

DILEMMA: SVOLGERE ATTIVITÀ D’AFFARI CON UN AGENTE O UN DISTRIBUTORE?

Un noto dilemma che molti produttori e fornitori italiani sono costretti ad affrontare è quello di individuare le modalità atte a sviluppare i loro legami con partners commerciali britannici nell’intento di affermarsi nel mercato del Regno Unito.

L’ineguagliabile ricchezza e diversità che contraddistingue i prodotti italiani all’estero sotto la nomenclatura del “Made in Italy” risulta essere espressione di un’identità culturale permeata dal senso dell’individualismo, della qualità e dallo spirito no global.

Nonostante i prodotti “Made in Italy” potrebbero essere più competitivi di altri nei mercati esteri, il successo di un prodotto dipende dalla combinazione di fattori legali e commerciali i quali dovrebbero essere oggetto di un’attenta considerazione prima di proporre il lancio di un prodotto al di fuori dei confini nazionali.

Naturalmente il percorso più sicuro e prudente prima di procedere al lancio di un prodotto in un nuovo mercato è quello di richiedere consulenza a un legale abilitato all’esercizio della professione nella giurisdizione di riferimento.

Produttori e fornitori potrebbero decidere di promuovere e vendere i loro prodotti attraverso l’attività di un agente o un distributore che risulti economicamente produttiva rispetto al costo connesso alle attività volte alla promozione ed incremento della domanda all’interno del mercato estero di riferimento.

Un produttore o fornitore italiano (contrattualmente denominato “preponente”) potrà assumere un agente nel Regno Unito per la prestazione di una varietà di attività commerciali. Un tipico rapporto di agenzia viene individuato nel caso in cui l’agente sia autorizzato a promuovere e pattuire a nome del preponente le vendite con i consumatori verso il pagamento di una predefinita o variabile commissione. L’agente verrà dunque a stabilire una diretta relazione contrattuale tra il preponente e i consumatori senza tuttavia assumere alcuna sua propria obbligazione contrattuale verso i consumatori.

Un accordo per la distribuzione nel Regno Unito, potrebbe sorgere nel caso in cui un distributore acquista dei prodotti da un fornitore o produttore italiano per rivendere gli stessi ai propri consumatori nel Regno Unito. Il distributore realizza un utile sulla base di un margine predefinito sulla rivendita dei prodotti di riferimento, e trasferisce direttamente la titolarità dei prodotti ai consumatori. Con il verificarsi della vendita, il distributore viene ad assumere degli obblighi contrattuali. Al contrario, alcuna relazione viene ad instaurarsi tra il produttore/fornitore e il consumatore finale nel Regno Unito.

In via preliminare un produttore o fornitore italiano interessato ad affermare un prodotto nel mercato britannico dovrebbe valutare se l’instaurarsi di un rapporto contrattuale con un agente o, in alternativa, con un distributore sia in linea con le proprie esigenze ed obiettivi aziendali.

Presupposto fondamentale sarà quello di individuare un agente o distributore che assuma e sviluppi un’attività d’affari in linea con le esigenze aziendali del produttore/fornitore italiano.

Nel considerare attentamente le differenze intercorrenti tra questi due tipi di rapporti contrattuali si rilevano in ciascuno degli aspetti positivi e negativi.

L'assunzione di un agente implica che il fornitore/produttore italiano riterrà un controllo maggiore sulle modalità di commercializzazione e vendita dei propri prodotti e sulla individuazione dei tipi di servizi offerti a seguito della vendita. Il preponente potrebbe dunque agevolmente esercitare un'influenza dominante sulle prestazioni eseguite dall'agente e monitorare il successo del prodotto. L'azienda italiana potrebbe, peraltro, trarre beneficio dalla conoscenza dell'agente sulle condizioni del mercato locale e delle relazioni sviluppate dall'agente con i consumatori.

Un aspetto negativo è che qualora dunque si instauri un rapporto contrattuale con agente, sarà il fornitore o il produttore italiano ad assumere tutti i rischi legali e commerciali connessi all'attività commerciale, ad esempio, concernenti la responsabilità verso il prodotto e, in molti casi, l'obbligazione di corrispondere all'agente un'indennità in caso di cessazione del rapporto in ossequio alla vigente normativa comunitaria in materia di agenti commerciali.

Per quel che riguarda il contratto di distribuzione, il principale beneficio viene individuato dalla circostanza che una volta che il prodotto è stato venduto al distributore, il fornitore o produttore italiano non assume alcuna responsabilità contrattuale per i rischi commerciali e i costi connessi allo sviluppo della distribuzione nel Regno Unito, sebbene sarà certamente preoccupazione della azienda italiana assicurarsi che il prodotto sia promosso e venduto dal distributore. Il fornitore /produttore italiano potrà dunque liberamente adoperarsi per la diffusione del prodotto e l'individuazione di nuovi mercati.

Il principale svantaggio concernente il rapporto contrattuale con un distributore è individuato dall'assenza di qualsiasi relazione tra il consumatore finale nel Regno Unito e il fornitore/produttore italiano. Il fornitore/produttore italiano potrà difficilmente dunque monitorare l'andamento del prodotto nel mercato anglossassone, questo inevitabilmente andrà ad avere un impatto sull'andamento della diffusione del prodotto stesso. Il fornitore/produttore italiano non potrà peraltro esercitare alcun controllo sulle strategie di marketing e del prezzo adottati dal distributore.

Una delle ragioni che rilevano l'importanza di richiedere una competente assistenza legale in materia, non risiede solo nell'esigenza di conoscere le normative in vigore in un mercato straniero quanto quella di individuare i termini del contratto i quali potrebbero peraltro essere sottoposti alla normativa comunitaria in materia di concorrenza la quale ha assunto un considerevole ruolo nel regolare le transazioni oltrefrontiera.

Nonostante la normativa vigente nel Regno Unito riconosca efficacia giuridica a un contratto di agenzia o di distribuzione stipulato in forma verbale, questo non è consigliabile in quanto potrebbe determinare il sorgere di eventuali problemi e controversie. La redazione in forma scritta dei contratti consente pertanto a ciascuna parte di conoscere chiaramente i propri diritti ed obbligazioni.

Le parti prima di iniziare un'attività commerciale dovrebbero assicurarsi che il consenso di terzi e/o i necessari permessi siano rilasciati dalle competenti autorità locali e che espressi termini concernenti questioni chiave, ad esempio, in materia di proprietà intellettuale, durata, termine di preavviso, compensazione, siano inclusi nel contratto.

Questioni concernenti l'imposizione fiscale dovrebbero tuttavia essere esaminate. Una rilevante questione potrebbe essere quella di verificare se l'assunzione di un agente o di un distributore potrebbe implicare il riconoscimento di una stabile organizzazione da parte del produttore o fornitore italiano nel Regno Unito. Questa questione potrebbe risultare rilevante al fine di stabilire se il produttore/fornitore italiano potrebbe essere sottoposto al regime della doppia imposizione fiscale.

Pur se il "Made in Italy" rappresenta un'attuale storia di successo, una oculata prudente pianificazione si rivela essenziale affinché produttori e fornitori italiani possano rappresentarlo con successo conquistando con i loro prodotti i consumatori oltrefrontiera. Il supporto fornito dalla consulenza legale di un esperto nei confronti di qualsiasi iniziativa volta al lancio di un prodotto di successo in un paese estero si rivela in tal senso cruciale.

Caterina Iodice

**Avvocato and Solicitor
Gregory Rowcliffe Milners**