

## Lei Ferrari e regras para concessão comercial no setor automobilístico

No Brasil, a relação entre os fabricantes de veículos automotores e seus distribuidores é regida pela Lei 6.729/70 (Lei Ferrari), posteriormente alterada pela Lei 8.132/90, bem como pela Primeira Convenção da Categoria Econômica dos Produtores e da Categoria Econômica dos Distribuidores e os contratos de concessão individuais.

A Lei Ferrari possui caráter de lei especial, ou seja, não cabe a aplicação subsidiária de normas de Direito Comum, e traz informações acerca das formalidades e obrigações necessárias para que se estabeleça, de forma válida, uma relação de concessão comercial entre produtores e distribuidores<sup>[1]</sup> de veículos automotores.

A aludida lei contempla as condições comerciais que para concessão comercial de veículos automotores, sendo taxativa em relação à:

- (i) delimitação de área geográfica para comercialização de veículos de uma marca específica;
- (ii) Assistência técnica, garantia e revisão;
- (iii) Uso gratuito, como elemento identificador, da marca do produtor;
- (iv) Fidelidade e exclusividade recíproca concernente aos produtos e à marca e;
- (v) Prazo de vigência do contrato de concessão comercial por prazo indeterminado, ou pelo prazo mínimo e inicial de 5 (cinco) anos.

No que tange a forma de constituição da relação de concessão comercial, esta só será válida e regular caso seja formalizada por contrato escrito<sup>[2]</sup>, não sendo admitido a existência de contrato verbal.

Dessa forma, através do referido instrumento, de um lado o concedente detém o poder de fiscalização do contrato, não podendo interferir nas práticas de gestão do negócio pelo concessionário, para fins de permitir a definição da estratégia de sua produção, zelar pela sua marca e acompanhar a rota de seu produto desde a fabricação até a comercialização.

De outro lado, é assegurado ao concessionário o direito exclusivo de revenda, em área delimitada, com a valorização de seu patrimônio pelo uso privativo da marca do concedente.

A área operacional delimitada é outro atributo essencial à concessão comercial, expressamente prevista na Lei Ferrari, em seu artigo 5º<sup>[3]</sup>, que exige que a concessionária atue em área delimitada e sem interferência de outras concessionárias.

As empresas concedentes, como regra e seguindo as diretrizes estabelecidas pela Convenção da Marca, deverão manter as mesmas condições de preço e de pagamento para toda sua rede de concessionários, vedando qualquer prática que possa ser caracterizada como concorrência desleal.

No que concerne aos requisitos para a contratação de nova concessão comercial de veículos automotores, conforme a Convenção da Categoria Econômica dos Produtores e Distribuidores, deverá ser observada a pré-existência de concessão regularmente contratada na área alvo.

Caso haja concessão na área demarcada, deverá ser comprovada a necessidade de expansão do mercado

---

de veículos automotores novos ou perda de penetração dos concessionários existentes no mercado local.

Na hipótese de nova concessão, deverão ser atendidos os padrões de instalação e de operação adequadas à demanda contratada, sem interferir nos padrões aplicados aos distribuidores da região.

O índice de fidelidade na compra de componentes dos veículos automotores, previsto no artigo 8º[4] da Lei Ferrari e na Convenção da Categoria Econômica dos Produtores e Distribuidores, estabelece que os concessionários deverão adquirir pelo menos 75% [5] (setenta e cinco por cento) das compras anuais de componentes diretamente com o seu concedente.

No entanto, quando o concedente deixar de fornecer à rede de concessionários os componentes, tais como o motor, ou qualquer outra peça ou conjunto integrante do veículo automotor, a aquisição destes junto a outros fornecedores não será computada no percentual que lhe é facultado. Ou seja, a aquisição poderá ser feita diretamente com terceiros e não será contabilizada no cálculo do índice de fidelidade.

Fazendo referência às contratações pelos concedentes de empresas que tenham por escopo, exclusivamente, a prestação de assistência técnica ou comercialização de componentes, estas terão seu regime e normas de operação estabelecidos em convenção da marca, que deverão incluir regras acerca da (i) área operacional e (ii) limites dos preços praticados ao consumidor final.

Neste ponto, vale ressaltar que as empresas contratadas para a prestação de assistência técnica ou comercialização de componentes não terão qualquer direito pertinente à comercialização de veículos automotores.

[1] 1 Art. 2 – Consideram-se:

I – **produtor**, a empresa industrial que realiza a fabricação ou montagem de veículos automotores;  
II – **distribuidor**, a empresa comercial pertencente à respectiva categoria econômica, que realiza a comercialização de veículos automotores, implementos e componentes novos, presta assistência técnica a esses produtos e exerce outras funções pertinentes à atividade;

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

[3] Art. 5º – São inerentes à concessão:

I – área operacional de responsabilidade do concessionário para o exercício de suas atividades;  
II – distâncias mínimas entre estabelecimentos de concessionários da mesma rede, fixadas segundo critérios de potencial de mercado.

(...)

[4] Art. 8º – Integra a concessão o índice de compra de componentes os veículos automotores que dela faz parte, podendo a convenção de marca estabelecer percentuais de aquisição obrigatória pelos concessionários.

[5] Capítulo XI – Do Índice de Fidelidade dos Componentes

Art. 1º O índice de fidelidade de componentes em pelo menos setenta e cinco por cento calcular-se-á sobre o valor anual das respectivas compras, que o distribuidor poderá efetuar ao produtor e a outros fornecedores, independentemente da quota de veículos automotores.

**Date Created**

20/07/2012