



MERCANTI E ASSOCIATI
STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO

Le clausole abusive nei contratti B2B

La nuova legge belga del 4 aprile 2019 e un primo confronto con il diritto italiano

Avv. Cristina Biglia

30 Settembre 2020

Le clausole abusive nei contratti B2B

Sommario

1. *Le pratiche commerciali scorrette*
 - 1.a *Le microimprese*
2. *Pubblicità ingannevole e comparativa illecita*
3. *Abuso di dipendenza economica*
 - 3.a *Rimedi all'abuso*
4. *Franchising*
5. *Contratto di agenzia*
6. *Contratto di distribuzione*
7. *Disciplina dei ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali*
8. *Conclusioni*

1. Le pratiche commerciali scorrette

Le norme in materia di pratiche commerciali scorrette possono dirsi analoghe in tutti i Paesi europei in quanto riscontrano la loro radice comune nell'impulso eurounitario.

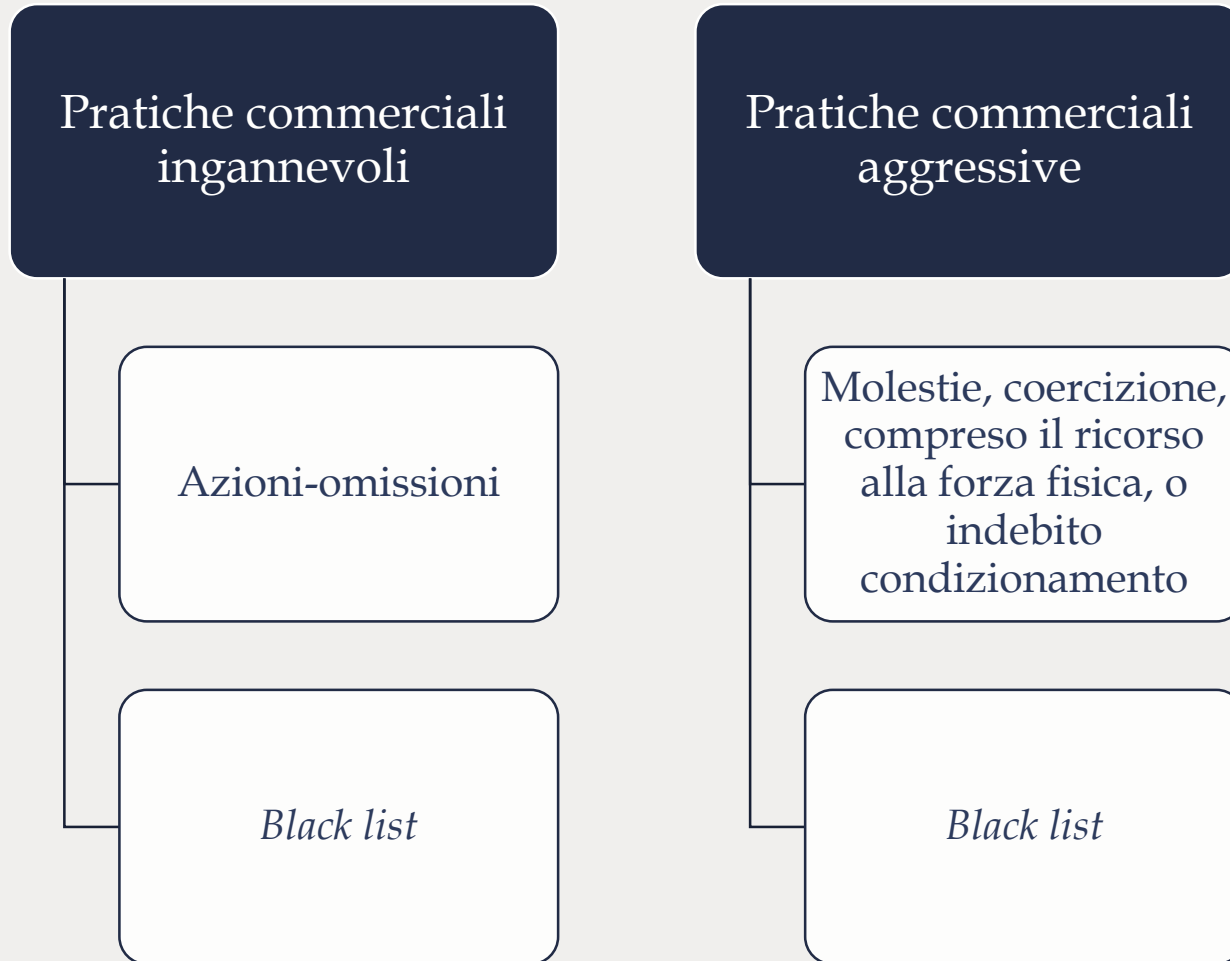
In Italia:

- Codice del Consumo, novellato dal D.Lgs. n. 146 del 2 agosto 2007, che inizialmente trovava applicazione solo al B2C ma che è poi stato esteso nel 2012 alle c.d. microimprese;
- D.Lgs. 145 del 2 agosto 2007 in materia di pubblicità ingannevole nei rapporti B2B.

La pratica commerciale, definita all'art. 18 del Codice del Consumo, è scorretta, secondo la definizione generale dell'art. 20, quando:

- ❖ è contraria alla diligenza professionale
- ❖ è idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta

1. Le pratiche commerciali scorrette



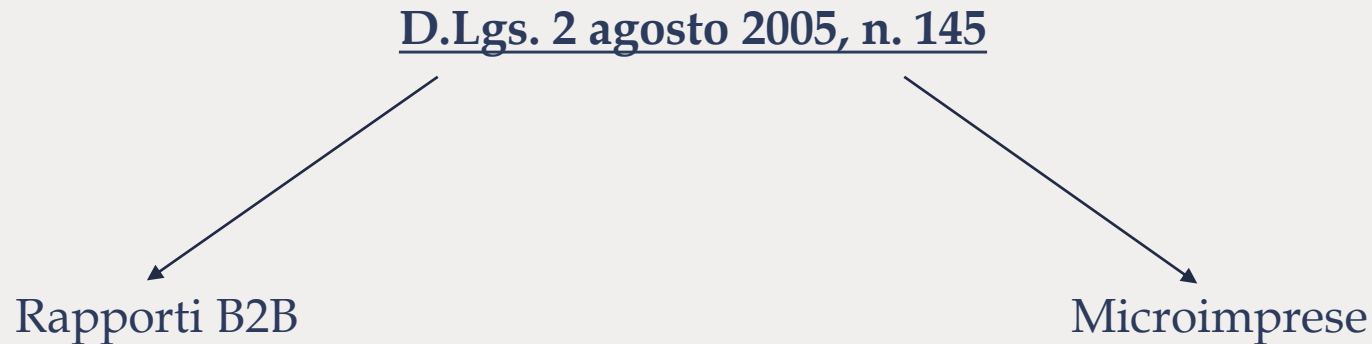
1.a. Le microimprese

Microimpresa è il soggetto che esercita un'attività economica, anche a titolo individuale o familiare, occupando meno di dieci persone e realizzando un fatturato annuo oppure un totale di bilancio annuo non superiori a due milioni di euro.

Dal 2012 applica il Codice del Consumo in materia di pratica commerciale scorretta:

- Parificazione con il consumatore medio in quanto la microimpresa, per dimensione e fatturato, può essere posta in una condizione di svantaggio pari a quello in cui si presenta un consumatore medio che agisce al di fuori dell'attività d'impresa;
- Potere di scelta tra Giudice Ordinario o Autorità Antitrust (via amministrativa).

2. Pubblicità ingannevole e comparativa illecita



Ingannevole → Pubblicità che induce in errore o può indurre in errore pregiudicando il comportamento del soggetto al quale è rivolta o ledendo un concorrente.

Comparativa illecita → Un'impresa A promuove i propri beni o servizi mettendoli in confronto in modo ingannevole o non oggettivo con quelli dell'impresa B, ovvero genera confusione o provoca discredito di B.

3. Abuso di dipendenza economica

Art. 9 L. 192/1998

Disciplina della subfornitura nelle attività produttive

- È vietato l'abuso da parte di una o più imprese dello stato di dipendenza economica nel quale si trova, nei suoi o nei loro riguardi, una impresa cliente o fornitrice

Dipendenza economica

- La situazione in cui un'impresa sia in grado di determinare, nei rapporti commerciali con un'altra impresa, un eccessivo squilibrio di diritti e di obblighi
- È valutata tenendo conto anche della reale possibilità per la parte che abbia subito l'abuso di reperire sul mercato alternative soddisfacenti

3. Abuso di dipendenza economica

ABUSO DIPENDENZA ECONOMICA vs ABUSO POSIZIONE DOMINANTE

Rilievo attribuito all'abuso e squilibrio delle imprese nell'ambito di un rapporto negoziale.



Non interessa la posizione dominante

Condizione del «mercato rilevante»

ECJ caso Hoffmann – La Roche

Consente ad un'impresa o ad un gruppo di imprese di determinare la propria condotta in modo sensibilmente indipendente dai suoi concorrenti, clienti e consumatori.

Ciò nonostante le norme sono analoghe

Unico obiettivo: impedire l'approfittamento di una posizione di forza

3.a. Rimedi all'abuso

1) Giudice ordinario

- accertamento della dipendenza economica e della violazione del principio di buona fede;
- concessione di misure cautelari d'urgenza
- dichiarazione di nullità e risarcimento del danno

2) Rimedio collettivo (associazione imprenditoriali di categoria)

- ricorso al giudice ordinario

3) Ricorso all'AGCM

- applicazione di diffide e sanzioni

4. Franchising

Disposizioni a tutela dell'affiliato → Parte debole del contratto

- Periodo iniziale di riflessione a favore del *franchisee*;
- Obbligo per il *franchisor* di indicare espressamente l'ammontare degli investimenti e delle spese di ingresso che il franchisee deve sostenere;
- Obbligo di specificare le modalità di calcolo delle royalties;
- Obbligo di chiarezza nelle condizioni relative al rinnovo, alla risoluzione ed alla cessione del contratto.

5. Contratto di agenzia

A seguito della Direttiva 86/653/CE

- Art. 1749 Cod. Civ.: il proponente deve mettere a disposizione dell'agente la documentazione necessaria relativa ai beni o servizi trattati, fornirgli le informazioni necessarie all'esecuzione del contratto e deve avvertire di eventuali cali del volume d'affari.
- Art. 1746 Cod. Civ.: divieto del patto del «star del credere».
- Art. 1751 Cod. Civ.: equiparazione di fatto della tutela dell'agente a quella del lavoratore subordinato .

6. Contratto di distribuzione

È il caso in cui un soggetto assume stabilmente l'incarico di curare la commercializzazione dei beni in una determinata zona per un fornitore o produttore a nome e rischio proprio.

Negli anni la tutela è stata maggiormente offerta dalla giurisprudenza.



Caso Renault
Corte di Cassazione, sent. 20106/2009

7. Disciplina dei ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali



7. Disciplina dei ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali

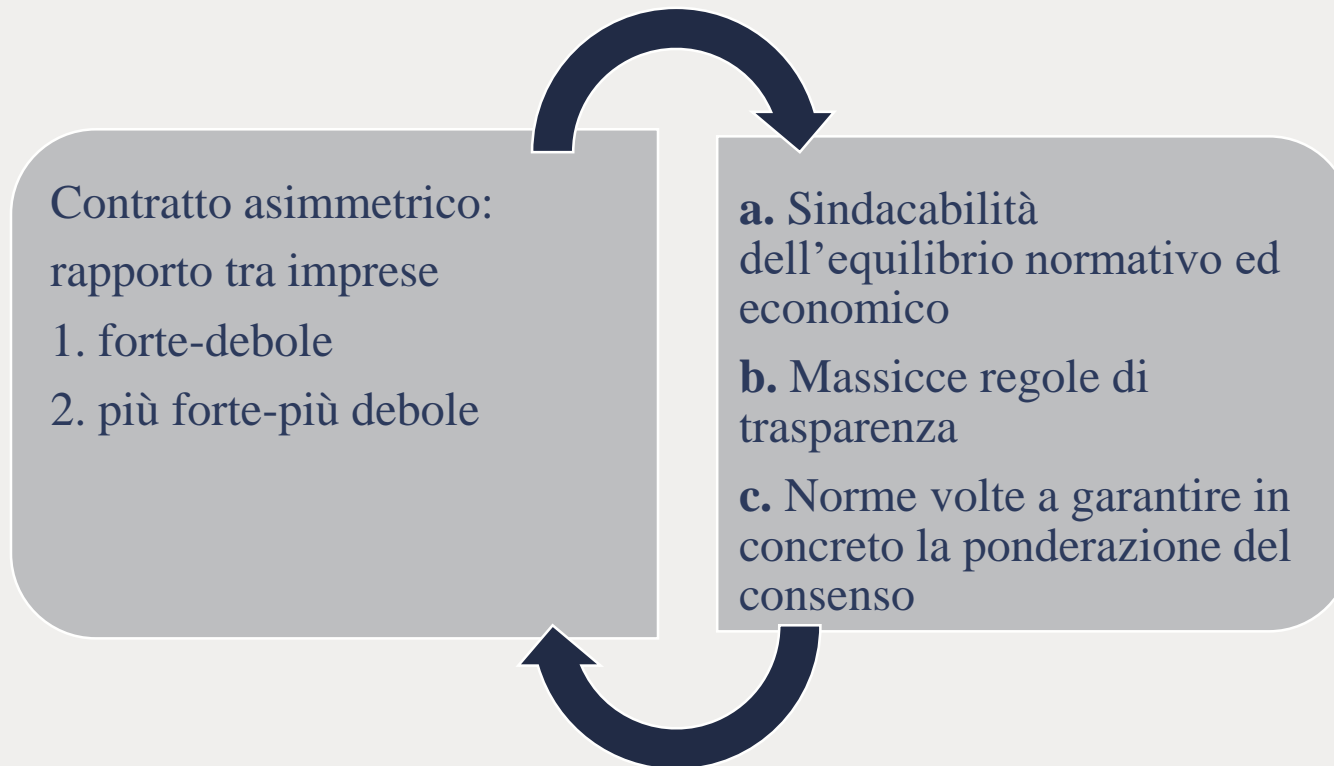
L'ultima parte del comma 3-*bis* dell'art. 9 della L. 192 del 18 giugno 1998, come novellato dalla Legge 180 dell'11 novembre 2011 rinvia al D.Lgs. 9 ottobre 2002, n. 231 attuativo della Direttiva 2000/35/CE in materia di lotta contro i ritardi di pagamento delle transazioni commerciali.

La puntualità nei pagamenti contribuisce alla realizzazione di un contesto di corretto confronto competitivo tra le imprese



Caso Hera S.p.A.
Provvedimento AGCM, 23 novembre 2016

8. Conclusioni



Grazie per l'Attenzione

M

MERCANTI E ASSOCIATI
STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO



Milano

Via Fratelli Gabba, 6
20121 Milano
Tel. +39 02 72094222

Verona

Vicolo Pietrone, 1/B
37123 Verona
Tel. +39 045 591999

Lugano

Sede di rappresentanza
Via Vegezzi, 4
6900 Lugano
Tel. +41 91 2083114