



CASA & ASSOCIATI

**IL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE COMMERCIALE
(O CONCESSIONE DI VENDITA)**

1) INTRODUZIONE



DEFINIZIONI

Il contratto di distribuzione è un accordo commerciale con cui il **concedente** si obbliga a cedere i propri prodotti ad un soggetto (detto normalmente distributore o **concessionario**) affinché questo li commercializzi a sua volta. Il contratto è di norma circoscritto ad una determinata zona.

A differenza di altre figure contrattuali che compongono una rete vendita, il concedente quindi **vende** i prodotti al distributore che li **acquista** (per distribuirli) **in nome e per conto proprio**.



Il contratto di distribuzione commerciale non è un contratto tipico (almeno in Italia) ma è ampiamente diffuso nella prassi commerciale.

Giurisprudenza e dottrina, anche applicando le normative riferibili *per relationem* ad altre figure contrattuali (agenzia, compravendita etc.) hanno colmato questo vuoto normativo.

DIFFERENZE RISPETTO AD ALTRE FIGURE CONTRATTUALI

- agenzia: l'agente assume stabilmente l'incarico di promuovere in una zona determinata e per conto del preponente gli affari che poi vengono perfezionati direttamente da quest'ultimo;
- contratto estimatorio: l'affidatario non acquista la proprietà dei beni affidati e può, nonostante ciò, disporne liberamente;
- franchising: il vincolo tra i due imprenditori è più stretto poiché la rete dei franchisee viene percepita dal pubblico come un unico soggetto venditore che vende prodotti/servizi propri, sebbene siano soggetti giuridicamente distinti.

DIFFERENZE RISPETTO AD ALTRE FIGURE CONTRATTUALI - 2

- subfornitura: il subfornitore realizza i prodotti/servizi sulla base del know-how fornito dal committente e quest'ultimo li acquista al fine di utilizzarli nel proprio ciclo industriale per produrre un bene complesso;
- somministrazione: non richiede la collaborazione del concessionario per la commercializzazione dei prodotti;
- compravendita: si limita solamente allo «scambio» di merce verso un corrispettivo.

PRINCIPALI VANTAGGI PER IL CONCEDENTE

- evita di organizzare e gestire una propria rete di vendita su un determinato territorio (anche se dall'altra parte, normalmente, concentra su un solo soggetto la propria rete commerciale sul territorio stesso);
- assicura la vendita di determinati quantitativi di prodotti al concessionario (sempre che questi sia obbligato ad effettuare dei minimi di acquisto);
- trasferimento di una piccola parte del rischio imprenditoriale sul concessionario (la c.d. «responsabilità prodotto» non è però di fatto trasferibile);
- mantenimento del controllo sulle modalità di commercializzazione che sono statuite dal singolo contratto di distribuzione;

2) PRINCIPALI ACCORGIMENTI PER REDIGERE EFFICACEMENTE UN CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE

FORMA

La legge non richiede alcuna forma *ad substantiam/ad probationem* poiché si tratta di un contratto atipico.

Tuttavia, si ritiene indispensabile utilizzare la forma scritta a fini probatori.

PREMESSE ED ALLEGATI

- Le **premesse** non sono formalmente indispensabili ma possono esser utili per inserire, **ai fini dell'interpretazione** del contratto, i motivi che hanno portato le parti a concluderlo etc. Sono in ogni caso utili **ai fini di una buona definizione logico sistematica dell'impianto contrattuale**.
- Anche gli **allegati** non sono indispensabili ma sono **molto utili ai fini della chiarezza e sistematicità delle previsioni contrattuali**.

PAGAMENTO DEI PRODOTTI FORNITI TERMINI E MODALITA' DI CONSEGNA

- Il concessionario deve pagare al concedente il corrispettivo dei prodotti acquistati (termini e modalità di pagamento sono liberamente concordati tra le parti).
- Il mancato pagamento rappresenta grave inadempimento contrattuale (valido, se efficacemente previsto nel contratto, ai fini della risoluzione del contratto).
- Possibilità di prevedere un patto di riservato dominio (riserva di proprietà) opponibile ai terzi.
- Attenzione ai termini (perentori o meno) e modalità di consegna dei prodotti.
- Qualora si tratti di beni deperibili, bisognerà imporre al concessionario che li custodisca in magazzino secondo determinati criteri.

MINIMI DI ACQUISTO E SCONTI

- Le parti prevedono che il concessionario si obblighi ad acquistare **una quantità minima di prodotti** del concedente entro un determinato periodo. Sono frequenti le previsioni contrattuali che prevedono dei minimi di acquisto «a salire» per ogni anno solare di vigenza del contratto.
- Qualora il minimo garantito non fosse raggiunto si può prevedere la risoluzione del contratto, la cancellazione dell'esclusiva, la riduzione del territorio etc.
- A fronte di un minimo garantito, il concedente, dal suo lato, può pretendere una «scala sconti» qualora superasse determinati volumi.

FORNITURA DEI PRODOTTI AL CONCESSIONARIO GARANZIA PER VIZI

- ATTENZIONE ALLA PROPRIA CAPACITA' PRODUTTIVA: il contratto può altresì prevedere che il concedente si riservi la facoltà di non evadere tutti gli ordini di acquisto in presenza di determinati presupposti, normalmente relativi alla capacità produttiva o a diverse scelte strategiche.
- **Attenzione ai termini relativi alla denuncia di vizi e difformità dei prodotti;**
- Qualora il concedente fornisca reiteratamente prodotti viziati o difettosi, può essere considerato inadempiente non solo all'obbligo di consegnare il bene esente da vizi e difetti ma anche al suo dovere **di salvaguardare il valore commerciale del marchio e della relativa rete distributiva** (cass. 22.02.99 n. 1469).

RETE DI VENDITA E PREZZO FINALE

- Il contratto può specificare le caratteristiche della rete di vendita del concessionario (i.e. caratteristiche del negozio).
- Spesso, il concessionario ha l'obbligo di mantenere presso il punto vendita **una collezione completa o un adeguato assortimento dei prodotti oggetto di concessione.**
- Il contratto di concessione di vendita contiene delle indicazioni sul prezzo al quale il concessionario può o deve rivendere i prodotti al consumatore finale (i.e. rivendita a prezzo prestabilito; prezzo **massimo/minimo** di rivendita), **purchè ciò non sia in contrasto con le normative vigenti sulla libera concorrenza.**

PROMOZIONE PUBBLICITARIA

- Tra le prestazioni accessorie cui è obbligato il concessionario assume particolare rilevanza impegnarsi nell'attività promozionale dei prodotti.
- In genere, il concessionario si obbliga ad investire annualmente in pubblicità una quota del fatturato di vendita o un importo predeterminato oppure partecipare a fiere campionarie, congressi e a ogni iniziativa commerciale di produzione dei prodotti. Tuttavia, è possibile che gli oneri pubblicitari vengano ripartiti tra concedente e concessionario (i.e. campagne locali per il concessionario e campagne nazionali per il concedente).

PATTO DI ESCLUSIVA

Può essere stipulato:

1. a favore del concessionario;
2. a favore del concedente;
3. a favore di entrambi.

Il tutto, sempre, con un occhio alla normativa sulla libera concorrenza (anti trust) se applicabile.

PATTO DI ESCLUSIVA A FAVORE DEL CONCESSIONARIO

Può essere delle seguenti due tipologie:

1. esclusiva aperta: il concedente non può avvalersi di altri distributori concessionari e non può effettuare vendite dirette nell'area già assegnata in esclusiva al concessionario; tuttavia le parti possono prevedere che il concedente effettui vendite dirette nella zona di esclusiva del concessionario solo verso clienti direzionali o tramite particolari canali (online);
2. esclusiva chiusa: il concedente non potrà in nessun modo commercializzare i prodotti oggetto della concessione nella zona assegnata al concessionario. Dovrà altresì evitare che eventuali terzi, avendo reperito prodotti su mercati diversi, li rivendano nel territorio protetto dal diritto di esclusiva;

CASO PRATICO

- 1) IL CASO DI UN CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE PRIVO DI CLAUSOLA DI ESCLUSIVA, MA CON PREDETERMINAZIONE DI UNA «ZONA»;
- 2) altri rivenditori effettuano vendite nella «zona» assegnata al concessionario;
- 3) Il concedente effettua delle vendite dirette nella zona assegnata al concedente;

Il concedente, dolendosi della situazione e ritenendosi danneggiato è determinato a far valere un diritto di esclusiva che, pur se non specificato, ritiene sussistere per il solo fatto che il contratto preveda l'assegnazione di una zona, quindi si rivolge ad un avvocato.

Cass. Civ. n. 13079/2004:

- ✓ **ESCLUSIVA = ELEMENTO ACCIDENTALE (e NON ESSENZIALE)**

quindi:

«detto contratto atipico, escludendo profili di cooperazione, si colloca in un'area di affinità con i contratti di somministrazione o di commissione, ma non con quello di agenzia, per cui l'attribuzione del diritto di esclusiva al concessionario, costituendo un elemento accidentale e non essenziale del contratto, non può ricavarsi implicitamente dalla predeterminazione di una «zona» al concessionario medesimo, non essendovi alcun necessario collegamento tra zona ed esclusiva» (Cfr. Cass. Civ. n. 13079/2004 che, a sua volta, cita Cass. Civ. n. 6819/1994)

quindi:

- ✓ **L'ESCLUSIVA NON SUSSISTE per il solo motivo che sia stato stipulato un contratto di concessione di vendita, né per il fatto che al concessionario sia stata affidata una «zona»;** la sua esistenza può, però, provarsi per testi (es: mancanza di altri concessionari nella «zona»; la casa madre rifiuta rapporti diretti con i terzi, indirizzandoli al concessionario → Corte d'Appello di Cagliari del 11/04/2007);
- ✓ se ambito di applicazione dell'esclusiva non indicato, deve ragionevolmente intendersi estesa all'intera «zona» affidata al concessionario e per i «prodotti» affidatigli

PATTO DI ESCLUSIVA A FAVORE DEL CONCEDENTE

- L'esclusiva a favore del concedente comporta il divieto per il concessionario di assumere incarichi di distribuzione **di prodotti concorrenti con quelli del concedente** stesso sia di effettuare tale distribuzione per conto proprio.
- **È opportuno che la clausola specifichi una lista di prodotti da considerare concorrenti rispetto a quelli del concedente, per evitare contestazioni.**

SERVIZI DI ASSISTENZA

- Il contratto può prevedere che il concessionario sia obbligato a prestare specifici servizi ai clienti sia come consulenza al momento dell'acquisto sia come assistenza tecnica post-vendita. A tal fine, il contratto può imporre ai concessionari di avvalersi di collaboratori dotati di specifica competenza e/o di provvedere alla loro formazione.
- Inoltre, le parti possono precisare nel contratto le modalità di gestione di eventuali contestazioni/resi di prodotti da parte dei clienti insoddisfatti

DIRITTI DI PROPRIETÀ INDUSTRIALE ED INTELLETTUALE

- Per consentire lo svolgimento delle sue attività, il contratto generalmente attribuisce al concessionario il diritto di utilizzare **i segni distintivi e diritti di proprietà industriale del concedente nonché il relativo know-how di fabbricazione.**
- Di conseguenza, il contratto dovrebbe prevedere che il concedente sia tenuto a proteggere il concessionario da eventuali rivendicazioni di terzi, nonché ad assumere ogni iniziativa necessaria a tutelare i segni distintivi e la proprietà industriale.
- Tali diritti cesseranno con il venir meno del rapporto contrattuale.
- Il contratto **potrà (dovrà) prevedere delle penali molto pesanti nel caso in cui il concessionario utilizzi in modo improprio la proprietà intellettuale e industriali del concedente (oltre, naturalmente, a prevedere la risoluzione del contratto).**

CLAUSOLA PENALE

- È una clausola che permette, a fronte di determinati inadempimenti, di **predeterminare la quantità di risarcimento dovuto**. Nel contratto di concessione di vendita solitamente è legata alla violazione della clausola di esclusiva o a quella del divieto di concorrenza. E' consigliabile indicare un importo congruo ma non eccessivo perché, se sproporzionato, può essere ridotto dal giudice. E' altresì consigliabile specificare che sono fatti salvi i diritti di richiedere gli ulteriori danni rispetto a quanto quantificato nella penale.

CESSAZIONE DEL RAPPORTO CONTRATTUALE

- **risoluzione per inadempimento** (ai sensi del 1454 o 1456 i.e. per mancato rispetto minimi di vendita, violazione esclusiva, improprio utilizzo di proprietà intellettuale e industriale) **o per giusta causa**.
- **scadenza del termine**, in caso di contratto a tempo determinato;
- nel contratto a tempo indeterminato ciascuna parte, in mancanza di **termini di preavviso prestabiliti**, può recedere in qualsiasi momento con congruo preavviso che, dal momento che non è stabilito dalle parti, viene statuito dal giudice.
- in caso di procedure concorsuali, il contratto entra in sospensione, in attesa che il curatore decida se continuare il rapporto oppure sciogliersi dallo stesso.

PATTO DI NON CONCORRENZA

- Le parti possono pattuire che, anche dopo la cessazione del contratto, venga inibita la facoltà al concessionario di commercializzare prodotti in concorrenza (o, addirittura, dello stesso comparto merceologico) con quelli del concedente.
- Il patto è, secondo la disciplina dell'agenzia che potrebbe applicarsi *per relationem*, valido solamente se circoscritto ad una determinata zona o attività e non deve avere una durata superiore a 5 anni. Inoltre dovrebbe essere in qualche modo retribuito.

CASO PRATICO

- 1) CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE con CLAUSOLA che prevede il recesso *ad nutum* a favore del concedente;
- 2) il concedente, prima di recedere dal contratto di distribuzione, impone al concessionario minimi di vendita + investimenti;
- 3) il concedente, nel rispetto del termine di preavviso di cui all'anzidetta clausola del contratto di distribuzione, comunica al concessionario il proprio recesso dal contratto stesso;
- 4) il concessionario cita in giudizio il concedente, lamentando che il recesso è stato esercitato con modalità abusive (e contrarie a buona fede), chiedendo il risarcimento dei danni da illegittimo recesso e l'indennità di fine rapporto.

QUID IURIS?

- Il Tribunale di Roma:
 - ✓ rigetta le domande del concessionario, ritenendole infondate e non provate;
 - ✓ ritiene che il termine di preavviso fosse congruo (in quanto sufficientemente lungo da permettere al concessionario di trovare nuovi fornitori);
 - ✓ l'abuso del diritto era escluso per mancanza di prove
- La Corte d'Appello di Roma:
 - ✓ confermava la sentenza del Tribunale di Roma, affermando che → non c'è abuso di diritto se trattasi di recesso *ad nutum* che, per sua natura, implica la libertà del recedente di esercitarlo senza giusta causa + NO SINDACATO del Giudice su tale atto (libertà del concedente).

- la Suprema Corte di Cassazione:
 - ✓ **afferma la discrezionalità ed insindacabilità delle scelte strategiche degli imprenditori, MA il Giudice deve controllare e interpretare i rapporti contrattuali nella loro globalità** (contemperamento interessi) + *«valutare [...] se il recesso ad nutum, previsto dalle condizioni contrattuali, era stato attuato con modalità e per perseguire fini diversi ed ulteriori rispetto a quelli consentiti (n.d.r. = l'ABUSO del DIRITTO)»* (cfr. Cass. Civ. n. 20106/2009);
 - ✓ rinvia alla Corte d'Appello di Roma.

- La Corte d'Appello di Roma (in riassunzione):
- ✓ applicando i principi enunciati dalla Suprema Corte di Cassazione, «ribalta» la precedente decisione e conclude per l'illegittimità del recesso *ad nutum* del concedente (Corte d'Appello di Roma n. 691/2018);
- ✓ VIOLAZIONE del PRINCIPIO DI BUONA FEDE (→ sproporzione di forza tra le parti + breve lasso di tempo tra imposizione di investimenti + obiettivi minimi e recesso → legittimo affidamento sulla continuità del rapporto) non per ABUSO del DIRITTO (→ insufficienza di prove).

In ogni caso, la Corte d'Appello di Roma precisa:

- ✓ ABUSO se USO DISTORTO per SCOPI ULTERIORI (tanto che Trib. di Milano n. 12649/2018 → «è legittimo il recesso del concedente dal contratto di distribuzione, motivato dall'esigenza di riorganizzare e razionalizzare la rete di vendita, senza che il concessionario possa lamentare un abuso del diritto in considerazione della disparità della forza contrattuale ed economica»);
- ✓ NO INDENNITÀ di FINE RAPPORTO al concessionario (no applicazione analogica della disciplina del contratto di agenzia).

EFFETTI DELLA CESSAZIONE

Il contratto può regolare con apposite clausole la cessazione del contratto di concessione. Ad esempio:

- commercializzazione dei prodotti del concedente: le parti possono prevedere che, dopo la data di cessazione del contratto, il concessionario non possa più commercializzare, distribuire o vendere i prodotti con il marchio del concedente;
- prodotti che il concessionario ha in magazzino o in negozio: di regola, le parti disciplinano nel dettaglio la loro sorte, potendo stabilire, in alternativa, che il concessionario: 1) restituisca i prodotti in giacenza al concedente verso il pagamento di un corrispettivo; 2) trasferisca al prezzo di costo il prodotto al nuovo concessionario o ai restanti concessionari;

EFFETTI DELLO SCIoglimento - 2

- Le parti possono prevedere che prima della cessazione del contratto, il concedente abbia il diritto di informare la clientela che da una certa data potrà acquistare i prodotti presso un altro concessionario, evitando in tal modo la sospensione delle vendite;
- arredamento e allestimento del punto vendita: una volta cessato il contratto, le parti possono prevedere che il concessionario debba modificare tempestivamente l'aspetto generale per renderlo distinto da quelli degli altri concessionari;
- Si ribadisce che, una volta cessato il contratto, si può imporre il divieto del concessionario di utilizzare il marchio e l'obbligo di rimuovere dal punto-vendita l'insegna che riproduce il marchio.

LEGGE APPLICABILE E FORO COMPETENTE – CONTRATTI DOMESTICI

- Nei contratti c.d. domestici, e cioè Italia su Italia, la **legge applicabile è sempre la legge italiana** (salvo che le parti non abbiano espressamente optato per una legge regolatrice di un Paese diverso);
- per ciò che concerne il **Foro competente** si può optare per quello desiderato, purché sia indicato quale esclusivo.
- qualora se ne ravvisasse la convenienza si potrà inserire una clausola compromissoria.

3) CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALI

PREMESSA - DEFINIZIONE DI CONTRATTO INTERNAZIONALE

Come si definisce e quand'è, esattamente, che il contratto assume questa specifica veste di “internazionalità”?

- Secondo le comuni interpretazioni e le norme, ad esempio, di diritto internazionale privato vigenti in Italia, il **contratto** si considera “**internazionale**” in “**circostanze che comportino un conflitto di leggi**”.

Questa, in particolare, è la definizione che si ritrova all'art. 1 del Reg. (CE) n. 593/08, il c.d. **Regolamento Roma I**, che individua a livello europeo la legge applicabile alle obbligazioni contrattuali in materia civile e commerciale.

Vi sono naturalmente anche altre definizioni (sempre di natura convenzionale); tuttavia, esse ruotano tutte intorno al concetto della presenza, all'interno di un rapporto contrattuale, di “**punti di contatto**” o di “**conflitto**” tra norme appartenenti ad ordinamenti diversi.

IL CONTRATTO DI CONCESSIONE DI VENDITA (O DISTRIBUZIONE COMMERCIALE) – PROFILI
INTERNAZIONALI

IL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE IN SEDE INTERNAZIONALE

Si parlerà di contratto di distribuzione a carattere internazionale ogni qual volta il rapporto in essere presenti “punti di contatto” tra ordinamenti appartenenti a Paesi diversi e, vale a dire, ogni qual volta il contratto sia stato stipulato sulla scorta di “circostanze che comportino un [potenziale] conflitto di leggi”.

LE «CIRCOSTANZE» DEL «CONFLITTO»

In generale le “**circostanze**” che comportano un “**conflitto di leggi**” in un contratto di distribuzione rendendolo “**internazionale**” sono:

- 1) **l’ubicazione della sede del produttore/grossista in un Paese diverso da quello del distributore;**
- 2) **l’esecuzione del contratto all’estero**, anche quando il produttore/grossista e il distributore abbiano sede nello stesso Paese.

In entrambi questi casi, dunque, ci troveremo di fronte ad un contratto di distribuzione a carattere internazionale.

IL CONTRATTO STANDARD E LE CLAUSOLE DI “MEZZANOTTE”

- È il contratto in cui il produttore/grossista ha sede, ad esempio, in Italia e il distributore ha sede invece in un Paese diverso (che potrà essere **intracomunitario** o **extra-UE**).
- In tutti questi casi, oltre a prestare sempre attenzione alle clausole di natura “commerciale” (come l’esclusiva, i minimi, etc.), le parti dovranno prestare una particolare attenzione anche alle c.d. “**Midnight Clauses**”: e, vale a dire, le clausole riguardanti:
 - i. la **legge applicabile** e
 - ii. il **foro competente** ovvero i **modi di risoluzione delle controversie**.

FORO COMPETENTE

Chiamato a dirimere le controversie insorgenti da un contratto di distribuzione internazionale sarà:

- il giudice a cui le parti avranno devoluto espressamente la competenza e che sarà individuato in base alle norme processuali dell'ordinamento prescelto;
- in assenza di una scelta espressamente pattuita, il giudice competente sarà il giudice nel quale i beni forniti giungono nella effettiva disponibilità del distributore (normalmente la sua sede).

TIPS

- Non sempre la scelta della legge italiana è possibile: in questi casi, è opportuno attribuire al **contratto** stesso il ruolo di **fonte vincolante** nell'interpretazione ed esecuzione del contratto, lasciando alla legge il minor spazio possibile di integrazione della volontà delle parti;
- non sempre sarà possibile assegnare la competenza sulle controversie ad un giudice italiano: in questo caso, optare, per esempio, per l'**arbitrato** potrebbe essere una scelta vantaggiosa.

ULTIME INDICAZIONI

- Domiciliazione delle parti per comunicazioni (generalmente una PEC)
- Cedibilità del contratto
- Privacy
- Immodificabilità delle previsioni salvo quanto risultante da atto scritto
- Per i contratti predisposti dal solo produttore/grossista, specifica approvazione delle clausole vessatorie



CASA & ASSOCIATI

GRAZIE PER LA VOSTRA ATTENZIONE.