

Le principali criticita' in materia di concorrenza nei contratti di distribuzione e di agenzia in Canada

Posted by Stefano Linares on 11 December 2023 at 4:19 PM

Prodotti concorrenti

Le clausole contrattuali, che prevedono restrizioni alla possibilita' di distribuire prodotti concorrenziali, sono valide e vincolanti solo in regime di contratto o anche dopo la sua scadenza?

In linea generale, clausole contenenti specifiche restrizioni alla distribuzione di prodotti concorrenziali durante la vigenza del contratto sono considerate valide. Tuttavia, tali restrizioni, qualora siano estese temporalmente oltre la scadenza del contratto, devono essere ragionevoli e coerenti con lo scopo del contratto e sono, comunque, sottoposte ad attenta valutazione da parte dei tribunali canadesi chiamati a pronunciarsi in merito. In particolare, le clausole di non concorrenza devono avere un ambito di applicazione ben delimitato, sia per quanto riguarda la loro durata, l'area geografica e le attivita' coinvolte, il tutto avendo, naturalmente, il dovuto riguardo alla tutela degli interessi legittimi del Fornitore o del preponente; in caso contrario, esiste la concreta possibilita' che tali clausole possano essere dichiarate inapplicabili. Inoltre, nell'ipotesi in cui il contratto venga risolto senza giusta causa dal Fornitore e/o dal Preponente, quest'ultimo non potra', di regola, far valere tali restrizioni.

Prezzi

E' consentito al Fornitore controllare i prezzi, ai quali il Distributore deve rivendere i prodotti?

Ai sensi della normativa anti-trust vigente in Canada e contenuta nel *Competition Act*, l'imposizione del prezzo di rivendita da parte del Fornitore e' una condotta di per se' ritenuta lecita. E', tuttavia, prevista l'applicazione di sanzioni da parte delle autorita' della concorrenza nelle ipotesi di fissazione verticale del prezzo da parte del Fornitore oppure qualora l'imposizione del prezzo da parte del Fornitore abbia l'effetto di scoraggiare l'eventuale riduzione dei prezzi applicati da parte dei propri clienti o dei suoi concorrenti e qualora il comportamento messo in atto dal Fornitore risulti lesivo della concorrenza. Tali sanzioni non trovano, evidentemente, applicazione in riferimento ai rapporti di agenzia commerciale, nei quali l'Agente si limita a promuovere e raccogliere ordini per conto del Preponente senza essere chiamato ad acquistare e a rivendere tali prodotti. E' prassi comune tra i Fornitori quella di "consigliare" i prezzi di vendita sulle confezioni e sulle etichette.

E' consentito al Fornitore "influenzare" i prezzi di rivendita in maniera indiretta, attraverso, ad esempio, la previsione di una politica sul prezzo minimo pubblicizzato, "suggerendo" i prezzi di rivendita, oppure annunciando di non voler trattare con clienti, che non intendono attenersi alla propria politica sui prezzi?

Le politiche sui prezzi minimi pubblicizzati sono, comunemente, utilizzate e, sebbene possano essere soggette ad eventuale valutazione da parte delle autorita' della concorrenza, sono ritenute problematiche, unicamente, qualora comportino conseguenze negative per la concorrenza. Devono, tuttavia, essere stabilite in maniera unilaterale dal Fornitore ed applicate in maniera uniforme. Dovrebbero, altresì, espressamente prevedere che i prodotti possano essere rivenduti a prezzi inferiori rispetto al minimo pubblicizzato, garantendo così a Distributori ed Agenti la necessaria flessibilita' nell'offrire sul posto eventuali sconti, riduzioni e coupons.

E' possibile prevedere nel contratto che il prezzo, a cui il Fornitore vende i propri prodotti al Distributore non potra' essere superiore al prezzo piu' basso applicato agli altri suoi clienti?

In linea di principio, cio' e' consentito. Le parti sono, infatti, libere di determinare i termini di vendita dei propri accordi commerciali, compresi eventuali prezzi preferenziali, purché cio' non comporti un riduzione della concorrenza, ad esempio, attraverso la previsione di discriminazione di prezzo.

Sono previste restrizioni alla possibilita' del venditore di applicare prezzi diversi a seconda della posizione geografica dei clienti, della loro tipologia, delle quantita' di prodotti acquistate, etc.?

Discriminazione di prezzo e altre formule o strategie promozionali (tramite sconti, riduzioni, tariffe ridotte o altre offerte) sono, teoricamente, soggette a revisione da parte delle autorita' della concorrenza canadesi, ma vengono, di regola, ritenute "problematiche", unicamente, qualora riducano considerevolmente la concorrenza.

Restrizioni concernenti la posizione geografica e/o la tipologia del cliente

E' consentito al Fornitore limitare la zona geografica o la tipologia della clientela, ai cui il Distributore puo' rivendere i prodotti? Esiste una distinzione tra le c.d. vendite attive e quelle passive e come sono definite?

La previsione, contenuta nei contratti di distribuzione o di agenzia, di una esclusiva territoriale o di specifiche restrizioni relative ad alcuni mercati, non e' ritenuta illecita in Canada, ma puo', tuttavia, essere soggetta a controllo da parte delle locali autorita' della concorrenza. Salvo il caso in cui tali restrizioni non comportino limitazioni alla concorrenza, esse non verranno, tuttavia, vietate. La distinzione tra "vendite attive" e "vendite passive" cosi' come definite, ai sensi delle normative vigenti in Europa, non trova, di regola, applicazione in Canada.

Vendite online

E' consentito al Fornitore proibire o limitare la facolta' del proprio Distributore di vendere i prodotti online?

Cosi' come gia' sottolineato in precedenza, limitare o proibire la vendita online in un contratto di distribuzione o di agenzia non e' di per se' vietato, anche se soggetto a specifiche restrizioni contenute nel *Competition Act*. Tali restrizioni anticoncorrenziali trovano applicazione con espresso riferimento sia ai rivenditori, che operano online che a quelli che operano in maniera tradizionale, attraverso punti vendita fisici. Conseguentemente, eventuali restrizioni territoriali sulle vendite effettuate online non sono, in linea di principio, proibite, salvo il caso in cui quest'ultime non determinino una sensibile limitazione alla concorrenza. Un Fornitore e', pertanto, libero di prevedere limitazioni parziali o totali alla facolta' dei propri Distributori di rivendere i prodotti online in un determinato territorio, a condizione che tali restrizioni non pregiudichino la concorrenza.

Rifiuto di trattare

In presenza di quali circostanze e' consentito al Fornitore rifiutarsi di trattare con determinati clienti? E' consentito al Fornitore limitare la liberta' dei propri Distributori di trattare con determinati clienti?

Ai sensi delle normative canadesi in materia di concorrenza, "il rifiuto di trattare" e' una pratica, per la quale esiste una presunzione di liceita'. Pertanto, solo in presenza di un comportamento, che, a giudizio del tribunale chiamato a pronunciarsi sul caso concreto, determini una sensibile limitazione della concorrenza, questo puo' essere dichiarato illecito. Il Fornitore e', conseguentemente, libero di decidere con chi concludere i propri affari. Eventuali restrizioni al diritto del Distributore di rivendere i prodotti a determinati clienti sono, di regola, consentite.

Questioni di concorrenza

Come sono valutati gli "accordi di esclusiva" ai sensi delle normative canadesi in materia di concorrenza?

In aggiunta alle restrizioni sul prezzo, sul territorio, sulla clientela e sulle vendite online, anche gli accordi di esclusiva non sono ritenuti di per se' illeciti e non sono, pertanto, di regola, soggetti a specifiche sanzioni, salvo il caso in cui la richiesta al Distributore di acquistare i prodotti unicamente da un determinato Fornitore non determini in concreto una probabile limitazione alla libera concorrenza.

Stefano Linares, Esq. | Attorney and counsellor-at-law | New York

Articolo precedentemente pubblicato su www.ascheri.co.uk