



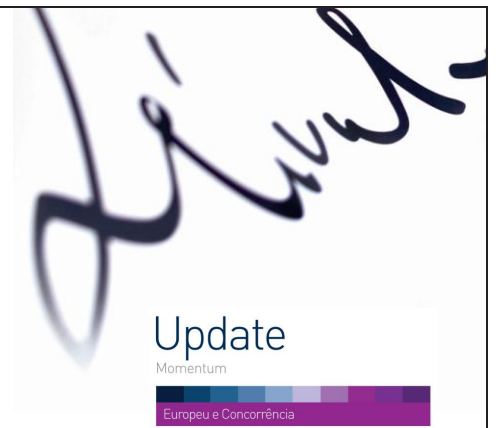
21 de outubro de 2014

ACÓRDÃO DO STJ N.º 9/2014 - FIXAÇÃO DE JURISPRUDÊNCIA

OS DESCONTOS EM *RAPPEL* COMO DESCONTOS DE QUANTIDADE

É opinião maioritária na doutrina que o instituto da proibição de venda com prejuízo, hoje constante do Decreto-Lei n.º 166/2013, não visa em si proteger o consumidor nem obter para ele o preço mais baixo. Verifica-se, por isso, a “desadequação do regime da venda com prejuízo à defesa dos interesses a que normalmente anda associado”. Estas palavras são do Supremo Tribunal de Justiça (STJ) em acórdão de uniformização de jurisprudência n.º 9/2014, subscrito por unanimidade pelo pleno das secções criminais em 14.5.2014, que veio, de forma até bastante pormenorizada, explicar as razões para tal desadequação.

A questão centra-se nos denominados “descontos comerciais permanentes” estabelecidos nas relações contratuais entre os fornecedores e a chamada grande distribuição, em especial, no desconto em *rappel*, ou seja, num desconto que é baseado no volume de vendas (desconto que se concede a um cliente por atingir um consumo determinado durante um período de tempo estabelecido) visando o encorajamento dessas mesmas vendas e a criação de incentivos ao escoamento dos produtos. A este respeito, o Tribunal da Relação de Évora, em dois acórdãos que distam temporalmente menos de 1 mês, adotou duas posições antagónicas. Se num acórdão de 7.5.2013 (proc. n.º 86/12.5YQSTR.E1), entendeu que os descontos fixos e incondicionais aplicáveis a um determinado agente económico, em virtude do seu historial de aquisições, não são aceitáveis para efeitos de cálculo do preço de custo efetivo



(designadamente, quando a aquisição de uma única unidade de produto é suficiente para preencher o primeiro escalão de desconto), no acórdão de 16.4.2013 (proc. n.º 55/12.5YQSTR.E1) tinha entendido que mesmo que o ponto de partida definido para o primeiro escalão seja a unidade, tal não desvirtuava a natureza do *rappel* como desconto de quantidade (que consta, em geral, dos contratos de fornecimento ou de tabelas de preços), já que os escalões não são mais do que um instrumento de cálculo, onde se estabelecem margens. Em consequência, dos acórdãos em oposição não está em causa qualquer controvérsia quanto à exigência de os descontos serem suscetíveis de determinação no momento da emissão da fatura (ambos aceitam, pelo menos implicitamente, a natureza incondicional do desconto), mas sim quanto à exigência de o desconto estar diretamente relacionado com a transação em causa.

Quid iuris? Deverá um *rappel* aplicado a partir da primeira unidade ser ou não considerado um desconto de quantidade relevante para efeitos do cálculo do preço de compra efetivo? E é ou não aceitável que este seja um preço de compra ficcionado, sem correspondência com a realidade?

É neste contexto que a presente pronúncia assume uma importância fundamental. Para o STJ, para relevarem para tal efeito, os descontos devem reunir um conjunto significativo de pressupostos, entre os quais, um (i) requisito formal – “os descontos devem estar previstos na fatura, quer de forma imediata, quer indiretamente, através de remissão para o contrato de fornecimento ou para as tabelas de preços”; e um (ii) requisito temporal – “é necessário que os descontos sejam suscetíveis de determinação no momento de emissão da fatura”. Com efeito, para o STJ, a «distinção entre descontos direta e indiretamente relacionados com uma concreta transação é, para este efeito, artificial. **Desde que os descontos tenham por fonte o contrato de fornecimento celebrado entre as partes (que é afinal, a raiz de cada uma das transações concretas que o executam) e que seja economicamente exequível a fórmula encontrada para os repercutir no preço do produto, nenhum obstáculo se vislumbra à sua dedução, pois correspondem, na realidade a economias conseguidas para o revendedor».**

O STJ considerou ainda, de forma impressionante, a natureza complexa das relações obrigacionais entre as partes. Para este Tribunal, «as relações comerciais entre fornecedor (produtor ou grossista ou



importador) e revendedor não se esgotam – e nem sequer se caracterizam hoje – por celebrações independentes e autónomas de negócios de compra e venda», antes têm por base «uma relação comercial tendencialmente duradoura», sob a forma de um contrato de fornecimento que «é estruturalmente um contrato-quadro cuja execução requer a celebração de múltiplos contratos (compra e vendas mercantis)». Desta forma, todos os descontos concedidos no âmbito de uma relação comercial determinam um verdadeiro mecanismo de conta-corrente que servem uma estratégia comercial do fornecedor, enquanto concedem uma vantagem financeira para o revendedor. Tudo isto faz parte da coerência inerente à cooperação comercial. Não perceber isto é não perceber a lógica das relações comerciais e/ou de fornecimento. Em suma, «justamente por as relações comerciais entre fornecedor e fornecido não se esgotarem na periódica celebração de negócios de compra e venda que, para cumprimento da exigência formal de os descontos estarem previstos na fatura, a lei admite a possibilidade de os descontos estarem indiretamente identificados na fatura através de remissão para o contrato de fornecimento [ou para as tabelas de preços que (...) contemplam as condições de venda]». A jurisprudência fixada pelo STJ neste acórdão de uniformização é assim de aplaudir. Além de ser a melhor solução no plano jurídico, reduz significativamente as incertezas decorrentes do brutal aumento da moldura contraordenacional previsto no novo regime das práticas restritivas do comércio. No entanto, impõe-se que as empresas continuem a monitorizar com a maior atenção este novo regime legal.

Luís Bordalo e Sá

lbs@servulo.com

Sérvulo & Associados | Sociedade de Advogados, RL

A presente publicação da Sérvulo & Associados tem fins exclusivamente informativos. O seu conteúdo não constitui aconselhamento jurídico nem implica a existência de relação entre advogado cliente. A reprodução total ou parcial do conteúdo depende da autorização expressa da Sérvulo & Associados.

Rua Garrett, n.º 64 1200-204 Lisboa - Portugal Tel: (+351) 21 093 30 00 Fax: (+351) 21 093 30 01/02
geral@servulo.com www.servulo.com