de clientela, correspondendo esse valor à média anual dos resultados líquidos da Autora, de toda a sua atividade comercial, entre 2012 e 2016, tendo sido contabilizado a 0, o resultado negativo de 2014.

A Ré defende que tem direito a receber uma indemnização no montante de € 740.410,37, o qual corresponderia, segundo o relatório da peritagem efetuado, ao valor médio dos descontos efetuados pela Ré à Autora no preço dos produtos vendidos, respeitante aos anos de 2012 a 2016.

Quanto ao valor da indemnização de clientela dispõe a primeira parte do artigo 34.º do Decreto-lei n.º 178/86, de 3 de julho:

A indemnização de clientela é fixada em termos equitativos, mas não pode exceder um valor equivalente a uma indemnização anual, calculada a partir da média anual das remunerações recebidas pelo agente durante os últimos cinco anos...

Atenta a dificuldade de apurar o valor do benefício usufruído pelo principal, até porque o mesmo é detetado num juízo de prognose, a fixação de um montante deve necessariamente recorrer à equidade, tendo, no entanto, como

plafond, o empobrecimento do agente, correspondente à perda da sua remuneração.

É importante notar que a existência deste teto não significa que o valor da indemnização deva com ele coincidir ou sequer que ele seja um ponto de partida de um percurso descendente, a percorrer pelo juízo equitativo, com vista a encontrar esse valor. Ele apenas deve intervir, se e quando, o valor apurado como resultado do juízo de equidade o ultrapasse [\[13\]](#), competindo ao concedente a sua prova, dado tratar-se de um facto modificativo do direito de indemnização de clientela (artigo 342.º, n.º 2, do Código Civil).

Na formação do juízo equitativo devem intervir todas as circunstâncias que nos permitam avaliar o benefício futuro para o concedente da angariação de clientela para os seus produtos por parte da Ré, devendo também ter-se presente os valores que a jurisprudência tem vindo a atribuir nestas situações, sendo aconselhável alguma moderação, dado que estamos perante um mero prognóstico de um benefício.

Os critérios adotados, quer pela sentença da 1.ª instância, quer o sugerido pela Autora, nas alegações de recurso, são de rejeitar. Este último, por coincidir com o que é apresentado como o *plafond* imposto pelo artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, e o primeiro por se reportar a um valor (o resultado de toda a atividade comercial da Autora) que, tendo por parâmetro aquele *plafond*, mas apurado segundo um diferente critério (o lucro líquido em vez do lucro bruto), introduz um fator corretivo que em nada traduz o valor do benefício futuro que a Ré irá auferir.

Na fixação do valor da indemnização de clientela, num juízo de equidade, há que atender aos seguintes dados que conseguimos recolher da matéria de facto provada:

- o significativo número de anos de vigência do contrato (18 anos), que indicia a angariação pela Autora da maior parte da clientela existente na data da cessação do contrato;
- a colaboração da Ré nas ações de venda dos seus produtos pela Autora (pontos 19, 25, 37, 46, 52, 71, 90 e 91 da matéria de facto provada);
- a força atrativa da marca de alguns produtos cuja venda foi concessionada à Autora, como as cervejas Sagres e Heineken e as águas Luso, revelando estes dois últimos dados que a angariação da clientela não se deveu apenas à ação da Autora;

- o número de clientes dos produtos da Ré vendidos pela Autora no período que antecedeu o termo do contrato (583);
- o valor das vendas pela Autora dos produtos da Ré nos últimos cinco anos (€. 2.283.991,02, em 2012; €. 2.031.111,91, em 2013; €. 1.527.690,57, em 2014; €. 1.442.611,08, em 2015; e €. 1.410.797,88, em 2016), revelando estes dois últimos dados, tendo em consideração a zona geográfica concessionada, uma forte implantação dos produtos na Ré;
- o facto de, após o termo do contrato, a nova distribuidora - a Novadis - ter visitado os pontos de venda da região em que a Autora operava para recolha de dados e abertura de fichas de clientes, tendo passado a vender e a entregar a clientes da área do contrato, os produtos que haviam sido objeto do contrato de concessão celebrado com a Autora, o que prognostica a fidelização da clientela angariada pela Autora aos produtos da Ré.
- a falta de alegação e prova do número exato de clientes angariados pela Autora entre os atuais clientes dos produtos da Ré, o que desfavorece as pretensões da Autora.

Ponderando estes fatores, com sinais contrários, e tendo presente os montantes das indemnizações de clientela atribuídas neste Supremo Tribunal, apesar da diversidade das circunstâncias relevantes casuísticas, num juízo de equidade, entende-se como adequada a fixação da indemnização em € 35.000,00.

Não se encontra demonstrado que este valor exceda o *plafond* fixado no artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho. Na verdade, ao contrário do que acontece no âmbito do contrato de agência, o concessionário não é remunerado por meio de comissões pelos negócios realizados. Nos contratos de concessão comercial, o seu interesse traduz-se antes no lucro resultante da actividade de distribuição comercial por ele desenvolvida e que consiste na diferença entre o preço de compra dos produtos ao concedente e o preço de revenda dos mesmos produtos a terceiros, sendo esse o lucro bruto, enquanto o lucro líquido corresponde ao resultado da subtração das despesas que teve com a actividade concessionada [\[14\]](#).

Ora, a matéria de facto provada não nos fornece os elementos necessários para apurar qualquer um destes valores, uma vez que, por um lado, não dispomos dos preços de aquisição dos produtos da Ré que a Autora revendeu durante os anos de 2012 a 2016 e cujo valor da revenda consta do ponto 96 da

matéria de facto, e, por outro lado, não sabemos quais as despesas da Autora com a atividade de revenda dos produtos da Ré.

O valor dos descontos efetuados pela Ré à Autora, que esta, nas alegações de recurso, pretende que sejam considerados a sua “remuneração”, que corresponderiam ao lucro bruto, neste caso, não podem assim serem encarados, uma vez que se encontra provado que *os descontos e promoções efetuados pela Ré, quer em fatura quer offinvoice, destinam-se exclusivamente a serem aplicados no mercado, isto é, nos concretos pontos de venda, não sendo destinados a remunerar o distribuidor*, gozando a Autora de *liberdade total na definição da sua política de preços* (pontos 23 e 101 da matéria de facto provada). Não correspondendo, necessariamente, o valor dos descontos à diferença entre o valor da compra dos produtos à Ré, pela Autora, e o valor da sua revenda, por esta, a terceiros, atenta a liberdade de fixação de preços que gozava a Autora, não é possível considerar que o valor dos descontos corresponda à “remuneração” da Autora, enquanto lucro bruto.

Daí que, não sendo possível apurar se o valor indemnizatório encontrado, com recurso a um juízo de equidade, ultrapassa o limite fixado no artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, deve o mesmo ser aceite, atenta a repartição do ónus da prova deste facto modificativo do direito indemnizatório (artigo 342.º, n.º 2, do Código Civil), estando, por isso, a Ré obrigada a pagá-lo à Autora.

4. Da compensação

No dia 1.05.2017, por email, a Autora interpelou a Ré, para efetuar o pagamento da quantia de € 740.410,37, a título de indemnização de clientela. Nessa mesma comunicação, a Autora declarou à Ré a extinção do débito da sua conta corrente, por compensação, nos termos e para os efeitos prescritos nos artigos 847.º e 848.º do Código Civil.

O artigo 847.º do Código Civil prevê:

1. Quando duas pessoas sejam reciprocamente credor e devedor, qualquer delas pode livrar-se da sua obrigação por meio de compensação com a obrigação do seu credor, verificados os seguintes requisitos:

a) Ser o seu crédito exigível judicialmente e não proceder contra ele exceção, perentória ou dilatária, de direito material;

b) Terem as duas obrigações por objeto coisas fungíveis da mesma espécie e qualidade.

2. *Se as duas dívidas não forem de igual montante, pode dar-se a compensação na parte correspondente.*

3. *A iliquidez da dívida não impede a compensação.*

E o artigo 848.º, n.º 1:

1. *A compensação torna-se efetiva mediante declaração de uma das partes à outra.*

Verificando-se os requisitos exigidos pelo n.º 1, do artigo 847.º, do Código Civil, com a declaração compensatória efetuada pela Autora em 1.05.2017, operou-se a extinção total de ambos os créditos, uma vez que ambos tinham o mesmo valor (€ 35.000,00), nos termos do artigo 854.º do Código Civil, não sendo devidos quaisquer juros de mora, o que deve ser declarado.

5. Do direito de indemnização por insuficiência do pré-aviso da denúncia do contrato

O acórdão recorrido considerou que a Ré não avisou a Autora, com a antecedência necessária, da sua vontade de, unilateralmente, pôr termo ao contrato que as unia, tendo condenado a Ré a pagar à Autora uma indemnização pelos prejuízos causados pelo facto de o pré-aviso não ter sido efetuado com uma antecedência cóngrua. O pré-aviso foi feito com uma antecedência de cerca de 3 meses, tendo o acórdão recorrido entendido que essa antecedência deveria ter sido de 1 ano (a sentença proferida na 1.ª instância havia considerado como prazo adequado o de 6 meses).

A Ré recorreu desta decisão subordinadamente, alegando que a comunicação da denúncia do contrato foi feita com uma antecedência adequada, não havendo lugar ao pagamento de qualquer indemnização.

Sendo o contrato de concessão comercial de execução duradoura continuada, quando ele tem uma duração indeterminada, é admissível uma desvinculação negocial unilateral *ad nutum*, através da figura da denúncia do contrato, garantindo-se, assim, a autodeterminação negocial dos contraentes e a inadmissibilidade de vínculos obrigacionais perpétuos [\[15\]](#)

No entanto, por prescrição da boa-fé, o termo do contrato não deve ocorrer imediatamente com a sua denúncia, devendo esta ser anunciada à contraparte, com uma antecedência razoável, relativamente à data da cessação do contrato, de modo a salvaguardar as legítimas expectativas desta

última na continuidade da relação contratual. O concessionário precisa de um tempo que lhe permita minorar ou anular os efeitos nocivos da cessação da relação contratual, procurando fontes alternativas de rendimento e reestruturando ou reconvertendo os meios utilizados no desenvolvimento da atividade cessante a novas atividades. Daí a necessidade do denominado pré-aviso, que se traduz na aposição de um termo suspensivo à eficácia extintiva da denúncia [\[16\]](#).

Esse pré-aviso é exigido no regime do contrato de agência no artigo 28.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho.

E se a exigência deste pré-aviso tem sido também aplicada, por analogia, ao contrato de concessão comercial, já quanto aos prazos em que ele deve ter lugar que constam do referido preceito legal, quer a jurisprudência, quer a doutrina, têm aberto uma brecha na equiparação do contrato de concessão ao contrato de agência, sustentando que, tendo em conta a maior dimensão dos meios investidos na atividade distribuidora, o concessionário necessita de mais tempo para reorientar a sua atividade, pelo que esses prazos, no contrato de concessão, devem ser mais longos, funcionando os prazos previstos no artigo 28.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, como prazos mínimos [\[17\]](#).

Esta “desobediência” ao regime do contrato de agência, tem como custo uma indeterminação do prazo de pré-aviso a observar, o que dificulta a atuação do contraente denunciante. Também aqui os precedentes jurisprudenciais serão um valioso auxílio na determinação do prazo a observar no caso concreto.

No presente caso, a Ré seguiu o prazo previsto no referido artigo 28.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, para um contrato de agência com a duração do contrato que a unia à Autora, e avisou-a, com três meses de antecedência, da sua vontade de denunciar o contrato de concessão comercial.

Para verificarmos se este prazo era minimamente adequado às circunstâncias do caso, há que ter presente os seguintes dados:

- o tipo de actividade concessionada (distribuição de bebidas em estabelecimentos de consumo imediato, nomeadamente hotéis, restaurantes e cafés, e em estabelecimentos do retalho alimentar tradicional), que não exige especiais dificuldades de readaptação dos meios utilizados à distribuição de outro tipo de produtos;

- o número de anos de vigência do contrato (18 anos), que revela uma atividade muito consolidada, exigindo um maior esforço de reconversão;
- a significativa dimensão da atividade concessionada na atividade comercial da Autora (65,36% em 2016);
- os investimentos feitos pela Autora na atividade concessionada constantes dos pontos 59 a 70 da matéria de facto provada, justificando estes dois últimos dados um tempo mais dilatado para a Autora poder reafectar esses investimentos.

Tendo em consideração tais circunstâncias e os antecedentes jurisprudenciais neste domínio, enquanto o prazo de 3 meses se afigura exíguo para possibilitar à Autora o redesenhar da sua atividade, já um prazo de 1 ano revela-se excessivo para a dinâmica comercial das relações entre empresas, o qual só deve ser adotado, como prazo limite, em situações excepcionais, julgando-se mais equilibrado um prazo de 6 meses.

Era com essa antecedência que deveria ter sido comunicada à Autora a vontade da Ré de denunciar o contrato de concessão comercial.

Não tendo sido observado este prazo razoável, deve a Ré indemnizar a Autora dos prejuízos que lhe causou com essa inobservância, sendo também habitual aplicar-se, por analogia, a consequência indemnizatória prevista no artigo 29.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, para o contrato de agência [\[18\]](#).

6. Do montante da indemnização

Dispõe aquele último preceito:

1 - Quem denunciar o contrato sem respeitar os prazos referidos no artigo anterior é obrigado a indemnizar o outro contraente pelos danos causados pela falta de pré-aviso.

2 - O agente poderá exigir, em vez desta indemnização uma quantia calculada com base na remuneração média mensal auferida no decurso do ano precedente, multiplicada pelo tempo em falta; se o contrato durar há menos de um ano, atender-se-á á remuneração média mensal auferida na vigência do contrato.

Confere-se ao agente a possibilidade de optar por um montante indemnizatório correspondente ao valor dos danos que efetivamente suportou, devido a não lhe ter sido concedido um prazo razoável para tomar as medidas

necessárias para anular as consequências negativas da cessação do contrato (n.º 1), ou por um valor fixado *a forfait*, calculado com base na remuneração média mensal auferida no decurso do ano precedente, multiplicada pelo tempo do pré-aviso em falta (n.º 2).

Nesta segunda opção, tal como ocorre na aplicação do artigo 34.º do Decreto-lei n.º 178/86, de 3 de julho, volta a colocar-se a questão do que é que deve entender-se por “remuneração” do concessionário – se o lucro bruto desta sua atividade, ou seja, a diferença entre o preço pelo qual compra os produtos para revenda ao concedente, ou se o lucro líquido, ou seja, a diferença entre o lucro bruto e o valor das despesas que suporta com a atividade concessionada.

Na petição inicial, a Autora optou pelo valor forfetário, pedindo que a Ré fosse condenada a pagar-lhe € 532.701,19, tendo como referência o valor do lucro bruto da atividade concessionada.

O acórdão recorrido fixou a indemnização pelo facto de a Ré não ter comunicado à Autora a sua vontade de denunciar o contrato de concessão com uma antecedência maior em € 4.847,68, tendo como critério um suposto valor do lucro líquido da atividade concessionada.

A Autora discorda da fixação deste valor, defendendo agora que essa indemnização deve ascender a € 475.452,43, por aplicação do disposto no n.º 2, do transcrito artigo 29.º, do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, partindo da ideia que o valor da “remuneração” da Autora no ano de 2016, corresponde à soma dos descontos efetuados pela Ré à Autora nesse ano, o que, na sua perspetiva, equivaleria ao lucro bruto da atividade concessionada.

Tendo presente a clara opção jurisprudencial [\[19\]](#) pelo valor do lucro líquido da atividade concessionada, como correspondendo à “remuneração” do concessionário, para efeitos de cálculo da indemnização de clientela, apesar de nos encontrarmos perante indemnizações de diferente natureza, por coerência sistemática, também na fixação da indemnização pela escassez da antecedência do pré-aviso, esse deve ser o valor da “remuneração” do concessionário a considerar.

No entanto, face à matéria apurada, como já ocorreu a propósito da determinação do *plafond* da indemnização de clientela fixado no artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, constata-se que os descontos efetuados pela Ré, por não corresponderem necessariamente à diferença entre os valores dos preços da compra e da revenda, atenta a liberdade da Autora na fixação dos preços de revenda, aliada ao facto de não constar da matéria de

facto provada o valor do preço das compras efetuadas pela Autora à Ré, não nos permite saber nem o valor do lucro bruto e, muito menos, o do lucro líquido, uma vez que também não dispomos do valor das despesas da Autora com a atividade concessionada.

Tendo em atenção que não será possível vir a apurar este último valor, uma vez que, conforme consta do relatório da peritagem efetuada à contabilidade da Autora, nesta não se encontram autonomizados os centros de custos, não se justifica relegar inutilmente o apuramento do lucro líquido para uma fase posterior de liquidação desse montante, devendo optar-se por fixar a indemnização, nos termos do artigo 566.º, n.º 3, do Código Civil, recorrendo-se, também aqui, a um juízo de equidade que pondere o lucro líquido de toda a atividade comercial da Autora no ano de 2016 (€ 11.079,77), a percentagem da atividade concessionada na atividade global da Autora no ano de 2016 (65,36%) e o valor da faturação da Autora, relativo à atividade concessionada no ano de 2016 (€ 1.410.797,88).

Note-se que o juízo efetuado pelas instâncias de aplicação da percentagem do volume de vendas dos produtos da Ré, no volume global das vendas efetuadas pela Autora, ao lucro líquido de toda a atividade desta, é inexato, uma vez que se desconhece, e não é possível conhecer, qual a percentagem do custo dos meios utilizados na distribuição dos produtos da Ré nos custos totais da atividade da Autora, desconhecendo-se o motivo pelo qual os lucros globais têm um valor tão baixo, face ao valor da faturação relativa à revenda dos produtos da Ré.

Pesando, equitativamente, aqueles valores, afigura-se adequada uma indemnização, por insuficiência, em três meses, do pré-aviso da denúncia do contrato, no valor de € 12.000,00.

Acresce a este capital, juros de mora desde a data da citação da Ré, à taxa definida por lei (artigos 804.º, 805.º e 806.º do Código Civil).

*

Decisão

Pelo exposto, acorda-se em julgar parcialmente procedente o recurso interposto pela Autora e improcedente o recurso interposto pela Ré e, em consequência, altera-se o acórdão recorrido, decidindo-se:

- reconhecer a existência de um direito de crédito da Autora sobre a Ré, no valor de € 35.000,00, a título de indemnização de clientela, declarando-se

extintos, por compensação, este crédito e o crédito da Ré sobre a Autora, no valor de € 35.000,00, que esta havia sido condenada a pagar à Ré na sentença proferida na 1.ª instância, não sendo devidos quaisquer juros de mora relativos a ambos os créditos.

- condenar a Ré a pagar à Autora € 12.000,00, a título de indemnização por insuficiência do pré-aviso da denúncia do contrato, acrescidos de juros de mora, calculados sobre aquela quantia, desde a data da citação da Ré, até integral pagamento, à taxa definida por lei.

- absolver a Ré do demais peticionado.

*

Custas da ação e dos recursos interpostos pela Autora, na proporção do decaimento das partes.

Custas dos recursos interpostos pela Ré, por esta.

*

Notifique.

*

Nos termos do artigo 15º-A do Decreto-Lei n.º 10-A, de 13 de março, aditado pelo Decreto-Lei n.º 20/20, de 1 de maio, declaro que o presente acórdão tem o voto de conformidade dos restantes juízes que compõem este coletivo.

*

Lisboa, 8 de setembro de 2021

João Cura Mariano (relator)

Fernando Baptista

Vieira e Cunha

[1] No preâmbulo do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, que estabeleceu um regime legal para o contrato de agência, já se afirmava que, relativamente ao contrato de concessão comercial, *deteta-se no direito comparado uma certa tendência para o manter como contrato atípico, ao mesmo tempo que se vem*

pondo em relevo a necessidade de se lhe aplicar por analogia - quando e na medida em que ela se verifique - o regime da agência, sobretudo em matéria de cessação do contrato.

[2] Alertando para os riscos desta aplicação “desregrada” do regime do contrato de agência à cessação do contrato de concessão comercial, MARIANA DAVID, *A Aplicação Analógica do Regime Jurídico da Cessação do Contrato de Agência aos Contratos de Concessão Comercial. Tradição ou Verdadeira Analogia?*, Revista da Ordem dos Advogados, Ano 71º, n.º 3 (2011), pág. 906-908.

A estes riscos acrescentamos o desincentivo das partes regularem nos contratos que celebram as consequências da sua cessação, o que tem como consequência um excesso de litigiosidade neste domínio.

[3] É essa mobilidade casuística que é defendida por PINTO MONTEIRO, *Denúncia de um Contrato de Concessão Comercial*, Coimbra Editora, 1998, pág. 78-79, *Contratos de Distribuição Comercial*, Almedina, 2002, pág. 62-67, *Sobre os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial. Anotação aos acórdãos do STJ de 12.03.2015 e de 17.05.2012*, Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 144, n.º 3992, pág. 367-371, *De novo os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial - Anotação ao AUJ do STJ n.º 6/2019*, na Revista de Legislação e de Jurisprudência, Ano 149, n.º 4019, pág. 158-160, e *Contrato de Agência*, Almedina, 9.ª ed., pág. 72-79, RUI PINTO DUARTE, *Tipicidade e Atipicidade dos Contratos*, Almedina, 2000, pág. 121-130 e 184-195, e CARLOS FERREIRA DE ALMEIDA, *Contratos III. Contratos de Liberalidade, de Cooperação e de Risco*, Almedina, 2012, pág. 141-142.

[4] Vide, a mesma preocupação na declaração de voto da Conselheira Maria da Graça Trigo, aposta no acórdão de 07.10.2020, Proc. 12219/15, deste Tribunal, acessível em www.dgsi.pt.

[5] Sobre a história deste direito, FERNANDO FERREIRA PINTO, *Contratos de Distribuição. Da tutela do distribuidor integrado em face da cessação do vínculo*, Universidade Católica Editora, 2013, pág. 542-571, CAROLINA CUNHA, *A Indemnização de Clientela do Agente Comercial*, Coimbra Editora, 2003, pág. 15-26, MENEZES LEITÃO, *Indemnização de Clientela no Contrato de Agência*, Almedina, 2006, pág. 15, e SARA VIEIRA DE OLIVEIRA, *A Mutabilidade da Indemnização de Clientela, Internacionalização de Empresas*, Almedina, 2019, pág. 14-15.

[6] Sobre a natureza deste direito, FERNANDO FERREIRA PINTO, *Contratos de Distribuição*, cit., pág. 676-690, e *A indemnização de clientela no âmbito dos contratos de distribuição*, Revista de Direito Comercial, 2.01.2019, pág. 6-17, PINTO MONTEIRO, *Sobre os requisitos legais da indemnização de*

clientela do distribuidor comercial. Anotação aos acórdãos do STJ de 12.03.2015 e de 17.05.2012, Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 144, n.º 3992, pág. 372-373, CARLOS LACERDA BARATA, *Anotações ao Novo Regime do Contrato de Agência*, Lex, 1994, pág. 83-84, MENEZES CORDEIRO, *Direito Comercial*, 4.ª ed., Almedina, pág. 790-791, MENEZES LEITÃO, ob. cit., pág. 92-100, PINTO MONTEIRO, *Contratos de Distribuição Comercial*, cit., pág. 157-160, CAROLINA CUNHA, ob. cit., pág. 363-424, e SARA VIEIRA DE OLIVEIRA, ob. cit., pág. 16-21

[7] Ver as decisões do S.T.J. referidas na nota 14.

[8] JOSÉ ALBERTO VIEIRA, *O Contrato de Concessão*, Almedina, 2006, pág. 125-127, MENEZES LEITÃO, ob. cit., pág. 84-85, PINTO MONTEIRO, *Denúncia de um Contrato de Concessão Comercial*, cit., pág. 75-92, *Contratos de Distribuição Comercial*, cit., pág. 161-168, *Sobre os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial. Anotação aos acórdãos do STJ de 12.03.2015 e de 17.05.2012*, Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 144, n.º 3992, pág. 373-374, *Revisitando a Lei da Agência 30 Anos Depois*, na Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 146, n.º 4001, pág. 80-82, *O Contrato de Agência*, cit., pág. 154-157, RUI PINTO DUARTE, *A Jurisprudência Portuguesa Sobre a Aplicação da Indemnização de Clientela ao Contrato de Concessão Comercial - Algumas Observações*, Themis II.3 (2001), pág. 315-321, JOSÉ ENGRÁCIA ANTUNES, *Direito dos Contratos Comerciais*, Almedina, 2012, pág. 451, MARIANA SOARES DAVID, ob. cit., pág. 899-900, SARA VIEIRA DE OLIVEIRA, ob. cit., pág. 35-37, e SÓNIA CARVALHO, *Algumas Notas sobre o Contrato de Distribuição Seletiva*, Estudos de Homenagem a Fernando Araújo de Barros, ISMAI, pág. 474-480.

Contra a corrente, FERNANDO FERREIRA PINTO, *Contratos de Distribuição*, cit., pág. 724-737, e *A indemnização de clientela no âmbito dos contratos de distribuição*, Revista de Direito Comercial, 2.01.2019, pág. 17-30.

[9] CARLOS LACERDA BARATA, ob. cit., pág. 82.

[10] Com posições próximas deste raciocínio, MENEZES LEITÃO, ob. cit., pág. 69, PINTO MONTEIRO, *Contratos de Distribuição Comercial*, cit., pág. 153, e CAROLINA CUNHA, ob. cit., pág. 126-129.

[11] PINTO MONTEIRO, *De novo os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial - Anotação ao AUJ do STJ n.º 6/2019*, na Revista de Legislação e de Jurisprudência, Ano 149, n.º 4019, pág. 165, *Sobre os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial. Anotação aos acórdãos do STJ de 12.03.2015 e de 17.05.2012*, Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 144, n.º 3992, pág. 375-377, JOANA VASCONCELOS, *Cessação do Contrato de Agência e Indemnização de Clientela - algumas questões suscitadas pela Jurisprudência relativa ao DL*

178/86, Direito e Justiça, vol. XVI (2002), tomo 1, pág. 248-249, e SARA VIEIRA DE OLIVEIRA, ob. cit., pág. 29.

[12] PINTO MONTEIRO, *De novo os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial - Anotação ao AUJ do STJ n.º 6/2019*, cit., pág. 169.

[13] CAROLINA CUNHA, ob. cit., pág. 339.

[14] Na doutrina, há quem sustente que a remuneração a que se refere o artigo 34.º do Decreto-lei n.º 178/86, de 3 de julho, nos contratos de concessão comercial é o lucro líquido da atividade concessionada, como PINTO MONTEIRO, *Sobre os requisitos legais da indemnização de clientela do distribuidor comercial. Anotação aos acórdãos do STJ de 12.03.2015 e de 17.05.2012*, Revista de Legislação e Jurisprudência, Ano 144, n.º 3992, pág. 378, *Contrato de agência*, cit., pág. 162, SÓNIA CARVALHO, *Os Contratos de Distribuição Comercial e o Direito da Concorrência na União Europeia*, 2013, Tese de Doutoramento inédita, pág. 153, nota 295 (*apud* Pinto Monteiro, em *Contrato de Agência*, cit., pág. 162), enquanto outros defendem a correspondência dessa remuneração com o lucro bruto, como MARIANA SOARES DAVID, ob. cit., pág. 20-21, MENEZES LEITÃO, ob. cit., pág. 69-70, RUI PEREIRA DIAS, *A Indemnização de Clientela no Contrato de Concessão Comercial: Cálculo do Montante e Fixação do Limite Máximo*, "Atas do Colóquio Distribuição Comercial nos 30 Anos da lei do Contrato de Agência", Instituto Jurídico da Faculdade de Direito de Coimbra, 2017, pág. 317 e seg., e SARA VIEIRA DE OLIVEIRA, ob. cit., pág. 38-39.

O Supremo Tribunal de Justiça tem entendido que deve ser o lucro líquido o dado a considerar no cálculo do teto do montante indemnizatório - v.g., entre os mais recentes, os acórdãos de **23.11.2006**, Proc. 06B2085 (Rel. Bettencourt de Faria), de **13.09.2007**, Proc. 07B1958 (Rel. Alberto Sobrinho), de **15.11.2007**, Proc. 07B02097 (Rel. Salvador da Costa), de **05.03.2009**, Proc. 09D02097 (Rel. Alberto Sobrinho), de **10.12.2009**, Proc. 763/05 (Rel. Hélder Roque), de **17.05.2012**, Proc. 99/05 (Rel. Abrantes Geraldês), de **20.06.2013**, Proc. 178/07 (Rel. Serra Batista), de **02.12.2013**, Proc. 1420/06 (Rel. Salazar Casanova), de **18.06.2014**, Proc. 2709/08 (Rel. Oliveira Vasconcelos), de **12.05.2016**, Proc. 2470/08 (Rel. Maria da Graça Trigo), de **09.01.2018**, Proc. 23030/01 (Rel. Cabral Tavares), de **12.07.2018**, Proc. 391/06 (Rel. Acácio das Neves), e de **07.10.2020**, Proc. 12219/15 (Rel. Abrantes Geraldês), todos acessíveis em www.dgsi.pt.

[15] PEDRO ROMANO MARTINEZ, *Da Cessação do Contrato*, Almedina, 2005, pág. 227.

[16] PAULO VIDEIRA HENRIQUES, *A Desvinculação Unilateral Ad Nutum nos Contratos Civis de Sociedade e de Mandato*, Boletim da Faculdade de Direito,

Coimbra Editora, 2001, pág. 237.

[17] FERNANDO FERREIRA PINTO, *Contratos de Distribuição*, cit., pág. 378-380, ALEXANDRE DIAS PEREIRA, *Denúncia e Indemnização de Clientela nos Contratos de Distribuição*, Separata do Boletim de Ciências Económicas, vol. LVII (2014) de Homenagem ao Prof. Doutor António José Avelãs Nunes, pág. 2638-2640, PINTO MONTEIRO, , *Denúncia de um Contrato de Concessão Comercial*, cit., pág. 67, *Contratos de Distribuição Comercial*, cit., pág. 138, MARIANA SOARES DAVID, ob. cit., pág. 898-899, HIGINA ORVALHO CASTELO, *Cessação do Contrato de Agência*, “Estudos em Homenagem ao Prof. Doutor José Lebre de Freitas”, vol. II, Coimbra Editora, 2013, pág. 116, SOFIA TOMÉ D’ALTE, *O Contrato de Concessão Comercial*, Revista da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, vol. XLII, n.º 2, pág. 1421.

Na redação original do artigo 28.º, n.º 1, c), do Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de julho, o prazo do pré-aviso nos contratos com uma duração superior a 1 ano era de 3 a 12 meses, conforme as circunstâncias do caso.

[18] Cfr. os acórdãos do S.T.J. de **12.04.2005**, Proc. 04A4685 (Pinto Monteiro), de **12.10.2006**, Proc. 06B3288 (Rel. Salvador da Costa), de **13.09.2007**, Proc. 07B1958 (Rel. Serra Batista), de **05.03.2009**, Proc. 09B0297 (Rel. Alberto Sobrinho), de **19.02.2015**, Proc. 320/08 (Rel. Tomé Gomes), de **27.10.2016**, Proc. 7313/13 (Rel. Tomé Gomes), e de **12.07.2018**, Proc. 391/06 (Rel. Acácio das Neves).

Contra esta aplicação analógica, FERNANDO FERREIRA PINTO, *Contratos de distribuição*, cit., pág. 535-537.

[19] Acórdãos citados na nota 14.