

Artigiani nella produzione, professionisti nei contratti

scritto da Ileana Brendaglia | 1 Giugno 2021



All'avviarsi di un business di carattere internazionale inizia necessariamente una relazione di carattere commerciale; si giunge così ad un punto cruciale per quanto riguarda la regolamentazione di tale rapporto e delle parti in essa coinvolte: **la stesura di un testo contrattuale**.

Abbiamo approfondito questa tematica nell'ambito del nostro **Campus Export Manager** con uno degli esponenti più autorevoli di diritto vitivinicolo in Italia, che opera nel settore del vino offrendo servizi di consulenza etichette, recupero crediti, marchi e brevetti, ma soprattutto contrattualistica: lo [Studio Giuri Avvocati Associati](#).

Molti operatori del commercio ritengono **erroneamente** che, non regolando in forma scritta i propri rapporti con le

controparti, riescano così ad evitare di assumere vincoli ed obblighi che sarebbero altrimenti delineati (perché considerati onerosi o semplicemente per negligenza). In tal modo, però, viene confusa l'esistenza stessa di un contratto con la forma scritta o orale che ne esprime i contenuti. **Il fatto che il contratto non sia stilato in forma scritta non significa che esso non esista in maniera assoluta:** la convinzione comune è che un contratto sia un foglio di carta dove le parti stabiliscono delle pattuizioni e lo firmano, ma **non avere un documento scritto non significa che la relazione sia libera, e quindi non regolamentata;** significa che bisogna di volta in volta capire quale normativa applicare a quella relazione contrattuale.

A questo proposito, quindi, è sempre **opportuno e più auspicabile adottare dei meccanismi che consentano ai contraenti di rendersi conto delle conseguenze che deriveranno dall'atto che compiono** e che i termini, le condizioni e i contenuti di ogni accordo vengano formalizzati nel documento contrattuale.

Un esempio significativo quando vi è una mancanza di questo strumento legislativo è la possibilità di una delle controparti di sottoporre il rapporto a regole che si sono consolidate nel tempo.

Nell'ambito delle relazioni commerciali vige, infatti, il **"principio della libertà delle forme": si può (in qualsiasi caso) decidere volontariamente di non firmare un contratto scritto**, ma bisogna accettare che l'accordo preso oralmente potrebbe poi essere soggetto a norme che si sono consolidate nel lungo periodo. Seguendo questo esempio, se diamo al nostro distributore degli obiettivi che sono importanti per il raggiungimento di risultati ma essi ogni anno vengono disattesi e noi accettiamo ogni volta la situazione senza rivedere le condizioni poste all'inizio del rapporto, stiamo dimostrando che per noi gli obiettivi non erano così importanti come si era stabilito nella pattuizione: nei

confronti di quel cliente, il comportamento “concludente, di fatto” avrà quindi un rilievo più o meno legittimante.

Un contratto internazionale, inoltre, presenta degli **elementi di estraneità rispetto all'ordinamento nazionale**: ogni paese ha una propria normativa riguardante la regolamentazione del contratto di vendita di beni (e, a volte, anche specifica per il prodotto vino): questa è un'altra condizione che porta **a favore dello stabilire perlomeno alcune clausole di diritto internazionale, anche un elaborato di due semplici pagine**, con quelle che sono le più fondamentali.

Avendo chiarito quindi il fatto che contrattualizzare la relazione commerciale internazionale è fondamentale per la tutela dell'azienda stessa, il testo dovrà in linea di massima prevedere i seguenti punti:

- essere completo e dettagliato
- essere chiaro e di semplice comprensione;
- essere il più possibile organico e coerente, in modo da evitare sovrapposizioni e contraddizioni tra le clausole;
- essere equo, ossia deve dettare una disciplina che contemperi le esigenze delle parti, senza palesi diversità di trattamento in termini di obblighi e responsabilità;
- non essere in contrasto con le norme della legge applicabile al contratto e con le norme di applicazione necessaria.

A proposito di questo ultimo punto, bisogna comprendere che **tali norme superano la volontà delle parti: qualsiasi deroga venga inserita nel contratto che vada in contrasto con le leggi di quel determinato territorio, cede di fronte ad esse,**

le quali hanno la priorità assoluta.

Marco Giuri, fondatore dello studio legale, delinea ciò che comunemente avviene nelle aziende di vino, dividendo le tipologie di contratti internazionali a seconda che si tratti di ordini “spot”, caratterizzati dalla loro natura straordinaria, quindi **isolati e non replicati nel tempo**, oppure di ordini effettuati nell’ambito di **rapporti di durata**.

Nel primo caso è opportuno valutare in primis l’importo dell’ordine (solitamente più alto rispetto alla media nazionale per garantire al cliente una fornitura cospicua e per ammortizzare i costi di spedizione), in seguito effettuare una verifica preventiva della controparte, per capire per esempio se si dimostra un “cattivo pagatore” con altre aziende oppure se vi è una situazione debitoria nei confronti del suo paese. In linea di massima in questo caso **“salvaguardia” è la parola chiave**, soprattutto nei pagamenti, richiedendo, magari a fronte di una scontistica, il pagamento anticipato in toto oppure solamente in parte.

Nel secondo caso invece troviamo la grande maggioranza dei modelli contrattuali più diffusi, ovvero i classici **contratti di concessione di vendita (distribuzione)**, dove il produttore si impegna a fornire i propri prodotti ad un soggetto (concessionario/distributore) che si impegna a sua volta ad acquistarli e a promuoverne la vendita su un determinato territorio; oppure i **contratti di agenzia**, dove l’agente di commercio assume per l’altra parte, detta preponente, l’incarico di promuovere la conclusione di negozi dietro corresponsione di una provvigione (di norma parte del fatturato derivante dalla vendite).

Si parla poi dei cosiddetti **“Terms and conditions” apposti direttamente sul singolo ordine**, laddove non sia opportuno strutturare un vero e proprio contratto: non è una previsione di clausole a 360 gradi, ma **uno strumento più flessibile, costituito solo da alcuni punti che consentono di aver maggior**

tutela nella fase patologica del rapporto.

Interessante a questo proposito è l'intervento di Serena Linopanti, Associata dello Studio, che specifica come **le condizioni generali di vendita contenute in fattura siano "in ritardo" rispetto al momento in cui dovrebbero essere negoziate le condizioni di vendita vere e proprie**. La fattura arriva, infatti, in un momento definito nel settore giuridico "perfetto", ovvero quando la compravendita si è già perfezionata: se vogliamo che le condizioni generali di vendita siano applicabili alla nostra relazione **dobbiamo far sì che esse siano accettate prima che il contratto sia concluso**. Si devono **allegare quindi le condizioni di vendita nel modulo di conferma dell'ordine**. La fattura infine potrà poi solo ribadire tali condizioni.

Come visto, quindi, le scelte da effettuare sono molte e vanno ben ponderate; indispensabile però è che queste decisioni vengano prese **senza lasciare margini di incertezze e ambiguità, mettendo poi la nostra azienda a rischio di contenziosi** e, sul lato economico, esborsi elevati o possibili sanzioni.