

# PESSOA JURÍDICA DE DIREITO PÚBLICO

## INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS

### PERDAS E DANOS DO FRANQUEADO — DEVER DE REPARAR

#### RESUMO

- ..... 1) que, individualmente, as suplicantes firmaram um contrato de franquia para a utilização da marca Clarity de produtos cosméticos e de perfumaria de propriedade da Ré, ocorrendo que ela se omitiu no cumprimento de sua obrigação assumida no aludido instrumento, vez que não divulgou a referida marca e, quando o fez, foi de forma negligente e amadora; 2) que, além disso, a suplicada violou cláusula pactuada de exclusividade, já que contratou a distribuição dos produtos em loja de departamentos e promoveu venda direta nos territórios dos franqueados; 3) que as razões acima motivaram a propositura, objetivando uma indenização no que concerne aos gastos efetuados pelas Suplicantes para obtenção de pontos comerciais, taxas de franquia e de divulgação, obras e despesas conexas alusivas à adaptação das lojas aos padrões da Clarity, prejuízos mensais e lucros cessantes, estes últimos a serem apurados pelo Louvado ou baseados em quaisquer outros valores, bem como juros e correção monetária, além da sucumbência. - ..... - Cuida-se de ação de indenização, pelo rito comum ordinário, em face de inadimplência de contrato de "franchising". - Elucide-se, inicialmente, que as preliminares constantes dos autos restaram resolvidas, inclusive, como consta da r. sentença, pelo julgamento do A.I. nº 3.202/98, com matéria preclusa, não havendo, também, outra impugnação em sede de recurso, bem como o agravo retido, em não sendo reiterado, ficou prejudicado. - Analisam-se os recursos em conjunto, em face da conexão existente entre eles. - Imp ende, em primeiro lugar, que se estabeleçam às definições sobre o contrato de "franchising" e os seus requisitos indispensáveis, já que, com tais conotações serão examinadas as principais teses em lide. - Assim temos: - ARNALDO RIZZARDO, em sua obra Contratos, (Editora Forense, Rio de Janeiro, 2ª edição, 2002) aduz a p. 1013, "in litteris": "Através do contrato de franquia, ou "franchising", desenvolve-se um sistema de distribuição de bens e serviços, pelo qual o titular de um produto, serviço ou método, devidamente caracterizado por marca registrada, concede a outro comerciante, que se liga ao titular por relação contínua, licença e assistência para a expansão do produto no mercado." - NELSON ABRÃO, citado pelo professor supramencionado, observa que: "O contrato pelo qual o titular de uma marca de indústria, comércio ou serviço (franqueador), concede o seu uso a outro empresário (franqueado), posicionado ao nível de distribuição, prestando-lhe assistência no que concerne aos meios e métodos para viabilizar a exploração dessa concessão, mediante o pagamento de uma entrada e um percentual sobre o volume dos negócios realizados ao franqueado." - ADALBERTO SIMÃO FILHO, em seu livro Franchising, São Paulo, 3ª Ed. Atlas, p. 36/42, salienta ser o contrato de franquia: "Contrato típico, misto, bilateral, de prestações recíprocas e sucessivas com o fim de possibilitar a distribuição, industrialização ou comercialização de produtos, mercadorias ou prestação de serviços, nos moldes e forma previstos em contrato de adesão." - O Professor FRAN MARTINS (Contratos e Obrigações Comerciais, 7ª Edição, Forense, Rio de Janeiro, 1984, página 567;3), a seu turno com a acuidade que lhe é peculiar, define o contrato ora em tela como: "o contrato que liga uma pessoa a uma empresa, para que esta, mediante condições especiais, conceda à primeira o direito de comercializar marcas ou produtos de sua propriedade sem que, contudo, a essas estejam ligadas por vínculo de subordinação." - Em termos de direito alienígena, encontramos perfeita explicação acerca do contrato em debate na doutrina de RENÉ RODIÈRE e BRUNO OPPETIT, ambos citados por ARNALDO RIZZARDO, nos seguintes termos. "Un contrat est conclu entre le franchiseur et le franchisé, aux termes duquel le premier autorise le second à poster sa marque sur les produits qu'il vendra et s'engage, outre un crédit de démarrage, à le conseiller dans l'aménagement de son entreprise. En fait, le franchiseur est plus important que le franchisé et le fait profiter de l'expérience qu'il a

acquis ainsi que de la mise au point qu'il a pu faire d'une certaine technique de distribution commerciale." -  
No que toca à disciplina legal, a Lei nº 8.955 de 15/12/94, em seu art. 2º, assim aduz: "Franquia empresarial é o sistema pelo qual o franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, asso

**EMENTA**

Caracterizada a violação pelo franqueador das normas que regulam o contrato de franquia, cláusula pactuada de exclusividade, tem o franqueado direito a indenização em danos emergentes, mas não em lucros cessantes.(Ementa do EMENTÁRIO FORENSE)