

I

(14 valores)

Abel, advogado, é também proprietário de uma mercearia sita no Chiado, onde vende, entre outros bens, vinho, oriundo de uma quinta alentejana de Bento, um engenheiro agrónomo que explora vários latifúndios.

De modo a potenciar as vendas da mercearia *gourmet*, Abel contratou com Carlos, engenheiro informático, a elaboração de vários *spots* publicitários destinados a ser divulgados na Internet, pelo preço de € 4.000,00.

Para além do vinho de Bento, Abel vende igualmente queijo produzido pela *Chaparro, Produtos regionais, Lda*. De modo a comercializar tal queijo, foi celebrado, em Novembro de 2008, um contrato nos termos do qual Abel se obriga a comercializar os queijos num expositor aprovado pela *Chaparro* e do qual conste a respetiva identificação e logotipo, bem como a adquirir um mínimo de 500 kg de queijo por ano.

Responda, fundamentadamente, às seguintes questões, identificando os problemas relevantes:

- i. Qualifique, em termos jurídico-privados, os sujeitos do caso (5 valores);
- ii. Tendo em consideração que Abel, que é casado em comunhão de adquiridos com Vitória, não pagou o vinho fornecido por Bento, suponha que este aciona ambos para procederem ao pagamento. *Quid juris?* (2 valores)
- iii. Como qualifica o contrato celebrado entre Abel e Carlos, bem como a posição jurídica de Carlos? (3 valores)
- iv. Suponha que a *Chaparro*, mau grado ter aumentado anualmente as vendas em 40% em consequência das encomendas de Abel, que ainda tem na mercearia 350 kg de queijo, decreta a resolução unilateral do contrato. *Quid juris?* (4 valores)

Grupo II

(6 Valores)

Duarte, Ema e Filipa exploram há já quase 10 anos o conhecido “Café da Liberdade”, na Av. da Liberdade.

Ao fim do dia afluíam ao referido café dezenas de pessoas só para saborearem o batido de morango.

Ainda assim, após terem tudo planeado, decidiram vender o seu negócio a Gustavo e Heitor.

Celebraram, por isso, um contrato de compra e venda no dia 1 de janeiro de 2016, onde se podia ler o seguinte:

“*Clausula 15 (objeto)*”

1. *O Contrato de Compra e Venda inclui mobília, loiça e máquinas de café.*
2. *É excluída do presente contrato a receita do batido de morango.”*

Duarte, Ema e Filipa consultaram-no a si porque querem abrir um novo café nos Restauradores, no qual contam vender apenas batidos, entre os quais o famosíssimo batido de morango, agora com o nome “*I’shake*”.

Gustavo e Heitor souberam de tal intento e instauraram uma providência cautelar com vista a impedir a construção do novo café dos restauradores.

Responda, justificadamente, às seguintes questões:

1. Qualifique e caracterize o contrato celebrado entre os vendedores Duarte, Ema e Filipa e os compradores Gustavo e Heitor tendo em atenção o clausulado pelas partes (**4 valores**).
2. Em que sentido deve decidir o tribunal? (**2 valores**).

Tópicos de correção:

Grupo I:

i) A celebra compras de vinho, que, de acordo com o artigo 463/1.º do CCom, são comerciais, porquanto adquire o vinho com o objetivo de o revender. Atento o facto de, à luz do art. 13.º, § 1.º, do CCom, A ter (i) capacidade comercial (de notar que o facto de exercer uma profissão liberal não obsta à qualificação como comerciante), (ii) fazer do comércio profissão e de exercer profissionalmente tal atividade, pode concluir-se que A é comerciante. Seria valorizada uma referência à *tendencial exclusividade* da atividade comercial para qualificar o seu autor como comerciante, como pretende alguma doutrina.

Quanto a B, caberia discutir se, à luz do art. 230.º, 2.º, do CCom estaríamos perante um ato de comércio objetivo, atento o tratamento legal desqualificador-mercantil das atividades agrícolas (artigo 230.º § 1). Seria valorizada a abordagem da interpretação atualista/restritiva do artigo 230.º § 1 (havendo exploração “profissional” dos latifúndios, estaríamos perante uma empresa, com a conseqüente comercialidade do ato em questão) vs. interpretação tradicional/enunciativa; no primeiro caso, B deveria considerar-se como comerciante; no segundo, não.

C, se profissional liberal, poderia ser considerado comerciante por aplicação analógica do art. 230, 3.º (prestação de serviços), na medida em que tal atividade respeite os requisitos da profissionalidade (art. 13, 1.º);

A Chaparro pode ser considerada comerciante se se tratar de uma sociedade comercial (art. 13, 2.º); tem tipo comercial (art. 200 do CSC), e, quanto ao objeto, não parece que possa reduzir-se à atividade agrícola, antes intrigando compras de coisa móveis para revender depois de modificadas (art. 463, 1.º), podendo mesmo integrar a atividade de fornecimento; concluindo-se pela comercialidade do objeto, deveria concluir-se pela qualificação da sociedade como comercial (art. 1.º, 2, CSC) e, assim, como comerciante (art. 13.º, 2.º)

ii). A é comerciante. Por conseguinte, presume-se que a dívida foi contraída em proveito comum do casal, sendo a dívida da responsabilidade de ambos.

Referência ao regime do Decreto-Lei n.º 32/2003, cujo artigo 4.º/1 prevê o vencimento de juros de mora, nos termos do disposto no CCom. Referência ao regime de vencimento do artigo 4.º/2.

Quanto à taxa de juro, tratava-se de um crédito de um comerciante (B), relativo à prática de um ato de comércio objetivo.

Uma vez que A incumpriu a obrigação de pagamento do preço, cabe aferir da comunicabilidade da dívida, nos termos do artigo 15.º do CCom e do artigo 1691.º/1 d) do CC.

ii) Qualificação do contrato celebrado entre A e B como contrato de prestação de serviços *lato sensu* (a priori, seria um contrato de encomenda, previsto e regulado no CDADC).

Da parte de A, estaríamos perante um ato de comércio subjetivo, uma vez que diz respeito ao seu comércio, não estando expressamente regulado no CCom (art. 2.º).

Da parte de C, à luz do artigo 230.º/5.º, estaríamos perante uma atividade comercialmente relevante. De notar, no entanto, que a criação de páginas web não era (nem podia ser prevista pelo CCom, que data de 1888), pelo que caberia interpretar atualisticamente o preceito. Haveria, ainda, que atentar no artigo 230.º, § 3: apenas relevaria a comercialidade, caso C praticasse esta atividade profissionalmente.

iii) Qualificação do contrato como franquia de distribuição, i.e., o contrato através do qual o franqueado se limita a vender determinados produtos num estabelecimento com a insígnia do licenciante.

Referência à tipicidade social do contrato de franquia, pese embora a atipicidade legal.

Indicação dos elementos comuns ao contrato de franquia:

(i) Concessão de licença de marca e/ou direito de uso de sinais distintivos do comércio do franqueador;

(ii) Transmissão de saber fazer (“know how”);

(iii) Prestação de assistência do franqueador ao franqueado;

(iv) Controlo da atividade do franqueado pelo franqueador;

(v) Prestações pecuniárias do franqueado para com o franqueador;

Referência à obrigação de compra mínima.

Referência ao regime da cessação do contrato de franquia.

Admitia-se, também, uma resposta que qualificasse o contato como de concessão comercial.

iv. Aplicabilidade por analogia das normas relativas à indemnização de clientela previstas no artigo 33.º, número 1 do DL n.º 178/86. Por força deste preceito, o franquiado/concessionário tem direito, após a cessação do contrato, a uma indemnização de clientela, desde que sejam preenchidos, cumulativamente, os requisitos seguintes:

a. Tenha angariado novos clientes para a outra parte ou aumentado substancialmente o volume de negócios com a clientela já existentes;

b. A outra parte venha a beneficiar consideravelmente, após a cessação do contrato, da atividade desenvolvida pelo agente;

c. O licenciado deixe de receber qualquer retribuição por contratos negociados ou concluídos, após a cessação do contrato, com os clientes referidos na alínea a).

Adicionalmente, há que determinar a sorte dos bens e/ou produtos que esta tivesse em stock. Não será por via do enriquecimento sem causa (artigo 474.º CC), pelo que deverá ser equacionada uma obrigação com faculdade alternativa: o ex-franqueador/ex- concedente deve retomar os bens ao seu preço atual ou permitir que o ex-franqueado/ex-concessionário possa utilizá-los, única e exclusivamente para escoar o stock.

Grupo II

1. Identificação e caracterização geral do estabelecimento comercial. O âmbito mínimo do estabelecimento comercial: discussão. No caso concreto: haveria ainda um estabelecimento comercial atendendo à exclusão da receita? Discussão atendendo à centralidade do batido e da sua (previsível) importância para a faturação do café. Qualificação do negócio projetado: um trespasse de estabelecimento comercial, concretizado através de uma compra e venda. Em concreto: negócio unitário. O problema do esvaziamento do estabelecimento comercial e da descaracterização do trespasse. O peso da receita e discussão das consequências da sua exclusão. Eventual descaracterização do trespasse e demais consequências de regime.

2. Breve caracterização da obrigação de não concorrência no direito comercial, em geral e nos negócios sobre estabelecimento comercial em particular. A sua (discutida) existência e fundamentação. Distinção entre obrigação implícita de não concorrência e obrigação convencional de não concorrência e contratual e pós-contratual. Peso da receita e capacidade do batido de morango “angariar” clientela. Segundo uma das teses em presença: conclusão pela procedência do pedido: proximidade temporal, territorial e de objeto.