



João Botelho
ADVOGADO

LEGISLAÇÃO ANOTADA

Contrato de Agência - Notas de Jurisprudência

Ficha Técnica

Autor: Botelho, João

Título: Contrato de Agência - Notas de Jurisprudência

Suporte: Documento Electrónico

I.S.B.N.: 978-989-8552-00-6

Edição: Dikaion – Unipessoal, Lda

Largo da Feira, 24, 2º dt.º - 2665-228 Malveira

Telefone: 917 341 903

editor@digitaljurisbook.pt

Distribuição: Modos de Ver, Design e Comunicação, Lda

distribuicao@modosdever.pt

www.modosdever.pt

*"Tudo quanto te vier à mão para fazer,
faze-o conforme as tuas forças,
porque na sepultura, para onde tu vais,
não há obra, nem indústria, nem ciência,
nem sabedoria alguma"*

Eclesiastes
Capítulo 9, verso 1.º
(da Bíblia)

REGULAMENTA O CONTRATO DE AGÊNCIA OU REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

Decreto-Lei n.º 178/86,
de 3 de Julho

CAPÍTULO I Disposições gerais

Artigo 1.º *Noção e forma*

1 – Agência é o contrato pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta da outra a celebração de contratos, de modo autónomo e estável e mediante retribuição, podendo ser-lhe atribuída certa zona ou determinado círculo de clientes.

2 – Qualquer das partes tem o direito, a que não pode renunciar, de exigir da outra um documento assinado que indique o conteúdo do contrato e de posteriores aditamentos ou modificações.

Nota: o artigo 1.º foi alterado pelo artigo 1.º do Decreto-Lei n.º 118/93, de 13 de Abril.

I. Elementos típicos do contrato de agência

1. Ac. STJ de 09.03.1993 (Carlos Caldas) (ITIJ, 082121)

I – São elementos essenciais do contrato de agência: a obrigação de promoção de contratos, a cargo do agente; por conta de outrem, o principal; a autonomia do agente; a estabilidade do vínculo; a delimitação territorial ou subjectiva, da actuação do agente; a obrigação do pagamento de retribuição, a cargo do principal.

II – A actividade do agente não é celebrar contratos, mas estimular que eles se celebrem.

2. Ac. RC de 14.12.1993 (Paiva Gonçalves) (Proc. 908) (CJ, Ref. 11961/1993)

I – Contrato de agência é a convenção pela qual umas das partes (o agente) se obriga a promover por conta da outra (o principal) a celebração de contratos, numa zona territorial ou num círculo de clientes delimitado, com autonomia e de modo estável, mediante retribuição.

3. Ac. RP de 04.07.1994 (Marques Peixoto) (ITIJ, 9311211)

I – No contrato de agência o agente não tem poderes para celebrar contratos por si próprio; limita-se a fomentar a sua conclusão e a prepará-los.

4. Ac. STJ de 27.10.1994 (Sousa Macedo) (Proc. 85341) (CJ, Ref. 6951/1994)

I – É contrato de agência aquele pelo qual A. assume com estabilidade o encargo de promover por conta de B., com retribuição, a conclusão de contratos numa determinada zona.

II – Reveste tal natureza o contrato em que A. se comprometeu a proceder à distribuição e revenda, em nove concelhos do distrito do Porto de combustíveis líquidos e de lubrificantes de B.

5. Ac. STJ de 27.10.1994 (Sousa Macedo) (ITIJ, 085341)

I – O contrato de agência implica uma prestação de serviços relativos à distribuição ou comercialização de certos produtos por uma zona territorial ou tipo de clientela, para difundir no mercado os bens e a marca de certa empresa, concedendo ao agente certos direitos, especialmente necessidade de aviso prévio e indemnização de clientela, aquando da cessação do contrato.

6. Ac. STJ de 16.05.1995 (Pais de Sousa) (ITIJ, 086774)

I – Desde que entre Autora e Réu foi celebrado, por escrito, um contrato de agência, havia o Réu que o cumprir pontualmente, como se comprometera, no tocante ao pagamento das peças que lhe eram enviadas pela Autora, o que não fez. Daí a sua legítima condenação a pagar esse preço.

7. Ac. STJ de 03.10.1995 (Fernandes Magalhães) (ITIJ, 086812)

Contrato de agência é aquele pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta de outra a celebração de contratos em certa zona ou determinado círculo de clientes, de modo autónomo e estável e mediante retribuição.

8. Ac. RP de 08.05.1997 (Alves Velho) (ITIJ, 9730331)

III – Aplica-se o regime do contrato de agência ao contrato onde A e B acordaram entre si que A promoveria junto de importadores franceses (C, D, E...) a venda de produtos fabricados por B e, na sequência desse contrato, A colocou encomendas de artigos deste, B não aceitou essas encomendas e desenvolveu com o importador C várias diligências atinentes ao desenvolvimento de contratos de compra e venda.

9. Ac. RP de 14.04.1997 (Fonseca Ramos) (ITIJ, 9650965)

I – No contrato de agência, o agente não celebra os negócios em nome próprio, mas em nome do principal; não é dono das mercadorias, que não adquire ao produtor: a agência é, por isso, um contrato de gestão de interesses alheios.

10. Ac. RP de 20.05.1997 (Cândido de Lemos) (ITIJ, 9621288)

I – São elementos essenciais do contrato de agência: a) A obrigação de promoção de contratos. b) A actuação do agente por conta do principal. c) A autonomia do agente. d) A estabilidade do vínculo. e) A onerosidade do negócio.

No essencial é a autonomia de que goza o agente, em contraposição com a subordinação jurídica, que o distingue do contrato de trabalho.

Contudo tal autonomia não é absoluta pois o agente é obrigado a respeitar as intenções da outra parte.

11. Ac. STJ de 05.11.1997 (Nascimento Costa) (ITIJ; 97B628)

I – É questão de direito afirmar a existência de uma declaração tácita, deduzida de factos que com toda a probabilidade a revelam, sendo também questões de direito o juízo de probabilidade e a respectiva dedução.

II – Os comportamentos de onde se deduz a declaração tácita têm de ser “significantes”, “positivos” e “inequívocos”, devendo recusar-se a existência de declaração tácita na simples aceitação da diminuição de remunerações recebidas pelo Autor.

III – O contrato de agência não está sujeito a forma escrita – artigo 1.º do DL 178/86 de 3 de Julho de 1986, ainda não alterado, à data dos factos em discussão, pelo DL 118/93 de 13 de Abril.

IV – As partes, embora o tenham reduzido a escrito, podem, verbalmente, alterar o conteúdo de uma cláusula.

12. Ac. RP de 11.05.1998 (Aníbal Jerónimo) (ITIJ, 9750895)

I – O contrato de agência caracteriza-se pelo desenvolvimento da actividade de promoção negocial, angariação de clientes e prosseguir negociações com potenciais clientes por conta da outra parte (o principal), a quem dirige as encomendas e as propostas negociais, só podendo o agenciário concluir o negócio se tiver poderes por escrito nesse sentido.

13. Ac. RP de 24.05.1999 (Aníbal Jerónimo) (ITIJ 9950122)

I – No contrato de agência, a função primordial do agente traduz-se na promoção de um contrato que vem a ser celebrado entre o principal e o cliente e a cujas obrigações recíprocas o mesmo ficará absolutamente alheio.

14. Ac. STJ de 08.06.1999 (Tomé de Carvalho) (ITIJ, 98A444)

I – São elementos tipificadores do contrato de agência a obrigação do agente de promover a celebração do contrato, a actuação do agente por conta da outra parte (este contrato integra-se na categoria dos contratos de cooperação, pois o agente defende os interesses do principal), essa actuação numa certa zona geográfica ou num determinado círculo de pessoas, a autonomia do agente (embora integrado na rede de distribuição do principal, tem a possibilidade de organizar livremente a sua própria actividade e o seu próprio trabalho), o carácter de estabilidade da relação contratual entre as parte (é um contrato duradouro e a actividade por si desenvolvida tem natureza empresarial) e a remuneração paga pelo principal ao agente (é contrato oneroso).

15. Ac. STJ de 09.11.1999 (Francisco Lourenço) (ITIJ, 99A413)

I – É essencial, ao contrato de agência, que o agente organize e desenvolva a sua actividade com considerável liberdade e independência face ao principal, isto é, com autonomia, no quadro do artigo 5.º, n.º 1, do DL 178/86, de 3 de Julho.

II – Tal contrato é essencialmente oneroso, sendo a obrigação de promover a celebração de contratos a cargo do agente, uma obrigação de meios, ou de comportamento, ligada, sinalagmaticamente à obrigação de retribuição do principal, nas fronteiras, do artigo 13.º, alínea f), do dito DL.

16. Ac. STJ de 25.09.2003 (Salvador da Costa) (ITIJ, 03B2244)

I – São elementos essenciais do contrato de agência a que se reporta o Decreto-Lei n.º 178/86, de 3 de Julho, a obrigação do agente promover a realização de contratos por conta do principal, com estabilidade e autonomia, e de o segundo pagar ao primeiro determinada remuneração, denominada comissão. (...)

17. Ac. RC de 20.11.2003 (Bordalo Lema) (ITIJ, 1432/03)

I – No contrato de agência (DL 178/86, de 3/7) o agente desenvolve autonomamente em nome do principal, mas em regime de colaboração estável e sem estar ligado a ele por um contrato de trabalho, uma actividade de prospecção de mercado, de conquista de clientela e de promoção de produtos numa determinada zona, celebrando para tanto negócios – obrigação de promoção de contratos a cargo do agente, por conta da outra parte –, face ao que o principal retribui o agente sob a forma de comissão ou de percentagem.

18. Ac. STJ de 21.04.2005 (Oliveira Barros) (ITIJ, 05B603)

I – Conforme art.º 1.º do DL 178/86, de 3/7, são, nomeadamente, elementos típicos do contrato de agência a actuação em nome de outrem e a retribuição. (...)

19. Ac. RP de 11.07.2005 (Fonseca Ramos) (ITIJ, 0553724)

I – Caracterizam o contrato de agência os seguintes elementos típicos: obrigação do agente promover a celebração de contratos, por conta e no interesse do principal ou comitente; estabilidade contratual; exercício da actividade com autonomia, por parte do agente, muito embora não seja de excluir que o principal forneça directrizes elementares ou programáticas; retribuição, normalmente calculada com base em percentagem sobre o valor das vendas (comissões) – não sendo incompatível que, a par de tal forma de remuneração, se acorde no pagamento de valor fixo enquanto perdurar a relação agente-agenciado.

20. Ac. RC de 14.12.2005 (Garcia Calejo) (ITIJ, 3524/05)

I – O D.L. n.º 178/86, de 3/7, define o contrato de agência, no seu art.º 1.º, como aquele “contrato pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta de outra a celebração de contratos em certa zona ou determinado círculo de clientes, de modo autónomo e estável e mediante retribuição”.

II – Neste tipo de contratos é a empresa que celebra os contratos com os clientes, limitando-se, salvo convenção em contrário, a promover a celebração dos mesmos, constituindo obrigação fundamental do agente promover a celebração de contratos por conta da outra parte, o que implica não apenas a difusão dos bens e sua penetração no mercado, como, igualmente, todo um complexo leque de tarefas ligadas à negociação e preparação dos contratos.

21. Ac. RP de 27.11.2007 (João Proença) (ITIJ, 0722711)

I – Desde a entrada em vigor do DL 118/93, de 13/4, nada exclui a celebração de contratos de agência em que o principal se posicione, quanto aos contratos cuja

celebração cabe ao agente promover, do lado da procura, ou seja, como adquirente de bens ou serviços.

II – A existência de instruções por parte do principal, que não ponham em causa a autonomia do agente, e a fiscalização da actividade deste são compatíveis com o contrato de agência.

22. Ac. RG de 19.12.2007 (Rosa Tching) (ITIJ, 2138/07-2)

I – O contrato de agência ou de representação comercial é o contrato pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta da outra a celebração de contratos, de modo autónomo e estável e mediante retribuição, podendo ser-lhe atribuída certa zona ou determinado círculo de clientes.

II – São elementos essenciais deste contrato a obrigação do agente promover a celebração de contratos; actuação do agente por conta da outra parte, isto é, defendendo os interesses do principal; actuação do agente numa certa zona geográfica ou num determinado círculo de pessoas; autonomia do agente (apesar de integrado na rede de distribuição do principal, o agente tem a possibilidade de organizar livremente a sua própria actividade e o seu próprio trabalho); o carácter de estabilidade da relação contratual entre as partes (a actividade de intermediação, prolonga-se no tempo) e a remuneração paga pelo principal ao agente (direito à comissão logo que o principal ou o terceiro haja cumprido o contrato).

23. Ac. RG de 25.02.2008 (Gouveia Barros) (ITIJ, 190/08-2)

I – É essencial para a caracterização de um contrato como de agência que seja desenvolvida actividade tendente à conquista ou desenvolvimento do mercado do principal pelo suposto agente.

II.

Forma do contrato

24. Ac. RP de 01.04.1997 (Araújo Barros) (ITIJ, 9621039)

I – O Decreto-Lei 178/86, de 3 de Julho, não prescrevendo qualquer solenidade para a celebração do contrato de agência, consagrou a consensualidade de tal contrato, susceptível, por isso, de ser outorgado por qualquer forma.

II – Se o contrato de agência foi reduzido a escrito e não se demonstrou que haja sido estipulado previamente qualquer forma especial para as declarações, estamos perante o recurso à forma voluntária e não perante uma situação de forma convencional.

III – No âmbito da forma voluntária são, em princípio, válidas quaisquer estipulações verbais posteriores à elaboração do documento que modifiquem o seu conteúdo se corresponderem à vontade do declarante, embora a respectiva prova não possa ser feita por testemunhas.

IV – A prova, para além da confissão, pode ser feita por qualquer escrito que não obedeça aos requisitos legais.

V – A declaração negocial, para valer como tal, não tem de ser expressa, admitindo-se que possa ser tácita, quando se deduz de factos que, com toda a probabilidade, a revelam. (...)

25. Ac. STJ de 03.05.2001 (Tomé de Carvalho) (ITIJ, 01A1002)

I – O contrato de agência é consensual.

II – Por razões de segurança, ligadas à protecção dos contraentes, atribui-se a qualquer deles o direito de exigir do outro a assinatura de um documento com o conteúdo do contrato e de eventuais aditamentos ou modificações.

26. Ac. RL de 08.06.2004 (Abrantes Gerales) (Proc. 4390-04) (CJ, Ref. 8487/2004)

(...) IX – O direito de exclusividade depende de acordo escrito.

III.**Ónus da prova da natureza e conteúdo do contrato de agência****27. Ac. STJ de 16.06.2009 (Nuno Cameira) (ITIJ, 128/09.1YFLSB)**

I – Sendo o contrato ajuizado um contrato de agência, regulado pelo DL 178/86 (alterado pelo DL 118/93, de 11/4), cabia ao autor provar, por ser constitutivo do direito accionado e, nesse sentido, integrado na causa de pedir, o facto traduzido no acordo celebrado com a ré acerca do valor percentual da comissão relativamente a cada uma das vendas angariadas.

II – Feita essa prova demonstrado ficaria, do mesmo passo, o incumprimento da ré, que para se livrar da sua responsabilidade teria então de provar, por seu turno, que a falta de cumprimento não procedeu de culpa sua, conforme o art.º 799.º, n.º 1, CC. (...)

IV.**Duração****28. Ac. RP de 05.03.1992 (Cesário de Matos) (ITIJ, 8950505)**

I – De acordo com o preceituado no Decreto-Lei n.º 178/86, de 03/07, verifica-se o contrato de agência comercial quando, por acordo verbal, alguém promove a realização de contrato de venda de produtos do outro contratante, em nome deste e mediante uma certa comissão, em certa zona do país, desde que se revele que o agente actua junto dos clientes de modo independente e uma vez que as partes nada tenham reservado sobre matéria reservada nesse diploma, “ex vi” do artigo 37.º.

II – Se em tal contrato se não fixou prazo, o mesmo tem-se como celebrado por tempo indeterminado.

29. Ac. RP de 19.11.1996 (Pelayo Gonçalves) (ITIJ, 9521197)

I – Celebrado contrato de agência, sem se ter convencionado prazo, presume-se celebrado por tempo indeterminado.

II – A parte que alegou que o contrato era a termo é que tem o ónus da prova da sua alegação.

V.**Eficácia da agencia relativamente ao principal****30. Ac. RP de 26.03.1998 (Oliveira Vasconcelos) (ITIJ, 9830383)**

I – Em acção intentada pela autora pedindo a condenação da ré no pagamento do preço das mercadorias que lhe vendeu no exercício da sua actividade comercial, não

pode a ré chamar a intervir na causa como associado da autora o agente desta, pois do invocado contrato de compra e venda não resulta para o agente qualquer direito próprio paralelo ao da autora, dado que os efeitos dos actos que o agente pratica se destinam ao principal, se repercutem ou projectam na esfera jurídica deste.

31. Ac. RE de 11.01.2007 (Fernando Bento) (Proc. 2212/06-3) (JusNet, 2068/2007)

O contrato promessa em causa só subsiste mediante a condição que caso não venha a ocorrer resolve o contrato, destruindo-se os seus efeitos retroactivamente. Os contratos celebrados por agência, vinculam directamente o principal.

VI.

**Aplicação subsidiária do regime do contrato de agência
a outros contratos análogos**

32. Ac. RP de 05.10.1992 (Araújo Barros) (ITIJ, 9250031)

(...) IV – A cláusula geral de protecção de terceiros de boa fé, estabelecida pelo artigo 23.º, n.º 1 do Decreto-Lei 178/86 para o contrato de agência, surge como norma paradigmática na disciplina dos contratos de cooperação, aplicando-se, assim, analogicamente, a todos os contratos que revistam natureza cooperativa ou colaborante.

33. Ac. RC de 27.01.1998 (Rua Dias) (Proc. 1112/97) (CJ, Ref. 8914/1998)

I – Havendo bastantes pontos coincidentes entre as cláusulas do contrato celebrado entre A. e R. e as normas tipificadoras do contrato de agência, é de concluir pela aplicação das disposições deste.

VII.

Agência v. Contrato de trabalho

34. Ac. STJ de 03.02.1999 (Quirino Soares) (Proc. 739/98) (CJ, Ref. 939/1999)

(...) III – A subordinação jurídica e a autonomia são os elementos que avultam como diferenciadores dos contratos de trabalho e de agência.

35. Ac. STJ de 07.05.2003 (António Manuel Pereira) (Proc. 284/03) (CJ, Ref. 8345/2003)

A actividade desenvolvida pelo autor à ré como vendedor comissionista desta, reveste a natureza de um contrato de agência e não de um contrato de trabalho.

36. Ac. RC de 20.11.2003 (Bordalo Lema) (ITIJ, 1432/03)

(...) II – No contrato de trabalho é necessária a verificação cumulativa da subordinação económica do trabalhador ao empregador e bem assim a subordinação jurídica daquele, prestando uma actividade sob as ordens, direcção e fiscalização do empregador.

37. Ac. RL de 09.11.2005 (Maria João Romba) (Proc. 6077/2005-4) (JusNet, 5549/2005)

Configura um contrato de trabalho e não de agência a relação jurídica em que o trabalhador se inseria numa estrutura hierárquica na organização empresarial do empregador e que, embora grande parte da sua actividade fosse exercida no exterior,

cumpria um horário, sendo que o empregador controlava não só a sua actividade como a respectiva assiduidade, estipulava os objectivos de vendas, autorizava a ida de férias após a apresentação do respectivo plano e fornecia os instrumentos de trabalho.

38. Ac. STJ de 13.06.2006 (Sousa Grandão) (Proc. 06S698) (JusNet, 4384/2006)

Verifica-se a existência de um contrato de trabalho e não de um contrato de agência, quando o trabalhador, apesar de passar recibos verdes ao empregador, exerce as suas funções de vendedor integrado no departamento comercial e sob a direcção daquele, numa relação de subordinação, tendo ao seu dispor um automóvel para seu uso pessoal e exercendo a sua actividade nas instalações do empregador, sujeito a um horário de trabalho, sempre quando não se encontre em visitas a clientes no exterior. A qualificação do contrato como sendo de trabalho deve ser feita caso a caso tendo em conta a conjugação dos diversos indícios disponíveis.

39. Ac. RP de 14.04.2008 (Albertina Pereira) (Proc. 0744340) (JusNet, 1830/2008)

CONTRATO DE TRABALHO. CONTRATO DE AGÊNCIA. No contrato de trabalho, o trabalhador presta um serviço para a entidade patronal, sobe as suas ordens e direcção. O contrato de agência consiste numa prestação de serviços, em que o agente assume a obrigação de promover por conta da outra parte a celebração de contratos, que envolve uma actividade material, nomeadamente de prospecção do mercado, de angariação de clientes, de difusão dos produtos e serviços, de negociação, que antecede e prepara a conclusão dos contratos, mas na qual o agente já não tem de intervir. No contrato de agência, o agente actua autonomamente. Dos factos apurados entende-se não estarmos perante um contrato de trabalho.

VIII.

Agência v. Concessão comercial

40. Ac. RL de 10.10.1991 (Silva Salazar) (ITI), 0029546)

I – Não é havido por agência, mas, sim, por concessão, o contrato pelo qual, em determinada área geográfica, alguém fica com o direito de revenda de produtos de outrem, adquirindo-os a este e procedendo à revenda em seu próprio nome, e não em representação do fornecedor.

II – O contrato de concessão rege-se pelas disposições dos contratos afins, dentre os quais avultam as referentes ao mandato e mais particularmente ao mandato comercial.

III – O contrato de concessão é livremente denunciável por qualquer das partes como meio de extinção dos vínculos obrigacionais, mas no caso de denúncia ou revogação injustificada haverá lugar à obrigação de indemnizar os prejuízos sofridos por tal motivo.

41. Ac. STJ de 04.05.1993 (Santos Monteiro) (ITI), 083376)

I – Contrato de agência é aquele pelo qual uma das partes se obriga a promover por conta de outra a celebração de contratos em certa zona ou determinado círculo de clientes, de modo autónomo e estável, mediante retribuição, actuando, assim, o agente em nome e por conta do proponente.

II – Concessionário é o comerciante independente que aceita não comprar, para os revender, senão certos materiais ou produtos, com a condição do construtor ou fabricante lhe atribuir a exclusividade de venda num sector determinado.

III – O contrato de concessão é um contrato atípico a que se aplica, por analogia, quando e na medida em que ela se verifique, o regime do contrato de agência.

42. Ac. RP de 14.04.1997 (Fonseca Ramos) (ITIJ, 9650965)

(...) II – No contrato de concessão comercial, o concedente vende os produtos que fabrica ao concessionário que, por sua vez, os revende no mercado; o concessionário age em nome próprio, correndo o risco inerente ao negócio que exerce com autonomia; não auferir qualquer retribuição do concedente, apenas beneficiando da margem de venda.

43. Ac. STJ de 08.06.1999 (Tomé de Carvalho) (ITIJ, 98A444)

(...) II – individualizam o contrato de concessão comercial o seu carácter duradouro, a actuação do concessionário em nome próprio e por conta própria, ter como objecto bens produzidos ou distribuídos pelo concedente, a obrigação do concessionário de promover a revenda dos produtos que constituem o objecto do contrato na zona a que o mesmo se refere, a obrigação deste de celebrar, no futuro, sucessivos contratos de compra e do concedente celebrar, no futuro, sucessivos contratos de venda, a obrigação do concessionário de orientar a sua actividade empresarial em função da finalidade do contrato e do concedente de fornecer àquele os meios necessários ao exercício da sua actividade.

44. Ac. STJ de 10.05.2001 (Araújo Barros) (ITIJ, 01B324)

I – O contrato de concessão comercial é aquele pelo qual uma das partes (o concessionário) se obriga a comprar a outras (o concedente), para revender numa zona determinada, bens produzidos pelo concedente.

II – Exprime-se tal negócio jurídico por uma relação contratual duradoura entre o produtor e o distribuidor, através da qual o concessionário actua em nome e por conta própria.

III – Distingue-se, esse contrato do contrato de agência por o concessionário, ao contrário do agente, actuar em seu nome e por conta própria, adquirir a propriedade da mercadoria, não sendo também de qualificar como contrato de fornecimento ou de distribuição autorizada.

IV – Aplica-se a esse tipo contratual inominado e atípico o regime do contrato de agência regulado inicialmente pelo DL 178/86, de 3 de Julho depois alterado pelo DL 118/93 de 13 de Abril, que transpõe para a ordem jurídica interna a Directiva 86/653/CEE do conselho de 18 de Fevereiro de 1986.

45. Ac. RL de 08.06.2004 (Abrantes Gerales) (Proc. 4390-04) (CJ, Ref. 8487/2004)

CONTRATO DE CONCESSÃO COMERCIAL. Contrato de Agência. Denúncia. Resolução. Declaração admonitória.

I – O contrato de concessão comercial é uma modalidade que se situa dentro dos contratos de distribuição comercial mas é diverso do contrato de agência.

II – É que, enquanto neste o agente actua em nome do principal, ainda que inserido numa organização mais vasta que implique a aplicação de produtos para revenda, naquele o concessionário actua perante terceiros em nome próprio e por conta própria, assumindo ele mesmo os riscos da actividade.