

TozziniFreire.
ADVOGADOS

Boletim Especial

Os 45 anos da Lei Ferrari.

Este boletim foi desenvolvido pelas áreas de **Contencioso, Arbitragem, Automotivo e Direito do Consumidor** de TozziniFreire Advogados.

OS 45 ANOS DA LEI FERRARI



Introdução

Em 28 de novembro de 1979, foi publicada a Lei nº 6.729, conhecida como Lei Ferrari, a qual se constitui como o marco legal da regulamentação da concessão comercial do setor automotivo no Brasil.

Quando de sua edição, o principal objetivo da Lei foi o de estabelecer regras claras para a regência da relação entre as empresas concedentes – especialmente fabricantes e montadoras de veículos novos – e as empresas concessionárias – notadamente

revendedoras de automóveis e prestadoras de serviços de assistência técnica.

Nesse momento em que celebramos os 45 anos da Lei Ferrari, convidamos você para uma breve retrospectiva sobre os principais fundamentos da Lei, sua evolução na sociedade brasileira e os questionamentos que recaem sobre o seu futuro.

Pegue uma carona conosco e aproveite essa viagem!

Panorama geral das disposições da Lei Ferrari

De início, a Lei Ferrari estabelece quem são os agentes abarcados por suas previsões e quais tipos de negócios estão colocados sob sua égide.

Nesse sentido, a Lei estabelece que suas normativas são aplicáveis à distribuição de veículos automotores – como automóveis, caminhão, ônibus, trator e motocicletas – além da venda de implementos, componentes e máquinas agrícolas.

A Lei Ferrari também estabelece como objeto da concessão comercial a prestação de assistência técnica aos produtos em questão.

Nesse sentido, a norma fixa a regra geral de que as vendas de veículos novos ao consumidor e a prestação de assistência técnica devem se dar via rede de concessionários.

Algumas exceções foram criadas pela Lei, as quais permitem às concedentes efetuarem as vendas diretas de veículos ao mercado. Tais vendas podem ocorrer com ou sem a intermediação da rede de concessionários, e envolvem casos de comercialização à Administração Pública, Corpo Diplomático, compradores especiais e frostistas de veículos.

A Lei Ferrari também estabelece regras operacionais, que visam padronizar o tratamento conferido à rede de distribuição. Entre outros aspectos, a Lei prevê regras para o uso da marca, para a definição da localização geográfica das concessionárias, para a realização de novas concessões e para a fixação de quotas de veículos.

Somados aos aspectos práticos e operacionais, a Lei Ferrari também versa sobre os vieses técnicos do contrato de concessão, com a estipulação de regras para o prazo do contrato de concessão e regras para sua renovação e encerramento.

No tocante a esse último ponto, a Lei Ferrari também versa sobre as diretrizes aplicáveis às hipóteses de rescisão contratual, seja por iniciativa da concedente ou do concessionário. Para cada uma das circunstâncias, a Lei Ferrari fixa orientações para o cálculo da indenização devida à parte inocente, o que inclui não apenas as rubricas passíveis de reparação, mas também a forma de cálculo do valor correspondente.

A esse respeito, a jurisprudência se consolidou de forma firme ao longo dos anos em favor da taxatividade do rol de rubricas

descritas pela Lei Ferrari como indenizável. A posição pacificada do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo sobre o tema é representativa da questão, sendo mais de 90% das decisões favoráveis à taxatividade da norma.

A despeito da existência de pontuais entendimentos diversos, oriundos de situações absolutamente excepcionais e casuísticas, os Tribunais de Justiça do país têm se posicionado de forma recorrente e consolidada a respeito do fato de o rol de rubricas indenizáveis se encerrar nos limites das disposições estabelecidas pela Lei.

A jurisprudência também é firme no tocante à natureza cogente e à observância obrigatória da Lei Ferrari pelas partes contratantes.

Segundo o Conselho Nacional de Justiça, a média de duração de um processo é de 4 anos e 3 meses, índice que para os casos envolvendo concessão comercial costuma ser ampliado, tendo em vista a costumeira necessidade de produção de complexas provas periciais em ações dessa natureza.

O perfil tradicional do setor automotivo, o fato de a norma de regência datar da década de 1970 e os traços estadistas da cultura brasileira tornaram praxe a busca imediata das partes pelo Poder Judiciário para solução dos conflitos surgidos envolvendo a Lei Ferrari.

Contudo, o atual cenário processual brasileiro não apenas admite, como também estimula a adoção de outros meios de resolução de conflito.

Com efeito, a difusão recente dos métodos adequados de resolução de conflitos trouxe luz à possibilidade de concedentes e concessionárias pactuarem – via contrato de concessão ou compromisso posterior – a adoção da Conciliação, Mediação e Arbitragem para a resolução dos conflitos inerentes à concessão comercial.

A eleição pelo método adequado caberá às partes contraentes, que devem considerar em suas reflexões critérios como o tempo de duração do procedimento, a confidencialidade por ele permitida, os custos envolvidos, a flexibilidade das regras procedimentais e a especialidade do profissional responsável pelas decisões exaradas.

Ainda que o número de arbitragens envolvendo o setor automotivo e a aplicação da Lei Ferrari sejam exceções, há um campo fértil para que essa semente germine e proveja bons e duradouros frutos.

Pensar em novas ferramentas de solução dos conflitos comerciais é também uma forma de inovar e permitir que métodos customizados à necessidade de cada relação impulsionem a resolução cada vez mais célere e efetiva dos impasses surgidos.

A Lei Ferrari e os novos tempos



Como visto, a Lei Ferrari foi publicada em 1979, quando o mundo vivia tempos completamente distintos dos atuais.

À época, a Guerra Fria dividia a tensão entre as maiores potências mundiais, enquanto o Brasil enfrentava um tenebroso período ditatorial. No universo da tecnologia, os videocassetes e toca-discos começaram a se popularizar, enquanto aos primeiros computadores pessoais e aparelhos celulares ainda estavam em seus primórdios.

Como reflexo do avanço tecnológico e das mudanças socioeconômicas implementadas, o mercado automotivo também passou por diversas e profundas alterações, o que levou ao surgimento de novos modelos de negócios, que sequer poderiam ser imaginados pelo legislador na década de 1970.

Um desses novos modelos é o da comercialização de veículos pela internet, seja no site das próprias montadoras, seja por meio de plataformas de negociação.

Se, no passado, a comercialização de veículos pela *internet* estava concentrada na venda de veículos usados, atualmente, há um número crescente de veículos novos também sendo transacionados em ambiente virtual.

Outro exemplo de inovação é a criação dos chamados *open points*, que se referem a áreas geográficas nas quais uma montadora pode permitir – com base em disposições contratuais e convencionais –, a operação de concessionárias sem que uma concessão formal seja estabelecida para tanto.



A utilização de *open points* permite que mais concessionárias possam oferecer veículos em regiões que antes estavam desatendidas, o que é essencial em um mercado onde a localização e a acessibilidade são fatores cruciais para a venda.

Além das inovações acima, que estão abrangidas pelo escopo de abrangência da Lei Ferrari, outras formas de negócios alheias ao modelo e à aplicação da Lei também têm se evidenciado no mercado.

É o caso, por exemplo, dos planos de assinatura de veículos, contratos que estabelecem a fruição de um veículo zero quilômetro pelo consumidor por um prazo determinado e mediante o pagamento de uma mensalidade, ficando as revisões e manutenções de responsabilidade da montadora.

Essa modalidade de contratação tem se expandido também a pessoas jurídicas, com o oferecimento de serviços de gestão de frotas terceirizadas.

Os exemplos acima retratam a realidade vivenciada pelo mercado automotivo e a importância de os operadores do setor terem o cuidado de compatibilizar as disposições vigentes da Lei Ferrari com os novos modelos de negócio em surgimento e expansão.

O futuro da Lei Ferrari

Ao longo das últimas quatro décadas e meia, a Lei Ferrari sofreu uma única alteração, decorrente da Lei nº 8.132, de 1990, que atualizou alguns de seus termos, sem modificar, contudo, de forma aprofundada o objetivo primordial da norma.

Mais de trinta anos depois, em 13 de dezembro de 2023, a Procuradoria-Geral da República ajuizou uma ação com questionamentos acerca da constitucionalidade da Lei Ferrari.

Trata-se da Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) nº 1.106, na qual a Procuradoria-Geral da República, entre outros argumentos, alega que a Lei Ferrari seria incompatível com o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, uma vez que a norma permitiria, mediante cláusulas restritivas, medidas que teriam o condão de configurar abuso de poder econômico e colusões entre concedentes e concessionários.

Além disso, a Procuradoria-Geral da República argumenta que a regulação excessiva imposta pela Lei Ferrari à dinâmica comercial do setor automotivo, que não é classificado como sensível ou de risco pela Constituição, geraria insegurança jurídica e limitaria a liberdade de negócio.

A defesa do consumidor também é um ponto relevante da ADPF, na medida em que a Procuradoria-Geral da República alega que a estrutura contratual imposta pela Lei Ferrari poderia prejudicar a competitividade do mercado, reduzindo as opções e a qualidade dos produtos disponíveis para o consumidor final.

Ao passo que a Procuradoria-Geral da República alega a inconstitucionalidade da Lei Ferrari, importantes entidades do setor opinam pela constitucionalidade — e, mais do que isso, pela essencialidade — da Lei Ferrari.

A ação ainda se encontra em fase inicial e não há expectativas de uma decisão relevante no curto prazo.

Eventual acolhimento, ainda que parcial das teses suscitadas na ADPF podem representar uma verdadeira revolução nas relações de concessão comercial e a substituição pelo Poder Judiciário de um papel que incumbiria tão somente ao Poder Legislativo, mediante adequado e regular processo normatizador.

É essencial que os operadores da Lei Ferrari estejam atentos aos desdobramentos da ADPF, sem perder de vista o fato de que, por ora, a norma seja válida e vigente, sendo aplicável em sua integralidade aos contratos em vigor.

Conclusão

Como visto, há 45 anos, a Lei Ferrari é um importante instrumento de regulação das relações de concessão comercial presentes em um setor da economia complexo, próspero e em constante evolução.

Nesse aniversário da Lei Ferrari, ao se rememorar o contexto de sua edição e seus fundamentos principais, surgem também questionamentos sobre os desafios que o mundo moderno impõe à norma e à sua sobrevivência para o futuro.

Para estar sempre conectado às novidades envolvendo a Lei Ferrari e todos os demais aspectos do setor automotivo, confira o nosso site e acompanhe os trabalhos de nossa equipe especializada em nossas redes sociais.



Boletim Especial
Os 45 anos
da Lei Ferrari.

TozziniFreire.
ADVOGADOS

Sócios responsáveis pelo boletim

- 👤 Luiz Virgílio Pimenta Penteado Manente
- 👤 Patrícia Helena Marta Martins
- 👤 Luciana Bazan Martins Bisetti

tozzinifreire.com.br

