

Il contratto di distribuzione in Spagna



Alcuni quesiti sul contratto di distribuzione

Quali sono le norme che regolano il contratto di distribuzione?

Quali sono i principali obblighi delle parti di un contratto di distribuzione?

Il distributore ha diritto all'indennità per la perdita della clientela

* * *

I. Introduzione

Ricordo che quando iniziai ad occuparmi di questioni internazionali, uno degli insegnamenti pratici dei miei Maestri di maggiore impatto e che uso tuttora nella professione è che i contratti internazionali devono sempre essere esaminati partendo dal fondo, perché è lì che si trovano di solito le clausole sulla giurisdizione e sulla legge applicabile. Queste clausole possono cambiare completamente la prospettiva e qualsiasi strategia legale.

Questo consiglio è ancora più importante se dobbiamo occuparci del contratto di distribuzione commerciale o concessione di vendita in Spagna.

1

1. Definizione

Il contratto di distribuzione commerciale o concessione di vendita è un accordo di collaborazione commerciale tra imprenditori indipendenti, il cui obiettivo principale è la rivendita o la distribuzione di prodotti in un determinato territorio. Con questo accordo, il distributore (o concessionario), generalmente con un patto di esclusiva, si impegna a promuovere la vendita e la post-vendita dei prodotti del concedente in un'area specifica, assumendone i rischi commerciali, senza ricevere alcun pagamento o compenso dal concedente per l'acquisto dei suoi prodotti.

Il distributore agisce in nome e per conto proprio, acquistando e rivendendo i prodotti del concedente e ricavando così un profitto grazie al margine sulla rivendita.

Evidenti sono le differenze con altri accordi che appartengono sempre alla categoria della cooperazione commerciale o degli accordi di distribuzione in generale:

- Ad esempio, con il contratto di agenzia, l'agente si impegna a promuovere per conto ed in nome di un altro imprenditore, normalmente senza assumerne il rischio, transazioni, contratti, atti o altre operazioni commerciali.

- Nel contratto di franchising, l'affiliato, pur agendo in nome e per conto proprio, si impegna a vendere gli stessi prodotti e servizi offerti dall'affiliante, seguendo linee guida ben definite per garantire l'uniformità dell'attività e pagando, in cambio dell'appartenenza alla rete di distribuzione, una royalty periodica per l'utilizzo del marchio dell'affiliante.

2. Normativa sul contratto di distribuzione

Il contratto di distribuzione è atipico, nel senso che non esiste una normativa specifica nel diritto spagnolo. Tuttavia, da un lato, non sono mancati i tentativi di emanare leggi ad hoc e, dall'altro, esistono norme che, sia pure per analogia o a fini interpretativi o integrativi, possono essere applicate a questo contratto.

Per quanto riguarda i tentativi di regolamentare il contratto di distribuzione, vale la pena menzionare:

- Il progetto di legge sui contratti di distribuzione del 29 giugno 2011 (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale del Parlamento spagnolo (Boletín Oficial de las Cortes Generales - Congreso de los Diputados, numero 138-1);
- Proposta di legge sul codice commerciale del 29 giugno 2013 (Propuesta_código_mercantil (mjusticia.gob.es));
- Legge 2/2011, del 4 marzo, che ha introdotto la prima disposizione aggiuntiva della Legge sull'Agenzia con l'obiettivo di regolamentare i compensi a favore dei concessionari di veicoli. Curiosamente, l'applicazione e gli effetti legali di questa norma sono stati sospesi un mese dopo dalla Legge 7/2011 dell'11 aprile "fino all'entrata in vigore della Legge sui contratti di distribuzione commerciale".

2

Mentre per quanto riguarda altre regole che possono applicarsi a uno o più aspetti del contratto di distribuzione, evidenziamo:

- Legge 12/1992 del 27 maggio 1992 sui contratti di agenzia;
- Il Codice civile e il Codice di commercio spagnoli;
- Legge 7/1996 del 15 gennaio 1996 sulla regolamentazione del commercio al dettaglio;
- Legge 16/1989 del 17 luglio 1989 sulla difesa della concorrenza e Legge 3/1991 del 10 gennaio 1991 sulla concorrenza sleale.

Ed a livello europeo:

- Articoli 101 e 102 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea;
- Regolamento di esenzione per categoria verticale 2022/720;
- Regolamento Bruxelles I (44/2001) sulla giurisdizione;
- Regolamento Roma I (593/2008) per quanto riguarda la legge applicabile al contratto.

3.- Interpretazione giurisprudenziale

In quanto contratto atipico, la giurisprudenza è stata determinante nel definire e chiarire le principali caratteristiche del contratto di distribuzione.

Ad esempio, la Corte di Cassazione spagnola (Tribunal Supremo), nella sentenza n. 332/2009 del 18 maggio (Roj STS 2906/2009; n. Rec. 1439/2004), analizzando una controversia in cui una delle parti sosteneva l'esistenza di un contratto di distribuzione, ha chiarito che l'esistenza di un certo potere di decisione, direzione e supervisione del concedente, pur nel rispetto dell'indipendenza delle parti, è una caratteristica sostanziale e necessaria affinché vi sia un vero e proprio contratto di distribuzione commerciale e non una mera successione di contratti di acquisto e vendita di prodotti per la rivendita:

"il contratto di distribuzione è un contratto atipico, rientrante nei cosiddetti contratti di collaborazione commerciale, come nel caso dei contratti di agenzia e di franchising, in cui si ipotizza una collaborazione reciproca tra imprenditori a tempo indeterminato o determinato, ma in un'ottica di stabilità, per la diffusione di un prodotto, di un marchio o di un servizio in un'area geografica concordata, in esclusiva o meno, a vantaggio del preponente, il quale, senza dover sostenere i costi di una rete di diffusione, raggiungerà lo stesso fine grazie al distributore, che, da parte sua, agisce in nome e per conto proprio acquistando dal concedente e rivendendo, assumendo i rischi della commercializzazione, (ad esempio, sentenza del 20 luglio 2007, che cita quelle dell'8 novembre 1995 e del 1° febbraio e 31 ottobre 2001, che la differenziano dall'agenzia in quanto ha per oggetto la promozione di atti od operazioni commerciali, ma in cui l'indipendenza dell'agente è fondamentale, in quanto intermediario indipendente che non assume alcun tipo di rischio). Inoltre, la ricorrente non può fare a meno di sottolineare che una caratteristica comune ai contratti di collaborazione, che è particolarmente applicabile ai contratti di distribuzione, con o senza esclusiva, e che li distingue da una semplice concatenazione a tempo indeterminato di contratti di vendita, è l'assoggettamento del collaboratore al commerciante principale, Ciò, come giustamente rilevato dalla Corte d'Appello, anche quando non vi sia un accordo di esclusiva tra i due imprenditori, che di solito si traduce in tale superiore direzione e supervisione del fabbricante, produttore o licenziante nella definizione delle quote di vendita e di acquisto, fatte salve altre manifestazioni. Pertanto, affinché si possa parlare di contratto di distribuzione, è necessario che il distributore si assoggetti al potere di decisione, direzione e supervisione che corrisponde all'imprenditore per cui collabora, anche quando il distributore agisce con terzi in nome e per conto proprio. E questo anche in caso di distribuzione non esclusiva, perché sebbene l'autonomia dell'imprenditore che collabora sia maggiore nella distribuzione autorizzata o selettiva, ciò non implica che egli non

debba essere soggetto alle istruzioni o alle indicazioni del suo mandante".

Nella sentenza n. 697/2014 dell'11 dicembre 2014 (Roj STS 5566/2014; n. Rec. 1068/2013) la Corte di Cassazione spagnola elenca gli aspetti principali del contratto di distribuzione ricordando che:

"Pur essendo atipico, perché privo di una propria regolamentazione, il suo frequente utilizzo ha permesso di classificarlo come tipologia contrattuale di tipo sociale, e la dottrina scientifica e giurisprudenziale ne ha evidenziato gli elementi più rilevanti, differenziandolo dagli altri contratti di collaborazione commerciale: (i) il distributore agisce in nome e per conto proprio, assumendo il rischio di rivendita, il che consente di differenziare questo contratto da quello di agenzia (SSTS del 31 ottobre 2001 e del 12 giugno 1999); (ii) la remunerazione del distributore, a differenza di quella dell'agente, consiste nel margine di rivendita dei prodotti che commercializza dal fornitore o dal preponente (STS 547/2013, del 2 ottobre); (iii) lo scopo del contratto è quello di promuovere la distribuzione o la rivendita dei prodotti, favorendone l'immissione sul mercato, generalmente entrando a far parte della rete distributiva del concedente; (iv) si tratta di contratti commerciali di durata continuativa e solitamente di adesione, con l'obiettivo di raggiungere l'omogeneità su tutto il territorio nazionale; (v) si tratta di contratti che solitamente comportano un trasferimento di diritti su beni immateriali (marchi, loghi, know-how, ecc...); (vi) si tratta di contratti basati sulla fiducia, in considerazione delle capacità tecniche e professionali del distributore; (vii) di norma esiste un'esclusiva reciproca tra produttore o fornitore e distributore, in relazione alla zona assegnata in cui il primo non può vendere e ai prodotti concorrenti che il secondo non può commercializzare (SSTS del 5 ottobre e del 18 dicembre 1995)".

4

Tuttavia, molto spesso la Suprema Corte spagnola è stata chiamata a decidere sull'applicabilità per analogia delle norme del contratto di agenzia relative all'indennità per perdita della clientela in caso di risoluzione del contratto. A questo proposito, va ricordato che tale indennità può essere invocata dal distributore solo se le parti non l'hanno esclusa, espressamente o implicitamente. Nel caso in cui si applichi il regime della legge sui contratti di agenzia, il distributore per poter ottenere il riconoscimento di un'indennità per la perdita di clientela deve dimostrare ai sensi dell'art. 28:

- I. di aver portato clienti o aumentato l'attività con clienti preesistenti;
- II. che sia quantomeno probabile che l'attività del distributore continui a produrre benefici sostanziali per il concedente anche una volta terminato il contratto; e
- III. che il risarcimento è equamente dovuto.

Infine, per quanto riguarda la determinazione del compenso, possiamo citare una recente sentenza della Suprema Corte spagnola n. 994/2023 del 13 giugno (Roj

STS 2580/2023; n. Rec. 5713/2019) in cui si afferma l'importanza di qualificare correttamente il contratto in quanto, nel caso della distribuzione, il calcolo del compenso deve essere basato sul margine netto del distributore:

3.- La classificazione come uno o l'altro tipo di contratto di collaborazione commerciale o d'affari è rilevante, perché sebbene la giurisprudenza di questo tribunale ritenga che l'indennità per perdita di clientela di cui all'art. 28 LCA sia applicabile ai contratti di distribuzione, a condizione che siano soddisfatti i requisiti stabiliti da questa disposizione, il metodo di calcolo dell'indennità non è lo stesso, in quanto il distributore non riceve una remunerazione, ma piuttosto il suo profitto è ottenuto attraverso il margine commerciale che applica nella rivendita dei prodotti. Ciò ha portato il tribunale a valutare se l'indennizzo debba basarsi sul margine lordo (ossia la differenza tra il prezzo di acquisto e il prezzo di rivendita) o sul margine netto (ossia la percentuale di profitto che rimane al distributore dopo aver dedotto le spese e le imposte).

A questo proposito, la sentenza 317/2017, del 19 maggio, citando sentenze precedenti, ha affermato che:

"Il criterio guida da utilizzare è quello stabilito dal citato art. 28 LCA, ma calcolato, anziché sulle provvigioni percepite dall'agente, sugli utili netti ottenuti dal distributore [in linea con l'STS 296/2007, del 21 marzo, cioè la percentuale di utile che rimane al distributore] cioè la percentuale di profitto che rimane al distributore una volta dedotte le spese e le imposte, e non sul margine commerciale, che è la differenza tra il prezzo di acquisto della merce dal fornitore e il prezzo al dettaglio [in linea con STS 346/2009, del 20 maggio. L'importo del margine commerciale deve essere massimo".

4.- Di conseguenza, la Corte di Appello avrebbe dovuto classificare espressamente il contratto come contratto di agenzia o di distribuzione o, se riteneva che avesse caratteristiche miste, determinare quali fossero più rilevanti o preminenti dell'uno o dell'altro, al fine di calcolare l'indennizzo per la perdita di clientela utilizzando l'uno o l'altro dei suddetti sistemi di liquidazione.

4.- Obblighi delle parti

- L'obbligo principale dell'imprenditore o del concedente è quello di vendere o mettere a disposizione del concessionario i prodotti, i beni o i servizi, nonché le informazioni e le istruzioni necessarie per la commercializzazione dei prodotti, dei beni o dei servizi.
- L'obbligo principale del distributore è quello di pagare i beni o i servizi come concordato e di riferire al concedente sulle attività di distribuzione svolte.

Oltre a questi obblighi principali, gli accordi di distribuzione, soprattutto a livello internazionale, sono caratterizzati da una crescente complessità nella loro formulazione, nel tentativo delle parti di regolare il maggior numero possibile di aspetti del rapporto contrattuale. Compaiono così clausole che disciplinano la formazione e/o l'assistenza tecnica per formare il distributore, altre che definiscono i materiali/brochure/manuali e altri documenti necessari per la commercializzazione dei prodotti.

Senza essere esaustivi, altri aspetti includono la durata fissa o indeterminata del rapporto, la possibilità di proroga, la delimitazione territoriale, la determinazione del prezzo dei prodotti con la concessione di eventuali sconti o *ribassi* e, allo stesso tempo, l'obbligo di raggiungere livelli minimi di acquisto, l'esclusiva, che può essere del tutto reciproca nel senso che il concedente non possa commercializzare direttamente i propri prodotti nel territorio concesso al distributore, l'uso dei diritti di proprietà industriale e intellettuale, il mantenimento di una scorta minima e la possibilità o l'obbligo per il concedente di riacquistare i prodotti al termine del contratto, le condizioni per la risoluzione anticipata, nonché la possibilità di un risarcimento per la risoluzione.

5.- Legge applicabile e giurisdizione

5.1. - Giurisdizione

La scelta della legge applicabile e la determinazione della giurisdizione competente sono aspetti cruciali nella redazione di un contratto di distribuzione internazionale. Inoltre, si tratta di un argomento che spesso genera dibattiti e difficoltà durante le trattative, poiché ciascuna parte tende a preferire l'applicazione della propria legge e la sottoposizione di qualsiasi controversia ai tribunali del proprio Paese.

Per ragioni pratiche, è sempre consigliabile che i tribunali competenti si trovino nel Paese di cui è stata scelta la legge applicabile al contratto.

Se ciò non è possibile, una via d'uscita è il ricorso a metodi alternativi di risoluzione delle controversie come la mediazione e l'arbitrato internazionale, anche attraverso una clausola scaglionata che preveda il ricorso all'arbitrato solo se la mediazione non raggiunge i risultati desiderati.

Se le parti non hanno potuto o non sono riuscite a trovare un accordo in merito, si applicheranno i criteri previsti a livello internazionale. A questo proposito, il Regolamento Bruxelles I (44/2001) stabilisce la giurisdizione internazionale nei contratti di distribuzione in base al domicilio del convenuto.

Il regolamento prevede anche un foro speciale basato sul luogo di esecuzione dell'obbligazione contrattuale. Nei contratti di distribuzione che comportano la vendita di beni o la prestazione di servizi, il luogo di esecuzione è, rispettivamente, lo Stato in cui i beni sono stati o avrebbero dovuto essere consegnati o in cui i servizi sono stati prestati.

Se il convenuto è domiciliato in uno Stato terzo al di fuori dell'Unione Europea, la Legge Organica Giudiziaria (LOPJ) stabilisce che, in assenza di un accordo, i tribunali spagnoli sono competenti se il convenuto è domiciliato in Spagna o se gli obblighi contrattuali sono sorti o devono essere adempiuti in Spagna.

5.2.- Legge applicabile

Per quanto riguarda la legge applicabile, per i contratti firmati a partire dal 17 dicembre 2009, la legge applicabile è disciplinata dal Regolamento Roma I (593/2008). Questo regolamento stabilisce l'autonomia delle parti come principio generale assoluto, consentendo loro di scegliere la legge applicabile al contratto, anche per parti diverse del contratto stesso. Inoltre, le parti possono cambiare la legge applicabile durante la vita del contratto.

Nei contratti di distribuzione in cui non è stata concordata la legge applicabile, il Regolamento Roma I prevede che si applichi la legge del Paese in cui il distributore ha la sua residenza abituale, determinata al momento della conclusione del contratto. Per le persone giuridiche si intende il luogo della loro sede legale, mentre per le persone fisiche si intende il luogo in cui esercitano la loro attività professionale.

Tuttavia, se il contratto è più strettamente legato ad un altro ordinamento giuridico, la scelta di una legge diversa non potrà portare a non applicare le disposizioni fondamentali non derogabili presenti nell'ordinamento con il quale il contratto è più strettamente vincolato.

7

6.- Conclusioni

Nel caso di un contratto di distribuzione internazionale, se le parti non hanno concordato la legge applicabile, il rapporto contrattuale sarà soggetto alla legge spagnola se il distributore ha sede in Spagna. In questo caso, le parti avranno ampia autonomia nel determinare il contenuto degli obblighi reciproci, trattandosi di un contratto atipico soggetto solo ai principi di buona fede e al diritto della concorrenza. Tale autonomia può estendersi anche allo scioglimento del contratto fra cui rientrano i casi di risoluzione, escludendo espressamente il risarcimento per perdita di clientela. In assenza di un accordo, il distributore potrà chiedere al concedente un'indennità per la perdita di clientela, ma solo nella misura massima stabilita dalla giurisprudenza spagnola.

* * *

Il nostro studio ha esperienza nella redazione di contratti di distribuzione internazionali e nella difesa degli interessi di distributori e/o concedenti davanti a tribunali e collegi arbitrali. Se siete interessati a ottenere ulteriori informazioni, saremo lieti di fornirvele. Contattateci per un preventivo gratuito!

Questa nota non costituisce una consulenza legale, ma solo un'informazione generale.

È sempre consigliabile far esaminare il proprio caso da un professionista.

Per ulteriori informazioni: Email: apieralli@maluquerabogados.com; alessandro@icab.es

Tel. +34.93.23.88.910.

Alessandro

Avvocato iscritto all'Ordine degli Avvocati di Barcellona con il numero 33243 e Avvocato iscritto all'Ordine degli Avvocati di Firenze (Italia) dal 1999.