

INDICE SOMMARIO

<i>Presentazione</i>	IX
--------------------------------	----

CAPITOLO I

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE: QUALI OBIETTIVI E QUALI STRUMENTI?

1. L'avvio di una strategia di internazionalizzazione.	1
2. I possibili approcci contrattuali per una strategia di internazionalizzazione delle imprese	7
2.1. Unione Europea: contratti di agenzia e contratti di concessione	11
2.2. L'Inghilterra prima e dopo il recepimento della Direttiva CEE 86/653 e i sistemi giuridici di <i>common law</i> al di fuori dell'Unione Europea	19
2.3. Agenti e concessionari al di fuori dell'Unione Europea: il partner locale come parte debole del contratto tutelata dalla normativa locale	23

CAPITOLO II

LA REDAZIONE DI UN *AGENCY AGREEMENT* I CONTENUTI ESSENZIALI DEL CONTRATTO

1. La redazione di un <i>Agency Agreement</i> : alcune considerazioni preliminari e una <i>check-list</i>	27
2. Il testo contrattuale: le definizioni ricorrenti in un contratto di agenzia.	33
3. L'ambito del mandato conferito all'agente: l'esclusiva	40
4. L'ambito del mandato conferito all'agente: l'esclusione della rappresentanza	48
5. Gli obblighi dell'Agente	50
6. Tutela delle informazioni riservate dei marchi e rispetto della Corporate Identity del preponente	57
7. Normative locali e codici di condotta e di comportamento del preponente.	58
8. Raccolta delle proposte d'ordine e vendita dei prodotti.	61
9. Obblighi del preponente.	63
10. Le provvigioni dovute all'agente	65
11. Provvigioni per contratti conclusi dopo la cessazione del contratto di agenzia	70

12. Il momento dell'insorgere del diritto dell'agente al pagamento della provvigione.	74
13. La durata del contratto di agenzia	77
14. Contratti a tempo indeterminato, termini di preavviso e risoluzione anticipata del contratto nell'Unione Europea	79
15. Obblighi delle parti alla cessazione del contratto.	82
16. L'indennità di fine rapporto nell'Unione Europea	86
17. L'indennità di fine rapporto nel Regno Unito dopo la Brexit.	92
18. Casi in cui l'agente non ha titolo per ricevere un'indennità, o una riparazione del pregiudizio, all'atto della cessazione del contratto di Agenzia.	95
19. Patto di non concorrenza dopo la cessazione del contratto.	97
20. Scelta della legge applicabile	98

CAPITOLO III

LA REDAZIONE DI UN *DISTRIBUTORSHIP AGREEMENT*: ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI

1. La figura del concessionario.	101
2. Contratti di concessione e sistemi distributivi.	104

CAPITOLO IV

LA REDAZIONE DI UN *DISTRIBUTORSHIP AGREEMENT*: I CONTENUTI ESSENZIALI DEL CONTRATTO

1. Le definizioni contrattuali	111
2. Il mandato conferito al Concessionario	111
2.1. L'ambito del mandato conferito al concessionario nei contratti di concessione al di fuori della Unione Europea.	112
2.2. L'ambito del mandato conferito al Concessionario nei contratti di concessione nell'Unione Europea.	118
2.3. Vendite a mezzo Internet ed e-commerce.	121
2.4. Vendite Dirette del Concedente e compensi per "invasione di zona".	125
2.5. Obiettivi di acquisto/vendita	126
3. Conformità a norme di legge vigenti nel Territorio ed ai modelli di " <i>corporate governance</i> " del concedente.	132
4. Obbligazioni del concessionario	133
4.1. La promozione delle vendite ed il servizio di assistenza post-vendita	133
4.2. L'organizzazione del Concessionario.	135
4.3. Il rispetto dei criteri qualitativi in un sistema di distribuzione selettiva	137
4.4. Pubblicità e Campagne promozionali	139
4.5. Informazioni in merito all'andamento del mercato e delle vendite.	140
4.6. Corporate Identity e tutela dei marchi del Concedente.	141

4.7.	Stock di Prodotti contrattuali	144
4.8.	Obblighi di non concorrenza	146
5.	Obbligazioni del concedente	148
5.1.	Fornitura dei Prodotti, Prezzi e Condizioni di Vendita al Concessionario	148
5.2.	Prezzi di rivendita applicati dal Concessionario e prezzi raccoman- dati dal Concedente	153
5.3.	Garanzia Tecnica e Difettosità ricorrenti	154
6.	Cessione del contratto e concessionari di secondo livello	161
7.	Durata del contratto e casi di risoluzione anticipata	164
8.	Obblighi conseguenti al venir meno del contratto	166

CAPITOLO V

CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE E DIRITTO
DELLA CONCORRENZA DELL'UNIONE EUROPEA

1.	L'articolo 101 Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) e gli accordi verticali	175
2.	Le possibili strutturazioni dei sistemi distributivi ed i potenziali rischi per la concorrenza.	178
3.	Accordi verticali e Comunicazione "De Minimis"	182
4.	Il Regolamento (UE) 330/2010 della Commissione relativo all'applicazione dell'art. 101 paragrafo 3 TFUE a categorie di accordi verticali e pratiche concordate.	185
4.1.	Ambito di applicazione del Regolamento (UE) 330/2010	186
4.2.	La valutazione della quota di mercato.	189
5.	Restrizioni che eliminano il beneficio dell'esenzione per categoria — restrizioni fondamentali (<i>hardcore restrictions</i>)	190
6.	Restrizioni escluse	196
7.	Contratti di concessione e distribuzione via Internet nel Regolamento 330/2010.	201
8.	La verifica di compatibilità con l'art. 101.1. TFUE degli accordi verticali che non rientrano nell'ambito di applicazione del Reg. 330/2010	205
8.1.	La valutazione degli effetti degli accordi verticali in relazione all'ap- plicabilità di quanto disposto dagli artt. 101.1 e 101.3. TFUE	205
9.	Revoca dell'esenzione	209
10.	L'evoluzione della distribuzione selettiva e dell'e-commerce nella UE: dalla Relazione della Commissione sull'indagine sul commercio elettronico (2017) al caso Coty.	210
10.1.	La Relazione sull'indagine sul commercio elettronico (2017)	210
10.2.	I concessionari e la restrizione delle vendite sui siti di e-commerce: il caso Coty	215
10.3.	Il Regolamento (UE) in tema di geo-blocking	219
10.4.	Distribuzione selettiva ed e-commerce: gli sviluppi successivi al caso Coty	221

CAPITOLO VI

FORMULE CONTRATTUALI

1.	Agency Agreement	231
1.1.	Agency Agreement n. 1 (EU-Long form)	231
1.2.	Agency Agreement n. 2 (Extra UE - Short form)	249
2.	Distributorship Agreement	256
2.1.	Distributorship Agreement n. 1 (EU Exclusive Distribution)	256
2.2.	Distributorship Agreement n. 2 (EU Selective Distribution)	279
2.3.	Distributorship Agreement n. 3 (Extra EU)	309
	<i>Suggerimenti bibliografici</i>	329