

L'art. 1742 e la stabilità del contratto

Si può parlare di rapporto di agenzia quando un'impresa affida ad un soggetto - « agente » - l'incarico, con carattere di stabilità, di promuovere, nella zona assegnatagli, la stipulazione di contratti con i terzi relativi ai prodotti di un imprenditore, nella prassi contrattuale denominata «preponente».

Un imprenditore, per distribuire i suoi prodotti, ha bisogno di intermediari, che raggiungano e convincano la potenziale clientela della bontà dei prodotti stessi, per indurla all'acquisto. La figura alla quale l'imprenditore fa più di frequente ricorso nel predisporre una rete distributiva è quella dell'agente di commercio, il quale svolge un'attività economica organizzata rivolta ad un risultato di lavoro, in modo autonomo, nell'interesse, per conto ed eventualmente anche in nome del preponente. Nel disciplinare i contenuti del contratto di agenzia, l'art. 1742 del codice civile, statuisce, al primo comma: "Col contratto di agenzia una parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, la conclusione di contratti in una zona determinata".

Anche alla luce delle definizioni date dagli artt. 1 degli AA.EE.CC. di categoria si può, dunque, parlare di rapporto di agenzia allorché un'impresa affida ad un soggetto - « agente » - l'incarico, con carattere di stabilità, di

promuovere, nella zona assegnatagli, la stipulazione di contratti con i terzi relativi ai prodotti di un imprenditore, nella prassi contrattuale denominata «preponente».

LA PROMOZIONE DI AFFARI: Dall'esame del primo comma dell'art. 1742 c.c. emerge con chiarezza quale sia l'attività tipica dell'agente e cioè promuovere affari. La promozione di affari costituisce, infatti, la fondamentale obbligazione che grava sull'agente. Dare un significato concreto a questa parola è assai più complesso di quanto sembri. In dottrina (Baldi, Mirabelli, Saracini-Toffoletto) è stata data una definizione che può dare il senso di questa complessità, atteso che la promozione di affari viene configurata come "il compimento di una pluralità di atti di contenuto vario e non predeterminato, tutti finalizzati a consentire al preponente il raggiungimento del risultato economico che lo stesso tende a perseguire attraverso l'agenzia e che si concreta nell'inserimento capillare nel mercato di quei beni alla cui produzione è indirizzata la sua attività imprenditoriale". Cercando di semplificare, nel suo aspetto più propriamente pratico la promozione di affari da parte dell'agente si sostanzia nel ricercare potenziali compratori, nel prendere contatto con i clienti e nell'iniziare trattative volte a provocare l'ordinazione di beni o di servizi.

L'agente, pertanto, non provvede,

almeno di regola, a stipulare lui direttamente i contratti con i clienti per conto dell'imprenditore, ma si limita a trasmettere a quest'ultimo gli « ordini » che raccoglie nella sua zona e che il preponente, peraltro, è tenuto, di massima, ad accettare.

Accanto a questa che può definirsi l'attività principale cui l'agente si obbliga con la stipula del contratto di agenzia, accade spesso che il preponente chiami l'agente a svolgere altre attività - da considerarsi atipiche - collegate con quella promozionale.

Si tratta di quelle prestazioni accessorie che la giurisprudenza ha più volte individuato nei casi concreti, come ad esempio la consegna ai clienti dei prodotti venduti, la pubblicità dei prodotti stessi, l'invio dei campionari e le visite dei clienti, il posizionamento della merce negli espositori etc., che non mutano la causa tipica dell'agenzia, ove non assumano carattere di prevalenza rispetto alla prestazione che caratterizza il contratto di agenzia.

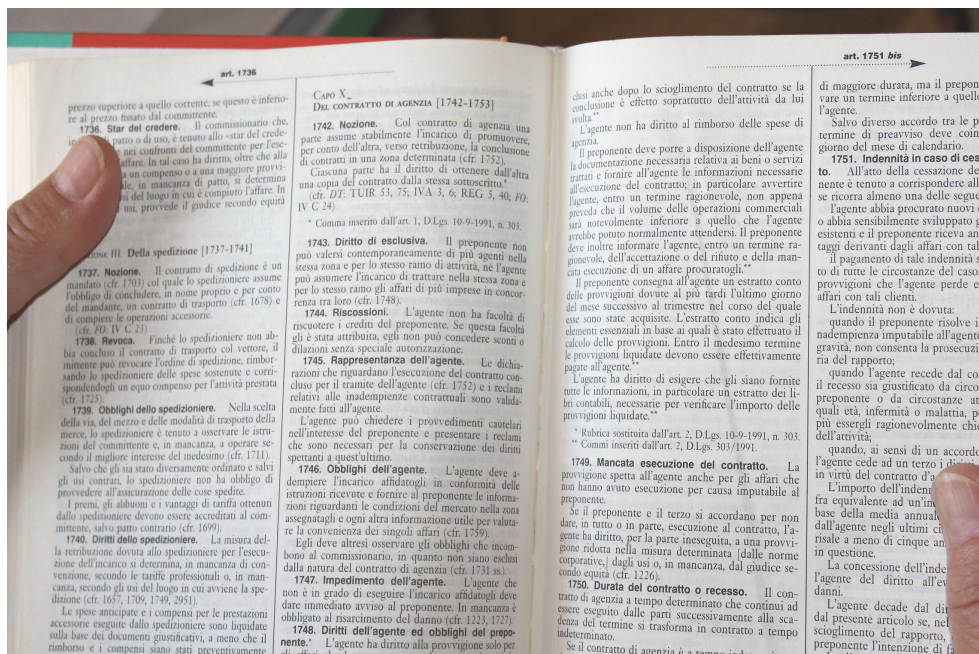
LA STABILITÀ DELL'INCARICO: L'art. 1742 c.c. evidenzia poi il carattere della stabilità dell'incarico che la preponente affida all'agente.

Con il concetto di stabilità si vuole intendere che l'attività dell'agente non è limitata al compimento di un singolo affare, bensì che l'agente dovrà attivarsi per portare a compimento tutti gli affari che, nel corso del rapporto, si presenteranno convenienti per il preponente.

In pratica il rapporto di agenzia si intende costituito per soddisfare un'esigenza duratura delle parti: da una parte quella dell'agente e della sua organizzazione di svolgere in modo continuativo la propria attività e dall'altra quella del preponente di poter contare su una costante collaborazione per poter conseguire nel tempo i risultati economici connessi all'introduzione nel mercato dei propri prodotti.

L'elemento della stabilità, oltre a caratterizzare la figura dell'agente, costituisce anche uno dei principali elementi di differenziazione tra detta figura e quella del mediatore, la cui attività, invece, riguarda di norma un singolo affare.

LA ZONA: L'art. 1742 c.c. prevede





quale ulteriore elemento essenziale del contratto di agenzia l'assegnazione di una zona intesa come l'ambito territoriale di operatività dell'agente.

Scopo pratico di detta delimitazione sta nella necessità di individuare il territorio entro i limiti del quale l'agente può e deve operare nell'interesse del preponente. Questa delimitazione territoriale assume particolare rilevanza allorché venga concessa una «esclusiva».

Di regola, infatti, per l'agenzia è prevista, a favore e a carico di entrambe le parti, un'esclusiva sia nel senso che l'agente non può assumere incarichi per più imprese in concorrenza tra loro, sia

nel senso che l'imprenditore non può nominare altri agenti nella zona assegnata ad un agente e deve corrispondere a questo la provvigione anche per gli affari che l'impresa abbia concluso direttamente, senza l'intervento dell'agente, purché debbano essere eseguiti nella zona assegnata a quest'ultimo.

La zona è definita uno degli elementi maggiormente qualificanti del contratto d'agenzia e costituisce, tra l'altro, la principale differenza tra agenzia da una parte e procacciamento d'affari e mandato dall'altra.

Va precisato che da un concetto puramente geografico di zona, anche alla

luce delle recenti modifiche normative, può oggi dirsi che la definizione di zona si è andata allargando fino a ricomprendere anche semplicemente l'insieme di una certa clientela senza vincoli e connotazioni geografiche.

Particolare rilievo ha assunto, nell'ambito della contrattazione sindacale degli ultimi anni, la disciplina delle cc.dd. variazioni di zona fino ad arrivare alla attuale disciplina contenuta negli artt. 2 degli AA.EE.CC..

LA RETRIBUZIONE: L'art. 1742 c.c. precisa espressamente che l'attività dell'agente va retribuita. La retribuzione dell'agente, di regola, è calcolata a « provvigione » sugli affari conclusi per suo tramite come meglio specificato dagli artt. 4 degli AA.EE.CC. di categoria.

AUTONOMIA NELL'ATTIVITÀ E NELL'ORGANIZZAZIONE: L'agente deve farsi carico di tutte le spese per la propria organizzazione. L'agente, infatti, assume in proprio il rischio inerente all'attività commerciale da lui svolta a vantaggio del preponente. Nelle provvigioni, conseguentemente, si ritengono convenzionalmente compresi tutti i compensi dovuti all'agente.

Avv. Giuseppe Sacco

