



IL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE

AVV. ELENA APPENDINO

DEFINIZIONE



- Il Contratto di distribuzione è un accordo commerciale con cui il **concedente** si obbliga a cedere i propri prodotti a 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**;
- **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.

Differenza rispetto ad altre figure contrattuali...



- **-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;
- **-compravendita:** si limita solamente allo «scambio» di merce verso un corrispettivo.

I VANTAGGI PIU' SIGNIFICATIVI 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 usualmente** la vendita di determinati quantitativi di prodotti al concessionario (sempre che questi sia obbligato a effettuare dei minimi di acquisto);
- **Trasferimento** di una piccola parte del rischio imprenditoriale sul concessionario;
- **Mantenimento del controllo** sulle modalità di commercializzazione che sono statuite dal singolo contratto di distribuzione;

Requisiti del contratto di distribuzione



LA 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.

PAGAMENTO DEI PRODOTTI, 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 dei prodotti rappresenta grave inadempimento contrattuale (valido, se efficacemente previsto nel contratto, ai fini della risoluzione del contratto).
- -Attenzione ai termini (perentori o meno) e alla modalità di consegna dei prodotti.
- -Qualora si tratti di beni deperibili, bisognerà prevedere che il concessionario li custodisca in magazzino secondo determinati criteri.

MINIMI DI ACQUISTI



- 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 revoca dell'esclusiva, la riduzione del territorio etc.
- A fronte di un minimo garantito, il concessionario, 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.**

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 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.**

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 (antitrust) 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 distributore 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;

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.

DIRITTI DI PROPRIETA' INDUSTRIALE E 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 industriale del concedente (oltre, naturalmente, a prevedere la risoluzione del contratto).**

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.

EFFETTI DELLA CESSAZIONE DEL CONTRATTO

- 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;

CONTINUA...



- 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.**

CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE INTERNAZIONALI



- 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.

Le circostanze del conflitto



- Si parlerà di contratto di distribuzione a carattere internazionale ogniqualvolta il rapporto in essere presenti “punti di contatto” tra ordinamenti appartenenti a Paesi diversi e, vale a dire, ogni qualvolta il contratto sia stato stipulato sulla scorta di “circostanze che comportino un [potenziale] conflitto di leggi”
- 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 in un Paese diverso da quello del distributore;**
 - **2) l’esecuzione del contratto all’estero**, anche quando il produttore e il distributore abbiano sede nello stesso Paese.
- In entrambi questi casi, dunque, ci troveremo di fronte a un contratto di distribuzione a carattere internazionale.

Contratto standard e midnight clauses



- 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 del luogo nel quale i beni forniti giungono nella effettiva disponibilità del distributore (normalmente la sua sede).

Continua...



- 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.

Il contratto di distribuzione e l'antitrust europeo



- All'interno del mercato europeo vige il principio del **libero mercato**.
- L'art. 101 del Trattato sul Funzionamento dell'UE ritiene incompatibili con il mercato interno e vietati tutti gli accordi tra imprese **che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o effetto quelli di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza nel mercato interno**.
- Il terzo comma dell'art. 101 prevede però un'esenzione a tale principio: restano validi gli accordi che, seppur restringano la concorrenza, contribuiscano comunque a migliorare la produzione/distribuzione dei prodotti, ovvero il progresso economico o tecnico a condizione che venga riservata per gli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva.
- Al fine di declinare tali principi la Commissione ha emanato negli anni i c.d. regolamenti sugli **accordi verticali**, da ultimo quello sulle vendite verticali di cui al Reg. 720/2022.

la soglia della quota di mercato rilevante



- Il nuovo Regolamento mantiene l'esenzione per tutti gli accordi in cui **sia il fornitore che l'acquirente non superino il 30% delle quote nel mercato rilevante**. Sotto tale soglia si gode di una **presunzione di liceità** degli accordi a condizione che tali accordi non contengano restrizioni fondamentali vietate dal regolamento (quali per esempio il divieto di effettuare vendite passive al di fuori del territorio e dei clienti esclusivi in un contratto di distribuzione in esclusiva oppure il divieto assoluto dell'utilizzo di internet).
- Questo non significa che gli accordi in cui venga superata tale soglia siano illeciti, **bensì significa che necessitano di una valutazione individuale**.
- E' difficile calcolare la soglia del 30% del mercato rilevante perché non necessariamente il mercato di riferimento coincide con un territorio ma può essere superiore o inferiore (occorre vedere soprattutto del le imprese site in aree diverse rispetto a quelle in cui il distributore effettua le proprie vendite costituiscano una reale fonte alternativa di approvvigionamento).

Fattori rilevanti per valutare gli accordi che superano la soglia di sicurezza del 30%

- Occorre effettuare una valutazione caso per caso.
- Possono però essere considerati **fattori significativi**:
- La posizione di mercato delle parti;
- La posizione di mercato dei concorrenti;
- Il livello della catena di produzione o di distribuzione interessato;
- La natura del prodotto;
- Le dinamiche del mercato;
- In linea generale, **tanto maggiore sarà la quota di mercato dei contraenti (fornitore e acquirente) sui mercati di riferimento (a monte e a valle) tanto maggiore sarà la probabilità che sia elevato il loro potere di mercato.**
- Al contrario quanto più forte è la posizione competitiva dei concorrenti tanto minore sarà il rischio di precludere il mercato ai concorrenti o indebolire la concorrenza.

La distribuzione selettiva e l'antitrust



- La distribuzione selettiva è un sistema di distribuzione a cui gli imprenditori ricorrono per tutelare la rivendita dei propri prodotti. E' definita nel Reg. UE 330/2010 «come sistema di distribuzione nel quale il fornitore si impegna a vendere i beni o i servizi oggetto del contratto solo a distributori selezionati sulla base di criteri specificati e nel quale questi distributori si impegnano a non vendere tali beni o servizi a rivenditori non autorizzati nel territorio che il fornitore ha riservato a tale sistema».
- Tale sistema potrebbe essere in astratto idoneo a limitare la concorrenza sul mercato oggi ancor più con il diffondersi del sistema di vendite on line (disciplinate nel nuovo Reg. 720/2022).

La gestione delle vendite on line e l'antitrust europeo



- Il principio generale è che **ai distributori autorizzati non può essere vietata la vendita *on line* tramite un proprio sito internet.**
- E' invece **ritenuta lecita** l'imposizione ai distributori del rispetto di alcuni **standard qualitativi del sito**, basati su criteri oggettivi e non discriminatori, volti a garantire per es. un elevato standard di presentazione del proprio marchio, quali ad esempio, l'adozione di una grafica di alta qualità, la predisposizione di uno spazio virtuale esclusivo dedicato ai propri marchi e prodotti, senza riferimenti pubblicitari a prodotti concorrenti, la richiesta che il sito contempra la vendita di altri prodotti di lusso di concorrenti di pari pregio.

I modelli distributivi di cui al Regolamento 720/2022



- 3 MODELLI:
- **Contratti di distribuzione esclusiva**, nei quali il produttore concede al distributore un'area di esclusività;
- **Contratti di distribuzione selettiva**, in cui il produttore sceglie i propri distributori membri della rete, basandosi su standard qualitativi prestabiliti;
- **Contratti di distribuzione libera**, in cui non viene riconosciuta alcuna esclusività né si opta per una distribuzione selettiva.
- Nel contratto di **distribuzione esclusiva** il fornitore non può imporre prezzi di vendita, non può vietare le vendite passive in territorio assegnato in esclusiva ad altro distributore o impedire l'uso efficace di internet.
- Può, invece, vietare al distributore di effettuare vendite attive in territori assegnati in esclusiva ad altri, vietare al distributore vendite attive o passive in aree destinate a una distribuzione selettiva, limitare il luogo di stabilimento del distributore.

I contratti di distribuzione selettiva



- Si utilizzano per la distribuzione di **prodotti tecnicamente complessi ovvero prodotti di lusso** per i quali è fondamentale che la vendita avvenga in contesti adeguati al loro prestigio.
- In questi contratti il produttore **non** può vietare al proprio distributore selettivo: la fornitura incrociata tra i membri del sistema di distribuzione selettiva che operano allo stesso o a diversi livelli commerciali, la restrizione di un uso efficace di internet.
- Il Produttore **può invece** imporre al distributore selettivo: a) Il divieto di vendite attive o passive nei confronti dei distributori non autorizzati all'interno di un territorio selettivo; b) Di non effettuare vendite attive in territori coperti da esclusiva; c) limitazioni riguardanti la localizzazione degli stabilimenti dei membri del sistema di distribuzione selettiva;
- **La distribuzione selettiva si distingue da quella esclusiva principalmente per la facoltà del produttore di scegliere i rivenditori della propria rete.**

Contratti di distribuzione libera



- **Restrizioni ammesse:**
- Restrizioni sulle vendite attive effettuate dal distributore in territorio coperto da esclusiva;
- Restrizioni sulle vendite, sia attive che passive, da parte del distributore verso distributori non autorizzati all'interno di un sistema di distribuzione selettiva a qualsiasi livello della catena commerciale;
- Restrizione riguardante la localizzazione degli stabilimenti.
- **Queste restrizioni hanno l'obiettivo di proteggere i mercati soggetti a distribuzione esclusiva o selettiva.** Al contrario i mercati liberi rimangono aperti a qualsiasi attività di vendita, sia attiva che passiva, da parte di distributori esterni a tali reti.

conclusioni



- Importante valutare di volta in volta il singolo caso per capire quale tipo di contratto di distribuzione sia più consono al cliente che si è rivolto a noi.
- Importante anche comprendere il tipo di contratto da adottare sia lato fornitore che lato distributore (qualità del soggetto, dimensioni, tipologia di prodotto...).