

Il futuro del Vino

Ambiente Diritto Politiche Consumi

Quistello (MN), 24 marzo 2018

**Il contratto di compravendita del vino: profili e questioni nella
vendita interna ed estera**

Stefano Dindo

Dindo, Zorzi & Associati Studio Legale

www.studiodindo.it

Cenni introduttivi alle problematiche giuridiche e culturali da affrontare nelle trattative

Acquisire la consapevolezza:

- che qualsiasi attività interagisce con l'ordinamento giuridico di uno o più paesi;
- che si possono assumere diritti e obblighi anche semplicemente ponendo in essere **comportamenti**;
- Che nel commercio internazionale gli usi commerciali o quelli consolidatisi tra le parti e/o **l'affidamento** che generano taluni comportamenti assumono un rilievo particolare per la definizione dei reciproci diritti e obblighi.

Contratto di compravendita di prodotti alcolici

- Il contratto internazionale di compravendita di vino o di altri prodotti alcolici rientra nel campo di applicazione della Convenzione in materia di vendita internazionale di beni mobili del 1980 (la Convenzione di Vienna)
- La Convenzione di Vienna:
 - a) è una Convenzione di diritto uniforme: quanto è applicabile essa deve essere applicata ed interpretata nello stesso modo degli stati contraenti;
 - b) nel caso di vendita di vino o prodotti alcolici è applicabile fra le parti aventi la loro sede di affari in stati diversi:
 - (i) quando tali stati sono stati contraenti, oppure
 - (ii) quando le norme di diritto internazionale privato portano all'applicazione della legge di uno stato contraente (cfr. art. 1)
 - c) può essere contrattualmente esclusa in tutto o in parte

Due clausole importanti nel contratto di compravendita:

- a) legge applicabile: la scelta della legge applicabile è libera, ma se non vi è scelta esplicita si applica la legge del venditore;
- b) scelta del foro competente;
- c) eventuale clausola arbitrale.

CHECK LIST CLAUSOLE

CONTRATTO COMPRAVENDITA

- 1) Legge applicabile.
- 2) Foro competente o clausola arbitrale.
- 3) Identificazione dell'oggetto.
- 4) Prezzo e modalità di pagamento.
- 5) Interessi sul ritardo di pagamento.
- 6) Definizione del luogo di consegna, del passaggio del rischio e del passaggio di proprietà.
- 7) Disciplina della denuncia dei vizi.
- 8) Modalità di trasporto.
- 9) Eventuali garanzie dirette o indirette (riserva di proprietà) per il pagamento del prezzo.
- 10) Eventuali limitazioni della responsabilità.
- 11) Contenuto (ed eventuali limiti) della garanzia inerente la conformità del prodotto.
- 12) Eventuali clausole penali.
- 13) Forza maggiore.
- 14) Clausola di variazione del prezzo (hardship).

Incoterms

- Definizione: codificazione «**privata**» realizzata dalla Camera di Commercio Internazionale (Parigi) inerente **usi commerciali** applicati nei contratti di vendita (nazionali e internazionali), indicano essenzialmente le obbligazioni, le spese ed i rischi connessi alla **consegna della merce** da venditore a compratore.

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO

Principi Base

- Le condizioni generali di contratto si applicano se risultano essere **state accettate** dalla parte che le ha ricevute.
- L'accettazione può ritenersi intervenuta **anche tacitamente** mediante l'esecuzione del contratto (fatta eccezione per le clausole che richiedono la forma scritta secondo la legislazione applicabile: esempio foro competente e clausola compromissoria).

CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO – II

- Nel caso in cui ciascuna parte invii le proprie condizioni generali di vendita (c.d. **battle of forms**), secondo l'opinione prevalente si applicano le ultime condizioni generali che risultano accettate (c.d. last shot rule) mentre secondo altra opinione – minoritaria – non si applicherebbero le condizioni generali in quanto in contraddizione tra loro (c.d. Knock out rule).
- Per quanto concerne l'Italia devono risultare comunque approvate per iscritto:
 - (i) l'eventuale clausola di **proroga di competenza**
 - (ii) l'eventuale **clausola compromissoria**

Situazioni particolari

- a) contratto quadro destinato a disciplinare varie forniture
- b) contratto concluso per telefono e/o confermato per e-mail: da quali norme è disciplinato?
- **Attenzione!** In alcuni paesi il contratto di compravendita è valido solo se disciplinato per iscritto.

GESTIONE DEL CREDITO

- a) individuazione del fido da accordare a ciascun cliente sulla base dello storico del cliente e del rischio paese;
- b) valutazione inerente l'opportunità o meno di azzerare il debito estero.

Problematiche inerenti la certificazione e/o registrazione presso le autorità locali competenti.

- a) verifica della necessità o meno di adempimenti formali prima di poter procedere con la commercializzazione in un determinato paese (es.: Russia – USA)
- b) verifica adempimenti inerenti l'etichettatura. Esempio: negli USA è necessario inserire la seguente dizione «*Government Warning: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery and may cause health problems*».

PAESI OVE ESISTE IL MONOPOLIO DI STATO

- Esempi: Canada – Svezia – Norvegia – Finlandia
- Vendite previa aggiudicazione da parte dello stato monopolista

La tutela della proprietà intellettuale

Nozioni generali

- Per denominazione d'origine protetta (DOP) dei vini si intende il nome geografico di una zona viticola particolarmente vocata utilizzato per designare un prodotto di qualità e rinomato, le cui caratteristiche sono connesse essenzialmente o esclusivamente all'ambiente naturale ed ai fattori umani.
- Costituiscono altresì una denominazione d'origine taluni termini usati tradizionalmente alle condizioni previste dall'art. 118 – ter, paragrafo 2 del regolamento CE n. 1234/2007 (ora articolo 9 del regolamento 1308/2013) art. 1 comma 1 d.lvo 61/2010)
- Per indicazione geografica protetta (IGP) dei vini si intende il nome geografico di una zona utilizzato per designare il prodotto che ne deriva e che possiede qualità, notorietà e caratteristiche specifiche attribuibili a tale zona.
- Per menzione tradizionale si intende l'espressione usata tradizionalmente negli stati membri, per indicare che il prodotto reca una denominazione d'origine protetta o un'indicazione geografica protetta del diritto nazionale e unionale o il metodo di produzione o di invecchiamento oppure la qualità, il colore, il tipo di luogo o ancora un evento particolare legato alla storia del prodotto o a denominazione d'origine protetta o a indicazione geografica protetta (articoli 112 e 113 del regolamento UE 1308/2013).
- Il marchio d'impresa è un segno che permette di distinguere i prodotti o i servizi, realizzati o distribuiti da un'impresa, da quelli delle altre aziende.

Denominazione d'origine e menzioni tradizionali - Marchi d'impresa

- Il marchio d'impresa tutela i segni distintivi della propria azienda.
- Denominazioni e menzioni tradizionali sono tutelate efficacemente in Europa; fuori d'Europa le indicazioni geografiche sono tutelate molto meno efficacemente nell'ambito dei c.d. accordi Trips di Marrakesh del 15.04.1994, artt. 22, 23 e 24; le menzioni tradizionali non sono tutelate (esempio Recioto; Amarone; Brunello ecc.).

Il contratto di vendita in Italia

- a) egemonia della grande distribuzione
- b) la disciplina dell'articolo 62 d.l. n. 1 del 2012 convertito in legge n. 27 del 2012 applicabile in materia di cessione di prodotti agricoli e agroalimentari

Presupposto per l'applicazione

- a) Cessione di prodotti agricoli e alimentari la cui consegna avviene nel territorio della Repubblica Italiana;
- b) Requisiti (a pena di nullità)
 - (i) forma scritta
 - (ii) Durata
 - (iii) Quantità
 - (iv) Caratteristiche del prodotto venduto
 - (v) Prezzo
 - (vi) Modalità di consegna
 - (vii) Pagamento

Termini di pagamento

- (Art. 62 comma 3): 60 giorni, che decorreranno dall'ultimo giorno del mese di ricevimento delle fatture.
- La data di ricevimento della fattura, salvo prova contraria, è quella di consegna dei prodotti.
- Per la prova contraria: pec; raccomandata a/r; ricevimento a mano.

Pratiche commerciali scorrette

- Sono vietati quei comportamenti del contraente che, abusando della propria forza commerciale, imponga condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose. (cfr. elenco delle pratiche commerciali sleali – all. a) – decreto attuativo 19/10/2012 n. 199.



Avv. Stefano Dindo

Partner

Dindo, Zorzi & Associati

Via Leoncino n. 16 – Verona – Italy

T +39 045 8001884

F +39 045 597244

E stefano.dindo@studiodindo.it