

# IL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE IN EUROPA E NEL REGNO UNITO

Coordinatore Guido Ascheri

Sabrina Malaguti  
Claudio Calogiuri  
Lara Garlassi

## I QUADERNI DI ASCHERI ACADEMY

Coordinatore Guido Ascheri



Guido Ascheri

Coordinatore scientifico dello studio Ascheri, ha insegnato alla Université Nice Sophia Antipolis, ha pubblicato libri per editori quali IPSOA ed EBC, Ebooks per Fisco e Tasse, ha fondato e diretto la rivista «Professione Azienda», premiata come opera ad alto contenuto culturale e scientifico dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Si occupa di consulenza tributaria e societaria internazionale.

Guido è Designated Member di Adam Nelson LLP.



Sabrina Malaguti

Iscritta all'Albo degli Avvocati di Reggio Emilia, si è laureata all'Università degli studi di Bologna. Ha acquisito competenze professionali in diritto di famiglia, responsabilità civile, diritto immobiliare, procedure esecutive mobiliari ed immobiliari. È partner di Adam Nelson LLP. All'interno di Ascheri Academy si occupa dell'organizzazione degli eventi culturali per professionisti.



Claudio Calogiuri

È solicitor in Inghilterra e Galles e membro della società Adam Nelson LLP. Vanta più di 13 anni di esperienza nel campo legale, sia in Regno Unito che in Italia, ed è specializzato in diritto dell'immigrazione, diritto aziendale, diritto di famiglia, diritto del lavoro e contenzioso civile. Ha conseguito un master in Tutela Internazionale dei Diritti Umani presso l'Università degli Studi di Roma «La Sapienza» ed un master PG presso l'Università di Westminster, a Londra.

Dal 2009 esercita la professione di solicitor.



Lara Garlassi

Avvocato iscritto all'Ordine degli Avvocati di Reggio Emilia, svolge la professione in Italia dove si occupa prevalentemente di diritto civile.

È mediatore civile e commerciale presso l'Organismo di Mediazione presso il Tribunale di Reggio Emilia. È inoltre Arbitro presso la Camera di Commercio e la Camera Arbitrale Forense di Reggio Emilia.

Partner della società Adam Nelson LLP.

# IL CONTRATTO DI DISTRIBUZIONE IN EUROPA E NEL REGNO UNITO

## INDICE

I. Introduzione.....	1
II. Gli elementi caratterizzanti il contratto di concessione di vendita e il suo inquadramento giuridico .....	1
III. Le principali obbligazioni derivanti dal contratto di concessione di vendita.....	3
1) L'obbligo di fornitura del concedente.....	3
2) L'obbligo di acquisto e distribuzione del concessionario.....	4
IV. Clausole ricorrenti nel contratto di concessione di vendita .....	5
1) L'obbligo di promozione dei prodotti.....	5
2) L'obbligo di assistenza alla clientela e l'obbligo di resoconto.....	6
3) La clausola di riservatezza .....	6
4) Il patto di non concorrenza e la clausola di esclusiva: limiti e sistema di distribuzione selettiva ..	6
V. Durata e cessazione del contratto. La tutela del concessionario al termine del rapporto contrattuale in Italia e in altri paesi europei .....	8
VI. Distribution Agreement: il contratto di distribuzione in Inghilterra .....	10
VII. Distribution Agreement Template .....	12



## **I. Introduzione**

In questo ebook sono evidenziate le caratteristiche principali del contratto di concessione di vendita, anche conosciuto come contratto di distribuzione commerciale.

Si tratta del contratto con il quale il concedente conferisce al concessionario il diritto di distribuire i suoi prodotti a determinate condizioni; il concedente vende i suoi prodotti al concessionario affinché quest'ultimo li rivenda a terzi. È molto utilizzato dagli imprenditori che intendono estendere la propria rete commerciale in un nuovo territorio sfruttando l'opportunità di avvalersi di un distributore *in loco*.

È bene specificare che il termine “contratti di distribuzione” è anche riferibile ad una macrocategoria contrattuale, che raccoglie al suo interno diversi tipi di negozi giuridici diversi tra loro (ad esempio il contratto di franchising e di agenzia) che hanno tuttavia un obiettivo comune: consentire ad un imprenditore di distribuire i propri prodotti attraverso soggetti terzi, ai quali è legato contrattualmente tramite un negozio di contenuto variabile.

In questo ebook tratteremo del “contratto di distribuzione commerciale”, o di concessione di vendita, inteso come contratto a sé stante, seppur anch'esso ricompreso nella macrocategoria dei “contratti di distribuzione”.

Oltre all'analisi del contratto applicato in Italia, brevi cenni saranno dedicati alla disciplina prevista in alcuni paesi europei in riferimento alla tutela del concessionario in caso di cessazione del rapporto contrattuale. Un capitolo a parte sarà dedicato al contratto di distribuzione previsto in Inghilterra.

## **II. Gli elementi caratterizzanti il contratto di concessione di vendita e il suo inquadramento giuridico**

In Italia il contratto di concessione di vendita non trova una specifica disciplina legislativa per cui si configura come contratto atipico, molto utilizzato per la vendita di prodotti, soprattutto di marca, sia all'ingrosso che al dettaglio. In assenza di una specifica legge regolatrice, gli elementi caratterizzanti il contratto possono essere ricavati dalla giurisprudenza formatasi in materia e dalla prassi commerciale.

Alla luce di ciò, può essere definito concessionario di vendita l'imprenditore che, integrato nella rete commerciale del concedente, assume l'obbligo di organizzare la distribuzione dei suoi prodotti in un certo territorio. Il concessionario organizza la sua attività di distribuzione in modo autonomo e senza alcun vincolo di subordinazione nei confronti del concedente, obbligandosi ad acquistare i prodotti dal concedente e a distribuirli sul mercato, nel rispetto delle condizioni contrattualmente stabilite.

Il distributore è un imprenditore autonomo rispetto al suo fornitore, al quale paga i prodotti acquistati secondo i tempi e le modalità contrattualmente stabiliti.

Lo schema negoziale della concessione di vendita consente al concedente di riversare parzialmente sul suo concessionario-distributore il rischio di impresa, proprio in forza dell'autonomia che contraddistingue l'attività dei due soggetti. Sarà quindi il rivenditore ad accollarsi il rischio di non riuscire a vendere tutti i prodotti fornitigli dal concedente e, in genere, i rischi connessi alla vendita della merce acquistata. In cambio di tale rischio, il rivenditore ha la possibilità di inserirsi nella rete di vendita del concedente e di sfruttarne il marchio, il know-how, l'esperienza e l'assistenza nella vendita.

Il concessionario, seppure nella sua autonomia imprenditoriale, è tenuto a rivendere a terzi i prodotti seguendo le direttive impartite dal concedente in termini, ad esempio, di immagine, di promozione dei prodotti, di rispetto di standard commerciali, di modalità di gestione dei clienti.

L'inserimento del distributore nella rete commerciale del concedente richiama una caratteristica tipica del contratto di franchising, in cui il franchisee entra a far parte della rete di vendita del franchisor; ciò che distingue la concessione di vendita dal franchising è l'intensità della collaborazione e del legame che si instaura tra i due contraenti. Infatti il franchisee, pur essendo in una posizione di autonomia rispetto al franchisor, appare ai terzi come una "estensione" di quest'ultimo, usando la stessa immagine commerciale e la medesima strategia di gestione imprenditoriale, al punto da poter essere percepito agli occhi del consumatore come soggetto indistinguibile dal franchisor.

Nella concessione di vendita il legame tra i contraenti è più debole ed appare in modo più evidente che il concessionario è soltanto colui che distribuisce i prodotti e i servizi del concedente, in modo ben distinto da quest'ultimo. Non a caso, nella concessione di vendita, il rapporto di collaborazione e fiducia tra il concedente e il suo rivenditore se, da un lato, è uno dei presupposti per il buon funzionamento del contratto, dall'altro non è considerato un suo elemento determinante. Infatti, secondo la giurisprudenza, l'elemento che distingue il rapporto di concessione di vendita dal contratto di agenzia è proprio la mancanza di profili rilevanti di collaborazione tra le parti; pertanto la collaborazione tra concedente e concessionario è certamente importante ma non si spinge al punto da assurgere ad elemento caratterizzante del contratto. Inoltre, l'agente opera come vero e proprio intermediario tra il produttore e il cliente e guadagna tramite una provvigione, mentre il concessionario acquista dal produttore e rivende guadagnando sulla differenza tra prezzo di acquisto e prezzo di rivendita.

Quanto alla qualificazione giuridica del contratto di distribuzione commerciale, dopo un primo orientamento che lo considerava un contratto misto tra la somministrazione e il mandato, la giurisprudenza maggioritaria è giunta a ritenere che esso, pur presentando, per la sua struttura e la sua funzione economico-sociale, aspetti che lo avvicinano al contratto di somministrazione, non può tuttavia essere inquadrato in uno schema contrattuale tipico, trattandosi, invece, di

un contratto innominato. Si tratta quindi di un contratto atipico, non inquadrabile tra i negozi di scambio con prestazioni periodiche, con una struttura complessa che richiama aspetti propri di altri contratti, dai quali tuttavia si differenzia al punto da non rientrare in nessuno schema negoziale tipico. Più precisamente esso viene qualificato come contratto normativo, o contratto-quadro, al cui interno vengono stipulati vari contratti di compravendita sulla base di regole prestabilite.

Qualora il contratto di concessione di vendita non sia stipulato per iscritto tra le parti, può diventare difficile, non solo stabilire con certezza gli obblighi assunti dai contraenti, ma anche distinguere il concessionario di vendita dalla figura del “cliente abituale” del concedente. Infatti, anche il cliente abituale così come il concessionario, stipula abitualmente singoli contratti di vendita con il suo fornitore.

Secondo la giurisprudenza, deve configurarsi il contratto di concessione di vendita quando vi è un rapporto continuativo tra le parti, caratterizzato dalla collaborazione e che prevede la stipulazione di singoli contratti di vendita. Anche la Corte di Giustizia europea, nella nota sentenza sul caso “Corman-Collins”, ha evidenziato che può parlarsi di pura compravendita solo se il rapporto negoziale si esaurisce nella semplice fornitura di prodotti o servizi a pagamento, senza alcuna obbligazione ulteriore. Al contrario, sono elementi caratterizzanti la concessione di vendita la previsione del coinvolgimento del concedente nel marketing, nell’assistenza al distributore per la pubblicità, per la formazione, il trasferimento del know-how, così come la remunerazione del concessionario, anche sotto l’aspetto della concessione di diritti di esclusiva.

### **III. Forma e contenuto del contratto di franchising**

Sono due le obbligazioni fondamentali che nascono dal contratto di concessione di vendita: l’obbligo di fornitura del concedente nei confronti del concessionario e l’obbligo del concessionario di rivendere ai terzi i prodotti che gli sono forniti.

#### **1. L’obbligo di fornitura del concedente**

Il concedente è tenuto a fornire i suoi prodotti al concessionario affinché quest’ultimo li possa rivendere nel mercato. Nella prassi contrattuale le parti stabiliscono:

- L’obbligo del concedente di fornire i suoi prodotti per tutta la durata del contratto e con continuità;
- Le modalità e le condizioni di fornitura dei prodotti e l’impegno a soddisfare tutte le richieste di fornitura del concessionario, ove compatibili con la capacità produttiva del concedente.

Spesso viene concordata una fornitura minima che il concedente è tenuto a garantire al suo

distributore, per dar modo a quest'ultimo di soddisfare in modo adeguato le richieste della sua clientela. Il contratto in genere prevede:

- L'obbligo del concedente di fornire tutte le informazioni ed il supporto necessari alla vendita dei prodotti (ad esempio in termini di consulenza pubblicitaria e di marketing, informazioni sui prodotti, ecc.)
- L'obbligo del concedente di fornire al concessionario l'assistenza relativa ai prodotti distribuiti
- L'obbligo del concedente di trasmettere periodicamente al concessionario il campionario dei prodotti;
- Le modalità e le tempistiche di inoltro degli ordini di fornitura;
- La facoltà del concessionario di rifiutare l'ordine di fornitura in determinate circostanze;
- Le modalità e le tempistiche di consegna dei prodotti al concessionario;
- La responsabilità per i rischi della merce ed i costi del trasporto;
- Il prezzo della fornitura e i termini e le condizioni di pagamento.

Spesso è stabilito che la proprietà dei prodotti resti in capo al concedente sino all'integrale pagamento del prezzo da parte del concessionario. Il patto di riservato dominio dovrà avere data certa ed essere menzionato in tutte le fatture di vendita.

## **2. L'obbligo di acquisto e distribuzione del concessionario**

Il concessionario ha l'obbligo di acquistare dal concedente i prodotti e di rivenderli ai terzi in nome proprio e con la propria organizzazione di vendita, spesso utilizzando il marchio e l'immagine commerciale del concedente. In aggiunta a tale prestazione, nella prassi il contratto contiene:

- L'obbligo del concessionario di organizzare quanto necessario a promuovere la distribuzione dei prodotti del concedente, in termini di strutture commerciali e di personale di vendita;
- L'obbligo del concessionario di adeguare le strutture di vendita secondo le modalità approvate dal concedente. A tal scopo, il concedente può riservarsi la facoltà di effettuare ispezioni presso i punti vendita del concessionario;
- L'obbligo del concessionario di sostenere tutti i costi inerenti alla distribuzione dei prodotti ai terzi;
- L'obbligo del concessionario di non utilizzare i prodotti per scopi estranei a quelli della distribuzione commerciale;



- L'obbligo del concedente di consentire al concessionario l'uso del proprio marchio secondo modalità approvate per iscritto;
- L'obbligo del concessionario di utilizzare il marchio del concedente solo in relazione alla distribuzione dei prodotti e le modalità di utilizzo del marchio stesso;
- L'obbligo del concessionario di comunicare al concedente ogni fatto che possa comportare minaccia o violazione del marchio.

Può essere previsto l'impegno del concessionario di acquistare una quantità minima di prodotti, annualmente o in rapporto ad un diverso periodo temporale, con la facoltà del concedente, in caso di inosservanza di tale obbligo, di recedere dal contratto o di modificare le modalità di fornitura dei prodotti. Le parti possono anche concordare degli obiettivi di fatturato rapportati a precise scadenze temporali; il mancato raggiungimento del fatturato previsto entro il termine concordato è giusta causa di recesso da parte del concedente. Possono inoltre essere concordate limitazioni territoriali per lo svolgimento dell'attività commerciale del concessionario, il quale dovrà in tal caso operare soltanto all'interno dell'area assegnatagli o concordata con il concedente.

#### **IV. Clausole ricorrenti nel contratto di concessione di vendita**

In aggiunta agli obblighi principali di cui al capitolo precedente, i contraenti molto spesso inseriscono nel contratto di concessione di vendita ulteriori clausole. Esaminiamo di seguito le più ricorrenti.

##### **1. L'obbligo di promozione dei prodotti**

Il contratto può prevedere, a carico del concessionario, l'obbligo di promozione dei prodotti, ossia l'obbligo di incentivare la vendita, nella zona di sua competenza, dei prodotti forniti dal concedente attraverso adeguati mezzi di pubblicità.

In genere il concessionario si impegna a fare pubblicità servendosi esclusivamente del materiale fornitogli dal concedente a prezzo di costo o gratuitamente. Analogamente, anche le campagne pubblicitarie e gli strumenti di promozione dei prodotti necessitano in genere della preventiva approvazione del concedente. I costi di pubblicità sono in genere previsti a carico del concessionario, talora con l'impegno ad investire a tal scopo una determinata somma annuale o con la previsione di un limite di spesa annuale.

Può essere prevista la diretta partecipazione del concedente alla promozione dei prodotti;

in genere il concedente si accolla i costi e l'organizzazione delle campagne pubblicitarie nazionali mentre il concessionario si occupa della pubblicità nel suo territorio. Il concedente può anche impegnarsi a partecipare a fiere e manifestazioni di particolare importanza ai fini della promozione dei prodotti sostenendone i relativi costi.

## **2. L'obbligo di assistenza alla clientela e l'obbligo di resoconto**

Soprattutto quando ha ad oggetto prodotti con marchio di prestigio, il contratto può prevedere l'obbligo del concessionario di fornire assistenza alla clientela al momento dell'acquisto, sotto forma di consulenza nel punto vendita, in aggiunta o in alternativa all'assistenza post vendita. L'obbligo di assistenza può riguardare anche i prodotti non distribuiti direttamente dal concessionario ma forniti al cliente da altri distributori sempre appartenenti alla rete di distribuzione del concedente.

Al concessionario può anche essere imposto l'obbligo di resoconto: in tal caso egli deve fornire periodici rendiconti al concedente al fine di consentirgli un controllo sulla commercializzazione dei prodotti. I dati da fornire sono generalmente relativi alle vendite e alle giacenze dei prodotti, ai prezzi applicati, al gradimento ottenuto dalla clientela. A volte il concessionario è tenuto a compilare questionari predisposti a tal scopo dal fornitore.

## **3. La clausola di riservatezza**

Tipicamente il contratto di concessione di vendita prevede la clausola di riservatezza, in base alla quale entrambi i contraenti si obbligano a non divulgare a terzi le informazioni di carattere riservato e confidenziale (know-how, dati economici, progetti, ecc.) e, in generale, le informazioni che non sono di pubblico dominio. Normalmente le parti si impegnano ad adottare le misure necessarie a garantire la riservatezza dei dati confidenziali, anche dopo la cessazione del contratto.

## **4. Il patto di non concorrenza e la clausola di esclusiva: limiti e sistema di distribuzione selettiva**

Il contratto può imporre al concessionario il divieto di concorrenza, in forza del quale quest'ultimo, per tutta la durata del contratto e per un certo tempo successivo alla scadenza del contratto, non potrà svolgere nessuna attività concorrenziale con quella del concedente; conseguentemente non potrà nemmeno vendere o promuovere la vendita, né direttamente né indirettamente, di prodotti in concorrenza con quelli distribuiti dal concedente. Il divieto

di concorrenza non può avere una durata superiore ai cinque anni e deve essere delimitato ad una certa zona o attività. Spesso la clausola di non concorrenza è accompagnata dalla previsione di una penale per il caso di inadempimento

Il contratto può anche prevedere diritti di esclusiva. L'esclusiva a favore del concessionario può consistere nel diritto di distribuire in esclusiva i prodotti all'interno di una certa zona, con conseguente divieto del concedente di vendere in tale area, direttamente o tramite altri intermediari. In altre forme di esclusiva, il concedente si obbliga ad impedire che soggetti terzi distribuiscano nella zona in cui si svolge l'attività commerciale del concessionario esclusivo, ad esempio rifiutando loro la fornitura dei prodotti, oppure concede in esclusiva ad un concessionario l'uso dei suoi marchi.

Una clausola di esclusiva dovrebbe sempre risultare per iscritto, potendo diversamente essere difficile provare la concessione dell'esclusiva a favore di un contraente.

Un diritto di esclusiva può anche essere desunto dalla condotta delle parti. A tal proposito i giudici italiani hanno riconosciuto l'esistenza di un'esclusiva in base al fatto che il produttore indirizzasse al concessionario tutti coloro che richiedevano prodotti in una certa zona, che promuovesse la pubblicità del suo rivenditore e non intrattenesse altri rapporti contrattuali con altri concessionari nella stessa zona.

Nell'ambito della normativa europea, il diritto di esclusiva deve bilanciarsi con il principio della libera circolazione delle merci e la disciplina antitrust, che non consentono al concedente di blindare la zona di esclusiva del suo concessionario dalle c.d. importazioni parallele, ossia le importazioni di prodotti effettuate da importatori "non ufficiali".

Una strategia utilizzata per contrastare il fenomeno delle importazioni parallele è il ricorso alla c.d. "distribuzione selettiva", attraverso la quale il produttore può evitare che i suoi prodotti giungano a distributori non selezionati ed estranei alla sua rete di vendita. Per distribuzione selettiva si intende infatti un sistema di distribuzione nel quale il fornitore si impegna a vendere i beni o i servizi oggetto del contratto, direttamente o indirettamente, solo ai distributori selezionati sulla base di determinati criteri. I distributori, a loro volta, si impegnano a non vendere tali beni o servizi ai rivenditori non autorizzati nel territorio che il fornitore ha riservato a tale sistema di distribuzione.

In generale, ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) sono incompatibili con il mercato interno e vietati tutti gli accordi fra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate, che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza nel mercato interno.

Riguardo al sistema di distribuzione selettiva, la Corte di Giustizia UE ha ritenuto che essa, benché in grado di influire sulle regole di concorrenza del mercato, non violi il citato art 101 paragrafo 1 TFUE quando la scelta dei rivenditori esclusivi rispetta i seguenti criteri:

- Avviene secondo criteri oggettivi di carattere qualitativo, stabiliti indistintamente per tutti i potenziali rivenditori e applicati in modo non discriminatorio;
- Le caratteristiche del prodotto di cui trattasi richiedono l'utilizzo di un tale sistema di distribuzione per conservarne la qualità e garantirne l'uso corretto;
- I criteri definiti non vanno oltre il limite del necessario.

La Corte UE, alla luce di tali criteri, ha ritenuto lecita la distribuzione selettiva di prodotti di lusso, che abbia lo scopo di assicurarne una presentazione che ne valorizzi il prestigio nel punto vendita, che possa contribuire alla notorietà dei prodotti stessi e quindi a salvaguardare la loro aura di lusso, la qualità e l'uso corretto.

Sempre sulla base di tali principi, il tribunale delle Imprese di Milano ha ritenuto che la vendita online di prodotti di lusso, tramite piattaforme non appartenenti ad alcun sistema di distribuzione selettiva dei prodotti stessi, in cui il fornitore non ha la possibilità di verificare le condizioni di vendita applicate, determina il rischio di uno scadimento della presentazione di tali prodotti, in grado di nuocere alla loro immagine di lusso e, quindi, alla loro stessa natura, soprattutto se si consideri il fatto che tali piattaforme online costituiscono un canale di vendita per ogni tipo di prodotto.

## **V. Durata e cessazione del contratto. La tutela del concessionario al termine del rapporto contrattuale in Italia e in altri paesi europei.**

Se il contratto di concessione di vendita è stato stipulato a tempo determinato, cesserà i suoi effetti alla scadenza concordata, salva la possibilità delle parti di negoziare un rinnovo. Quando invece il contratto è stato stipulato a tempo indeterminato, ciascuna parte può recedere dandone all'altra notizia entro il termine che in genere i contraenti stabiliscono nel contratto stesso. Diversamente, il termine di preavviso dovrà essere in ogni caso congruo, in relazione alla durata del rapporto negoziale intercorso. Il preavviso di recesso può anche essere sostituito dal pagamento di una somma concordata a titolo di indennità di mancato preavviso. In ogni caso, il diritto di recesso deve sempre essere esercitato in osservanza al principio generale di correttezza e buona fede contrattuale, perché in caso contrario si configura un illecito che obbliga al risarcimento del danno.

È anche possibile inserire nel contratto una clausola risolutiva espressa ai sensi dell'art 1456 del codice civile.

In tutti i casi di cessazione del contratto, il concessionario non potrà più utilizzare il marchio e i segni distintivi del concedente né distribuire i suoi prodotti. Il concessionario può anche avere l'obbligo di restituire tutti i documenti ricevuti in forza del rapporto negoziale e di collaborare per informare i clienti della cessazione del contratto, evitando qualunque condotta in grado di creare confusione presso la clientela.

Per quanto riguarda i prodotti in giacenza presso il concessionario e non ancora venduti, può esserne prevista la possibilità di rivenderli al concedente, ad un prezzo determinato o uguale a quello pagato a suo tempo dal concessionario, oppure il trasferimento dei prodotti agli altri concessionari a prezzo di costo.

Se il contratto viene risolto in modo illecito, cioè senza una giusta causa, il contraente responsabile sarà tenuto al risarcimento del danno, valutato tenendo conto dei presumibili guadagni che sarebbero derivati all'altro contraente, in caso di continuazione del rapporto negoziale sino alla scadenza, e degli investimenti economici effettuati confidando nella normale durata del contratto.

In tutti gli altri casi di cessazione del contratto, mancando una specifica normativa di garanzia a tutela del concessionario, è importante che le parti stabiliscano per iscritto e con precisione le conseguenze derivanti dalla cessazione del contratto, trattandosi di un evento che va ad incidere negativamente, almeno potenzialmente, soprattutto sulla sfera economica del distributore. Sarà quindi possibile ed opportuno prevedere la corresponsione di un'indennità di fine rapporto o di clientela a favore del concessionario, correlata alla durata del contratto e all'apporto economico fornito a favore del concedente.

In alcuni paesi europei la tutela del concessionario al termine del rapporto contrattuale è prevista al ricorrere di determinate condizioni. A titolo esemplificativo, in Germania e in Austria il diritto all'indennità di clientela è riconosciuta al concessionario solo ove egli sia effettivamente integrato nelle rete commerciale del concedente; ai fini di tale verifica, sono considerati indici sintomatici di effettivo inserimento nelle rete di distribuzione del concedente determinate circostanze come, ad esempio, l'attività di promozione delle vendite effettuata secondo le indicazioni del concedente, oppure il trasferimento a quest'ultimo, alla fine del rapporto, dei dati relativi alla clientela.

Il codice di commercio francese prevede il diritto del concessionario al risarcimento del danno in caso di recesso da un contratto duraturo, senza preavviso o con un preavviso insufficiente.

Il Belgio, unico paese europeo a disciplinare con una apposita legge il contratto di distribuzione, garantisce una forte tutela del concessionario in caso di cessazione del contratto a tempo indeterminato. In particolare la legge belga prevede, a favore del distributore, la corresponsione di un'indennità di clientela rapportata alla durata del rapporto, agli investimenti effettuati, alle spese sostenute e all'incremento apportato al numero dei clienti. Il diritto all'indennità spetta al

concessionario se egli è in grado di provare di avere apportato nuova clientela al concedente e viene meno in caso di gravi violazioni contrattuali. Qualora invece il contratto sia stato stipulato a tempo determinato, la legge belga prevede che si consideri a tempo indeterminato se viene prorogato per più di due anni.

## **VI. Distribution Agreement: il contratto di distribuzione in Inghilterra**

In Inghilterra il contratto di distribuzione è denominato “Distribution Agreement”. Pur non essendo necessaria la forma scritta, il contratto deve soddisfare i requisiti richiesti affinché si possa dar vita ad uno schema negoziale giuridicamente valido e vincolante per i contraenti.

Il contratto deve quindi contenere l’offerta (“offer”) e la corrispondente accettazione (“acceptance”) del suo contenuto. Altro elemento imprescindibile del contratto è la “consideration”: il contratto deve prevedere lo scambio di un bene avente un valore economico (di qualsiasi importo, anche di una sola sterlina) che è dato in cambio di una prestazione o della promessa di una prestazione. Il patto che, ad esempio, preveda l’offerta di servizi gratuiti, senza lo scambio di denaro o la promessa di scambiare denaro, non può considerarsi come “contratto”; di conseguenza, non può produrre gli effetti di un contratto e non dà diritto ad azione legale in caso di inadempimento (si parla in tal caso di “naked contract” o “nudum pactum”). La “consideration” deve essere legale ma non necessariamente proporzionata o equivalente rispetto alla controprestazione. Per la sussistenza di un contratto, i contraenti devono inoltre esprimere la volontà di creare tra loro un vincolo giuridico, tramite la previsione di condizioni negoziali definite con precisione.

A pagina 12 e seguenti di questo ebook è riprodotto lo schema standard del contratto di distribuzione utilizzato in Inghilterra. Di seguito focalizziamo l’attenzione su alcune clausole.

In genere il contratto viene stipulato per la durata di 6 mesi o un anno, con possibilità di rinnovo alla scadenza, automaticamente o a seguito di richiesta scritta (clausola n. 10).

Il contratto può prevedere o meno il diritto di esclusiva a favore del distributore (clausola n. 2 sub 1.1) e può concedere al produttore la facoltà di non accettare un ordine del distributore (clausola n. 3 sub 1.1).

La Corte d’Appello inglese ha ritenuto illecita la clausola che obbliga il distributore a non vendere i propri prodotti on line: secondo i giudici tale previsione è lesiva della libertà di concorrenza.

Normalmente il contratto impone al distributore l’obbligo di usare “ragionevoli sforzi” (“reasonable endeavours”) per promuovere le vendite ed estendere la rete commerciale del produttore. Tale previsione impone un ragionevole bilanciamento tra l’obbligo assunto dal distributore e gli sforzi posti in essere da quest’ultimo, in termini di costi e di mezzi utilizzati (clausola n. 4 sub 1.1).

Diversamente il contratto potrebbe porre a carico del distributore il “best endeavours”, ossia l’obbligo di adoperarsi con i migliori sforzi possibili, facendo così venir meno il rapporto di equilibrio tra la prestazione del distributore e gli oneri che tale prestazione comporta. Pertanto, in presenza di una clausola così onerosa, il distributore si vedrebbe costretto ad eseguire la sua obbligazione anche se i costi sono superiori al vantaggio che ne deriva

Nei rapporti con la clientela, il distributore deve sempre far presente che non agisce in qualità di agente e che non rappresenta legalmente il produttore, per cui assumerà personalmente ogni rischio relativo al prodotto che vende. (clausola n. 4 sub 1.2).

Può essere previsto il diritto del distributore di usare i marchi e segni distintivi del produttore. (clausola n. 8).

Quasi sempre il contratto impone alle parti l’obbligo di riservatezza, per tutta la vigenza del contratto e anche per un certo numero di anni successivi alla sua scadenza. (clausola n. 12).

È ammissibile la clausola (n. 13 del template) che limita la responsabilità del distributore o dei suoi collaboratori, nei confronti del produttore, per le perdite e i danni “indiretti e consequenziali” alle sue attività od omissioni; non è invece ammissibile la clausola che limita la responsabilità per morte o lesioni personali.

Viene spesso inserita la clausola (n. 15 del template) che prevede la mancanza di responsabilità o la risoluzione del contratto in caso di inadempimento dovuto a cause di “forza maggiore”: in tal caso non si configura un inadempimento della parte ma soltanto un’esimente o una possibile causa di cessazione del contratto.

Il “Distribution Agreement”, pur essendo simile al contratto di agenzia (“Agency Agreement”) se ne differenzia sotto diversi aspetti.

Una prima differenza è sotto il profilo giuridico-sistematico, perché mentre il contratto di agenzia è previsto nel diritto contrattuale inglese, il contratto di distribuzione è considerato un semplice rapporto tra le parti.

Un’ulteriore differenza rispetto all’agenzia consiste nel fatto che il distributore stipula con il cliente finale in nome proprio, diventando quindi a sua volta un fornitore del cliente. Nel Distribution Agreement il produttore non è parte del contratto con il cliente finale il quale, in caso di vizi della merce, potrà far valere le sue ragioni solo nei confronti del suo distributore; quest’ultimo avrà a sua volta azione verso il suo dante causa qualora gli abbia fornito merce viziata.

Al contrario del distributore, l’agente negozia e conclude contratti, non in nome proprio, ma in rappresentanza del suo fornitore. Conseguentemente l’agente, a differenza del distributore, non è il proprietario della merce che vende e non si assume il rischio dell’invenduto. Inoltre, l’agente guadagna sulla base di commissioni calcolate in percentuale sul prezzo della merce



venduta, mentre il distributore guadagna sul margine di maggiorazione che applica sul prezzo di vendita rispetto al prezzo di costo del prodotto.

Dal punto di vista del produttore, entrambi i contratti presentano sia vantaggi che aspetti sfavorevoli. Nel contratto di agenzia il produttore mantiene il controllo diretto sulla vendita della merce riguardo al prezzo applicato e alle strategie di marketing; inoltre ha il contatto diretto con il cliente finale dopo l'acquisto della merce.

Tuttavia, nel rapporto di agenzia, il produttore si accolla la responsabilità diretta dell'operato del suo agente, che agisce infatti come suo rappresentante, e, al termine del rapporto contrattuale, il produttore dovrà pagare al suo agente una somma a titolo di indennità, indennità che non è invece dovuta al distributore.

Guardando invece al contratto di distribuzione, i principali vantaggi che derivano al produttore sono i seguenti:

- Gran parte del rischio di non riuscire a vendere la merce grava sul distributore;
- Il produttore non assume alcuna responsabilità diretta in merito all'attività svolta dal suo distributore;
- Come già detto, nessuna somma o indennità spetta per legge al distributore al termine del rapporto contrattuale.

## **VII. Distribution Agreement Template**

(1) Name of Company

(2) Name of Distributor

**THIS AGREEMENT** is dated << >> and made

### **BETWEEN:**

(1) <<Name of Company>> Limited a company registered in <<Country of Registration>> under number <<Company Registration number>> whose registered office is at <<Company's Registered office>> (hereinafter known as the "Company") and

(2) <<Name of Distributor>> Limited a company registered in <<Country of Registration>> under number <<Distributor's Company Registration number>> whose registered office is at <<Distributor's Registered office>> (hereinafter known as the "Distributor")



**WHEREAS:**

A. The Company manufactures the Product.

B. The Company and the Distributor have agreed to enter into an agreement upon the terms and subject to the conditions hereinafter contained whereby the Company appoints the Distributor as its sole agent [non exclusive] distributor for the Products in the Territory as such terms are hereinafter defined.

**NOW IT IS HEREBY AGREED** as follows

1. Definitions and Interpretations

1.1. In this Agreement unless the context otherwise requires:

“**Commencement Date**” means <<date of this Agreement>>,

“**Products**” means the products listed in Schedule 1 together with such other products as may be agreed in writing by the parties to be added to the Product Schedule from time to time;

“**Scheduled Prices**” means, in relation to any Product specified in the Product Schedule, the Company’s ex-works selling price set out opposite the Product in Price Schedule 2;

“**Services**” means the services listed in the Services Schedule 4;

“**Territory**” means <<Insert town, city, country etc>>,

“**Trade Marks**” means the trade marks listed in Schedule 3;

“**Business Day**” means any day on which is not a Saturday or Sunday and which is not a bank or public holiday on which ordinary banks are open for their full range of normal business in <<name of city>>;

“**Connected Persons**” has the meaning given to that expression by Section 839 of the Income and Corporation Taxes Act 1988;

“**Control**” has the meaning given to that expression by Section 840 of the Income and Corporation Taxes Act 1988;

“**Document**” has the meaning given to that expression by Section 13 of the Civil Evidence Act 1995;

“**Group**” means, in relation to any Company, that company and any other company which, at the relevant time, is its Holding Company or Subsidiary, or the Subsidiary of any such Holding Company; and “**Member**” of a Group has a corresponding meaning;

“**Holding Company**” has the meanings given to this expression by Sections 736 and 736A of

the Companies Act 1985;

“**Liability**” means any liability by reason of any representation, or any breach of any implied term or any duty at common law, or under any statute, or under an express term of this Agreement;

“**Loss**” means, in relation to either party, any loss (whether loss of profit, contracts, goodwill or otherwise) damages costs or other claim for compensation or any legal or other expenses which are awarded against or incurred by or paid or agreed to be paid by that party, however the same may arise and whether occasioned by the negligence of the other party, its servants or agents or otherwise;

“**Subsidiary**” has the meanings given to this expression by Sections 736 and 736A of the Companies Act 1985;

“**Intellectual Property**” means any patent, registered or unregistered trade mark or service mark, copyright, registered design or unregistered design right, any application for any of the foregoing, any right in respect of technical or commercial information and any other form of protection; “**Restricted Information**” means in relation to either party, information which is disclosed to that party by the other party pursuant to or in connection with this Agreement (whether orally or in writing or any other medium, and whether or not the information is expressly stated to be confidential or marked as such);

“**Quarter**” means the period of three months commencing on, each subsequent consecutive period of three months during the continuance of this Agreement and any shorter period ending on its termination; and Quarterly has a corresponding meaning;

“**Year**” means each period of 365 (or in the case of a leap year, 366) days beginning on <<start date of the Company’s Financial Year>> and any anniversary of that date during the continuance of this Agreement.

1.2. Unless the context otherwise requires, each reference in this Agreement to:

2.a.1 “writing”, and any cognate expression, includes a reference to any communication effected by e-mail, telex, facsimile transmission or similar means;

2.a.2 a “working day” is a reference to any day other than Saturday or Sunday which is not a bank or public holiday in the territory of either party;

2.a.3 a statute or a provision of a statute is a reference to that statute or provision as amended or re-enacted at the relevant time;

2.a.4 “this Agreement” is a reference to this Agreement and each of the Schedules, as amended or supplemented at the relevant time;

2.a.5 a Schedule is a schedule to this Agreement; and

2.a.6 a clause or paragraph is a reference to a Clause of this Agreement (other than the Schedules) or a paragraph of the relevant Schedule.

1.3. In this Agreement: 3.a.1 any reference to the parties includes a reference to their respective personal representatives, heirs, successors in title and permitted assignees;

3.a.2 any reference to a person includes any body corporate, unincorporated association, partnership or any other legal entity;

3.a.3 words importing the singular number include the plural and vice versa; and

3.a.4 words importing any gender include any other gender.

1.4. The headings in this Agreement are for convenience only and shall not affect its interpretation.

## **2. Appointment**

1.1 The Company hereby appoints the Distributor as its exclusive [non exclusive] distributor for the resale of the Products in the Territory and the Distributor agrees to act in that capacity, upon the terms and subject of the conditions of this Agreement.

1.2 The Distributor shall not:

2.a.1 manufacture or distribute goods which compete with the Products;

2.a.2 actively advertise or solicit orders, establish branches or maintain distribution depots for the Products outside the Territory;

2.a.3 [purchase or otherwise acquire the Products for resale from any person, firm or company other than the Company.]

3.a.1 appoint any other person, firm or company as a distributor or agent for the Products in a Territory; or

1.3 The Company shall not (except as provided in Sub-Clause 4.3):

3.a.1 appoint any other person, firm or company as a distributor or agent for the Products in a Territory; or

3.a.2 supply the Products, whether for use or resale, to any person, firm or company in the Territory, other than the Distributor and the Company undertakes that it will throughout the term of this Agreement refer to the Distributor all requests received by it from existing or potential customers within the Territory relating to the supply of the Products in the Territory.

1.4 For the avoidance of doubt the Company shall be entitled, upon giving reasonable prior

notice thereof to the Distributor, to contact customers of the Distributor for the purpose of conducting market research and customer surveys regarding the Products.

### **3. Supply of the Products**

1.1 The Distributor shall place firm and irrevocable orders with the Company from time to time during the currency of this Agreement for the supply of such quantities of Products as the Distributor may require provided that nothing herein shall be construed as obliging the Company to accept any order placed by the Distributor. (no obligation to accept)

1.2 Notwithstanding the provisions of Sub-Clause 3.1, the first order placed by the Distributor shall be placed within << >> days from the Commencement Date.

1.3 The Company shall meet any agreed date for the supply of Products to the distributor and will be liable for loss, damage claims or expenses whether direct, indirect or consequential (including loss of profits and loss of goodwill) or otherwise suffered or incurred by the Distributor as a result of a failure to supply any Products or to supply Products within a specified time

1.4 The Company may only modify the Products or to cease supplying any of the Products if it uses its best endeavours to give the distributor << >> months notice.

1.5 The Distributor shall, in respect of each order for the Products to be supplied hereunder, be responsible for:

5.a.1 ensuring the accuracy of the order;

5.a.2 providing the Company with any information which is necessary in order to enable the Company to fulfil the order and to comply with all labelling, marketing and other applicable legal requirements in the Territory.

### **4. Distributor's Obligations**

The Distributor shall:

1.1 use reasonable endeavours to promote and extend the distribution and sale of the Products throughout the Territory and shall be entitled, subject as provided in this Agreement, to promote the Products in such manner as it may think fit;

1.2 make clear, in all dealings with customers and prospective customers, that it is acting as a distributor of the Products and not as an agent of the Company;

1.3 provide the Company every <<time period allowed to supply report>>, with effect from the Commencement Date with a report of sales of the Products in the preceding <<preceding time

period>> and containing an indication of its likely purchasing requirements for the next <<next time period>> and such other information as the Company may reasonably require;

1.4 maintain books and records relating to sales of the Products (including customer lists) and at all reasonable times allow representatives of the Company reasonable access to its premises in order to inspect the same;

1.5 distribute any brochures and other promotional literature that may from time to time be supplied by the Company to its customers;

1.6 submit all advertisements and promotional materials to the Company a month prior to intended publication and not publish such advertisements or materials unless previously approved in writing by the Company. If there are no written objections within <<time period allowed for objection to advertisements etc>> from the Company such material will be deemed approved;

1.7 spend in each period of 12 months during the continuance of this Agreement a sum of not less than <<minimum amount to be spent on advertising>> on advertising the Products in the Territory;

1.8 at all times maintain to the satisfaction of the Company an organisation competent to deal with the promotion, distribution, or sale, installation and servicing of the Products in the Territory, including an adequate and suitably trained sales force, suitable office facilities and suitable warehousing facilities to ensure proper storage of the Products;

1.9 deal promptly with any complaints, claims or actions relating to the Products and keep the Company fully informed of any matters relating to defects or alleged defects in the same;

1.10 comply with all legal or regulatory requirements from time to time in force relating to the distribution and sale of the Products

1.11 provide the Company with copies of its up-to-date price lists issued to customers upon request by the Company;

1.12 on the Commencement Date place an initial order for Products according to its anticipated sales of Products during the <<initial time period>> period and thereafter, whilst this Agreement continues in force, maintain at all times stocks of the Products sufficient to meet the demand therefor anticipated in the <<preceding time period>> report referred to in Sub-Clause 4.3 above;

1.13 [keep the Company advised and informed regularly, and as the need arises, of the sale, distribution, marketing and promotional activities of any companies manufacturing, selling, distributing or promoting any products which compete or may compete with the Products and also of any significant information which is likely to be of benefit to the Company in the

marketing of the Products and any event affecting the sale or servicing of the Products in the Territory.]

## **5. Conditions of Sale**

1.1 The title to any consignment of the Products shall not pass to the Distributor until the Company has received payment in full of the price therefor and all monies owing by the Distributor to the Company.

1.2 Risk of loss of or damage to any consignment of the Products shall pass to the Distributor from the time that the distributor acknowledges them as delivered as set out in the Distributor's delivery instructions.

1.3 Subject as herein provided the Company warrants to the Distributor that:

3.a.1 all Products supplied hereunder will be of satisfactory quality and will comply with any specification agreed for them;

3.a.2 the trade marks of which registration particulars are given in Schedule 3 are registered in the name of the Company and that it has disclosed to the Distributor all trade marks and trade names used by the Company in relation to the Products at the date of this Agreement;

3.a.3 it is not aware of any rights of any third party in the Territory which would or might render the sale of the Products, or the use of any of the Trade Marks on or in relation to the Products, unlawful;

3.a.4 the Products will be free from any charge or encumbrance when title in them passes to the Distributor.

1.4 In the event of any breach of the Company's warranty in Sub-Clause 5.3 by whatever reason and howsoever caused the Company shall cover all loss suffered by the distributor whether it be indirect, special or consequential Loss.

1.5 All the Products supplied by the Company shall be sold subject to the Company's Standard Conditions of Sale as altered or modified from time to time, any alterations or modifications to be notified to the Distributor except to the extent than such conditions are inconsistent with the terms of this Agreement, in which case the latter shall prevail. A copy of the Company's standard Conditions of Sale in force at the date hereof has been supplied to the Distributor prior to the Commencement Date.

## **6. Services**

1.1 The Distributor shall provide the Services within the Territory for the Products as listed in Schedule 4, whether or not such products were supplied by the Distributor.

1.2 The Distributor warrants to the Company that:

2.a.1 all Services will comply in all respects with the relevant requirements of any statute, statutory instrument, order or regulation which may be in force at the time when the same are supplied;

2.a.2 all personnel involved in the performance of the Services will be suitably skilled and experienced to perform the task assigned to them.

1.3 The Distributor shall provide the Company with a list of all its customers for the Products together with details of all servicing and repairs carried out in respect of those Products.

## **7. Support and Training**

1.1 The Company shall from time to time provide the Distributor with such samples, catalogues, brochures and up to date information concerning the Products as the Company may consider appropriate or as the Distributor may reasonably require in order to assist the Distributor with the sale of the Products in the Territory, and the Company shall use all reasonable endeavours to answer as soon as reasonably practicable any technical enquiries concerning the Products which are made by the Distributor.

1.2 During the << >> months immediately following the Commencement Date:

2.a.1 the Company shall make available to the Distributor at such time as may be agreed and for a period not exceeding <<the period of time employees will be supplied to Distributor>> working days the services of a suitable qualified employee of the Company to assist the Distributor in the marketing of the Products; and

2.a.2 the Distributor shall be entitled to send to the Company's premises at such time as may be agreed and for a period not exceeding <<period of time employees will be supplied to Company>> working days up to <<number of employees>> suitably qualified employees of the Distributor for training by the Company in matter relating to the Products and their marketing.

1.3 The Services to be provided by the Company pursuant to Sub-Clauses 7.1 and 7.2 shall be free of charge.

1.4 where employees of either party visit the premises of the other for the purposes of this Agreement, the first mentioned party shall:

4.a.1 procure that each such employee complies with all security , safety and other regulations



which apply to or are in force at the other party's premises; and

4.a.2 indemnify the other party against any direct damage to property of the other party which is caused by any act or omission of any such employee at the other party's premises.

## **8. Trademarks and Packaging**

1.1 The Company hereby authorises the Distributor to use the Trade Marks in the Territory or in relation to the Products for the purposes only of exercising its rights and performing its obligations under this Agreement.

1.2 The Distributor shall sell the Products under the Trade Marks and shall ensure that each reference to and use of any of the Trade Marks on the packaging or otherwise is in a manner from time to time approved by the Company and accompanied by an acknowledgement in a form approved by the Company, that the same is a Trade Mark of the Company.

1.3 The Distributor shall not:

3.a.1 make modifications to the Products or their packaging;

3.a.2 use in relation to the Products any trade marks other than the Trade Marks without obtaining the prior written consent of the Company;

3.a.3 deface, tamper with, obliterate or remove any of the Trade Marks, trade names, logos, insignia or identification numbers which may be embossed upon or affixed to the Products and the packaging therefor supplied to the Distributor by the Company;

3.a.4 use any of the Trade Marks in any way which might prejudice their distinctiveness or validity or the goodwill of the Company therein;

3.a.5 acquire any right, title or interest in or to any of the Trade Marks or the goodwill associated therewith or in or to any of the advertising, promotional or merchandising work or material for or relating to the Products and belonging to or developed by or for the Company. Notwithstanding the foregoing, if any such right, title or interest as aforesaid should be acquired by or arise in favour of the Distributor, the Distributor shall on request by the Company forthwith assign or otherwise transfer the same absolutely to the Company;

3.a.6 use in the Territory any trade marks or trade names so resembling any trade mark or trade name of the Company as to be likely to cause confusion or deception.

1.4 The Distributor shall at the request of the Company execute such registered user agreements or licences in respect of the use of the Trade Marks in the Territory as the Company may reasonably require, provided that the provisions thereof shall not be more onerous or restrictive than the provisions of this Agreement.



1.5 The Distributor shall promptly notify the Company of any actual, threatened or suspected infringement or wrongful use in the Territory which comes to its notice, of any patents, registered designs, copyrights, trade names or the Trade Marks relating to the Products and provide the Company with all such assistance as the Company may reasonably require in attempting to put to an end such infringement or wrongful use. The Company shall reimburse the Distributor for any reasonable out-of-pocket expenses incurred by the Distributor in providing such assistance provided that such expenditure has been approved in advance by the Company.

## **9. Payment and Records**

1.1 Subject to Sub-Clause 9.2 below, the prices payable by the Distributor for the Products shall be the Scheduled Prices, plus additional charges if any in respect of packing and/or delivery and insurance arranged by the Company.

1.2 The Company reserves the right to change the Scheduled Prices of any Products at any time during the currency of this Agreement, but in the event of a proposed increase the Company will give the Distributor not less than <<notice required for increase in prices>> days notice thereof and the Distributor shall have the right within <<notice allowed to reject increase>> days of that notice to cancel or amend any orders for Products sent to and accepted by the Company.

1.3 All sums payable by either party pursuant to this Agreement are exclusive of any tax. Each party shall be responsible for its own tax liabilities.

1.4 All payments required to be made pursuant to this Agreement by either party shall be made within <<number of days of credit>> days of the date of the relevant invoice in <<type of currency>> in cleared funds to such bank in <<name of city>> as the other party may from time to time nominate, without any set-off, withholding or deduction.

1.5 If either party is required by law to make any tax deduction or withholding in relation to any payment which it is required to make pursuant to this Agreement, it shall do all things in its power which may be necessary to enable or assist the party to whom the payment is due to claim exemption from or (if that is not possible) a credit for that deduction or withholding under any applicable double taxation or similar agreement from time to time in force, and shall from time to time give the party to whom the payment is due proper evidence as to the deduction or withholding and payment over the tax deducted or withheld.

1.6 Where any payment pursuant to this Agreement is required to be made on a day on which is not a Business Day, it may be made on the next following Business Day.

1.7 Each party shall:

7.a.1 keep, or procure that there are kept, such records and books of account as are necessary to enable the amount of any sums payable by it pursuant to this Agreement to be accurately calculated;

7.a.2 at the reasonable request of the other party, allow the other party or its agent to inspect those records and books of account and, to the extent that they relate to the calculation of those sums, to take copies of them; and

7.a.3 within << >> days after the end of each year, obtain at its own expense and supply to the other party an auditors' certificate as to the accuracy of the sums paid by that party pursuant to this Agreement during that Year.

1.8 If either party fails to pay on the due date any amount which is payable to the other pursuant to this Agreement then, without prejudice to Clause 10, that amount shall bear interest from the due date until payment is made in full, both before and after any judgment, at <<rate of interest>> per cent per annum over <<name of Bank>> Bank Plc base rate from time to time.

1.9 Where any sum payable pursuant to this Agreement is calculated in a currency other than <<currency per 9.4>> it shall be converted into <<alternative currency>> by reference to the average of the relevant buying and selling rates of <<name of Bank>> Bank Plc ruling in <<name of relevant city>> at the close of business on the due date.

1.10 If the Distributor fails to pay any sums due in respect of the Products within the time specified in Sub-Clause 9.4 above, the Company shall, without prejudice to any other rights or remedies it may have, be entitled to:

10.a.1 cancel or suspend and further delivery of the Products to the Distributor;

10.a.2 charge the Distributor interest on all sums due at the rate of <<interest to be charged>>% per annum above <<name of Bank>> Bank plc's base rate in force from time to time from the date payment became due until the date actual payment is made, both before and after judgement;

10.a.3 terminate the Agreement.

## **10. Duration and Termination**

1.1 This Agreement shall come into force on <<commencement date>> and shall continue for a period of <<length of time agreement to remain in force>> years from that date, subject to the following provisions set out below.

1.2 Either party shall have the right, exercisable by giving not less than <<notice period for Termination>> months' written notice to the other at any time prior to the expiry of the period specified in Sub-Clause 10.1 (or any further period for which this Agreement has been extended

pursuant to this provision) to extend this Agreement for a further period of <<length of time agreement will be allowed to remain in force>> years.

1.3 Either party may forthwith terminate this Agreement by giving written notice to the other party if: 3.a.1 any sum owing to that party by that other party under any of the provisions of this Agreement is not paid within <<credit period>> days of the due date for payment;

3.a.2 that other party commits any other breach of any of the provisions of this Agreement and, if the breach is capable of remedy, fails to remedy it within <<amount of time allowed to remedy breach>> days after being given written notice giving full particulars of the breach and requiring it to be remedied;

3.a.3 an encumbrancer takes possession, or where that other party is a company, a receiver is appointed, of any of the property or assets of that other party;

3.a.4 that other party makes any voluntary arrangement with its creditors or, being a company, becomes subject to an administration order (within the meaning of the Insolvency Act 1986);

3.a.5 that other party, being an individual or firm, has a bankruptcy order made against it or, being a company, goes into liquidation (except for the purposes of amalgamation or reconstruction and in such a manner that the company resulting therefrom effectively agrees to be bound by or assume the obligations imposed on that other party under this Agreement);

3.a.6 anything analogous to any of the foregoing under the law of any jurisdiction occurs in relation to that other party;

3.a.7 that other party ceases, or threatens to cease, to carry on business; or

3.a.8 Control of that other party is acquired by any person or Connected Persons not having Control of that other party on the date of this Agreement.

1.4 For the purposes of Sub-Clause 10.3.2, a breach shall be considered capable of remedy if the party in breach can comply with the provision in question in all respects other than as to the time of performance (provided that the time of performance is not of the essence).

1.5 The rights to terminate this Agreement given by this Clause 10 shall not prejudice any other right or remedy of either party in respect of the breach concerned (if any) or any other breach.

## **11. Effects of Termination**

1.1 The Company shall if the Distributor demands it: 1.a.1 fulfil any orders placed by the Distributor and accepted by the Company prior to the date of the Termination; or

1.a.2 refund to the Distributor any sums paid in advance by the Distributor in respect of such order provided.

1.2 all sums which may become due from the Distributor to the Company in respect of Products supplied prior to the effective date of termination shall forthwith become due and payable by the Distributor to the Company;

1.3 the Company shall have the option, to be exercised by letter, e-mail, or facsimile within 3 months of the date of termination of this Agreement to repurchase from the Distributor any stocks of the Products which shall then be in the possession of or under the control of the Distributor for a fair market value or the price paid by the Distributor for the Products as agreed between the Company and the Distributor at the date on which the options exercised, provided always that the Company shall be responsible for the cost of carriage and insurance of such re-purchased Products;

1.4 the Distributor shall cease forthwith to represent itself as the appointed exclusive distributor of the Company's Products within the Territory and shall remove all reference to such effect from its stationery, promotional literature and name plates;

1.5 the Distributor shall cease to advertise or promote the Products or to make any use of the Trade Marks other than for the purpose of selling Products in respect of which the Company does not exercise its rights of re-purchases;

1.6 the Distributor shall at its own expense deliver to the Company or otherwise dispose of in accordance with the Company's instructions all sales and promotional literature, documents containing technical information and customer lists relating to the Products;

1.7 the Distributor shall at its own expense join with the Company in procuring the cancellation of any registered user agreements entered into pursuant to Sub-Clause 8.4 above;

1.8 all the rights and obligations of the parties under this Agreement shall terminate, except for any rights or obligations to which any of the parties may be entitled or be subject before its termination (which shall remain in full force and effect) and except as otherwise provided in this Clause 11;

1.9 the Company shall have no claim against the Distributor for compensation for loss of distribution rights, loss of goodwill or any similar loss;

1.10 without prejudice to Sub-Clause 10.5 above, termination shall not affect or prejudice any right to damages or other remedy which the terminating party may have in respect of the event giving rise to the termination or any other right to damage or other remedy which any party may have in respect of any breach of this Agreement which existed at or before the date of termination;

1.11 Clauses 1 (Definitions and Interpretations), 12 (Confidentiality), 13 (Liability), 14 (Indemnity) and 24 (Applicable Law and Jurisdiction) shall remain in effect.

## **12. Confidentiality**

1.1 Each party undertakes that, except as provided by Sub-Clause 12.3 or as authorised in writing by the other party, it shall, at all times during the continuance of this Agreement and for << >> years after its termination:

1.a.1 keep confidential all Restricted Information;

1.a.2 not disclose any Restricted Information to any other person;

1.a.3 not use any Restricted Information for any purpose other than as contemplated by and subject to the terms of this Agreement;

1.a.4 not make any copies of, record in any way or part with possession of any Restricted Information; and

1.a.5 ensure that none of its directors, officers, employees, agents or advisers does any act which, if done by that party, would be a breach of the provisions of this sub-clause.

1.2 Either party may:

2.a.1 disclose any Restricted Information to:-

a.1.a.1 any sub-contractor or supplier of that party;

a.1.a.2 any governmental or other authority or regulatory body; or

a.1.a.3 any employee or officer of that party or of any of the aforementioned persons;

to such extent only as is necessary for the purposes contemplated by this Agreement, or as required by law, and in each case subject to that party first informing the person in question that the Restricted Information is confidential and (except where the disclosure is to any such body as is mentioned in 12.2.1.2 above or any employee or officer of any such body) obtaining and submitting to the other party a written undertaking from the person in question, as nearly as practicable in the terms of this Clause, to keep the Restricted Information confidential and to use it only for the purposes for which the disclosure is made; and

2.a.2 use any Restricted Information for any purpose, or disclosure it to any other person, to the extent only that it is at the date of this Agreement, or at any time after that date becomes, public knowledge through no fault of that party, provided that in doing so that party does not disclose any part of that Restricted Information which is not public knowledge.

1.3 The provisions of this Clause shall continue in force in accordance with their terms, notwithstanding the termination of this Agreement for any reason.

### **13. Liability**

Notwithstanding anything to the contrary in this Agreement, the Distributor shall not, except in respect of death or personal injury caused by the negligence of the Distributor, be liable to the Company by reason of any representation or implied warranty, condition or other term or any duty at common law, or under the express terms of this Agreement, for any indirect or consequential loss or damage (whether for loss of profit or otherwise and whether occasioned by the negligence of the Distributor or its employees or agents or otherwise) arising out of or in connection with any act or omission of the Distributor .

### **14. Indemnity**

1.1 If any claim is made or threatened to be made against Distributor or its associated companies or any of their servants, agents arising out of or in connection with this agreement, howsoever the same may arise and whether occasioned by the negligence of Company or otherwise except as a result of the wilful default of the Distributor, the Company shall indemnify the Distributor in respect of any loss, damages, costs or other claim for compensation or any legal or other expenses which are awarded against or incurred by the Defendant or agreed with the consent of the Indemnifier to be paid by the Defendant in settlement of the claim.

1.2 The indemnity given under Clause 15 shall only apply provided that, and the Distributor accordingly undertakes to the Company that:

2.a.1 the Company shall be given full control of any proceedings or negotiations in connection with any such claim or threatened claim;

2.a.2 the Distributor shall at its own cost give the Company all reasonable assistance for the purpose of any such proceedings or negotiations;

2.a.3 except pursuant to a final award, the Distributor shall not pay or accept any such claim or threatened claim, or compromise any such proceedings or negotiations, without the consent of the Company (which shall not be unreasonably withheld);

2.a.4 the Distributor shall do nothing which would or might vitiate any policy of insurance or insurance cover which the Distributor may have in relation to any such claim or threatened claim, and this indemnity shall not apply to the extent that the Distributor recovers any sums under any such policy or cover (which the Distributor shall use its best endeavours to do);

2.a.5 the Company shall be entitled to, and the Distributor shall accordingly account to the Indemnifier for, all damages and costs (if any) awarded against any other party or agreed by the Distributor (which agreement shall not be unreasonably withheld) to be paid by any other party in respect of any such claim or threatened claim; and

2.a.6 the Company shall be entitled to require the Distributor to take such steps as the Indemnifier may reasonably require to mitigate or reduce any loss of the Distributor.

## **15. Force Majeure**

1.1 For the purposes of this Agreement “Force Majeure” means, in relation to either party, any circumstances beyond the reasonable control of that party (including, without limitation, any strike, lock-out or other form of industrial action).

1.2 If any Force Majeure occurs in relation to either party which affects or may affect the performance of any of its obligations under this Agreement, it shall forthwith notify the other party as to the nature and extent of the circumstances in question.

1.3 Neither party shall be deemed to be in breach of this Agreement, or shall otherwise be liable to other, by reason of any delay in performance, or the non-performance, of any of its obligations under, to the extent that the delay or non-performance is due to any Force Majeure of which it has notified the other party, and the time for performance of that obligation shall be extended accordingly.

1.4 If the performance by either party of any of its obligations under this Agreement is prevented or delayed by Force Majeure for a continuous period in excess of <<time limit>>, the parties shall enter into discussions with a view to agreeing upon such alternative arrangements as may be fair and reasonable or the other party shall be entitled to terminate this Agreement by giving <<termination notice period>> written notice to the party so affected.

## **16. [Data Protection**

1.1 All personal information that the Company or the Distributor (“First Party”) may use will be collected, processed, and held in accordance with the provisions of EU Regulation 2016/679 General Data Protection Regulation (“GDPR”) and the rights under the GDPR of the other party being, as the case may be, either the Company or the Distributor (“Other Party”) and the rights under the GDPR of any third party.

1.2 For complete details of the First Party’s collection, processing, storage, and retention of personal data including, but not limited to, the purpose(s) for which personal data is used, the legal basis or bases for using it, details of the Other Party’s and any third party’s rights and how to exercise them, and personal data sharing (where applicable), the Other Party should refer to the Privacy Notice of the First Party. The respective Privacy Notices of each Party are attached at Schedule 5.

1.3 All personal data to be shared by the First Party with the Other Party under this Agreement



shall be shared in accordance with the terms of the Data Sharing Agreement entered into by the Parties on <<insert date>> pursuant to this Agreement]

## **17. [Data Processing**

1.1 All personal data to be processed by the Distributor on behalf of the Company or by the Company on behalf of the Distributor under this Agreement shall be processed in accordance with the terms of the Data Processing Agreement entered into by the Parties on <<insert date>> [pursuant to this Agreement].]

## **18. Nature of the Agreement**

1.1 Each party shall be entitled to perform any of the obligations undertaken by it and to exercise any rights granted to it under this Agreement through any other Member of its Group, provided that any act or omission of that other Member shall, for all the purposes of this Agreement, be deemed to be the act or omission of the party in question.

1.2 Subject to Sub-Clause 18.1 this Agreement is personal to the parties and neither party may assign, mortgage, or charge (otherwise than by floating charge) or sub-license any of its rights hereunder, or sub-contract or otherwise delegate any of its obligations hereunder, except with the written consent of the other party.

1.3 This Agreement contains the entire agreement between the parties with respect to its subject matter and may not be modified except by an instrument in writing signed by the duly authorised representatives of the parties.

1.4 Each party acknowledges that, in entering into this Agreement, it does not rely on any representation, warranty or other provision except as expressly provided in this Agreement, and all conditions, warranties or other terms implied by statute or common law are excluded to the fullest extent permitted by law.

1.5 No failure or delay by either party in exercising any of its rights under this Agreement shall be deemed to be a waiver of that right, and no waiver by either party of a breach of any provision of this Agreement shall be deemed to be a waiver of any subsequent breach of the same or any other provision.

1.6 If any provision of this Agreement is held by any court or other competent authority to be invalid or unenforceable in whole or in part, this Agreement shall continue to be valid as to its other provisions and the remainder of the affected provision.



## 19. Costs

Subject to any express provisions to the contrary each party to this Agreement shall pay its own costs of and incidental to the negotiation, preparation, execution and carrying into effect of this Agreement.

## 20. Notices and Service

1.1 Any notice (which term shall in this clause include any other communication) which is required to be given under this Agreement or in connection with the matters contemplated by it shall, except where otherwise specifically provided, be in writing in the English language.

1.2 Any such notice shall be addressed as provided in Sub-Clause 20.3 below and may be:

2.a.1 personally delivered, in which case it shall be deemed to have been given upon delivery at the relevant address; or

2.a.2 if within the United Kingdom, sent by first class pre-paid post, in which case it shall be deemed to have been given two days after the date of posting; or

2.a.3 if from or to any place outside the United Kingdom, sent by pre-paid priority airmail, in which case it shall be deemed to have been given seven days after the date of posting; or

2.a.4 sent by e-mail, telex, cable, facsimile transmission or comparable means of communication and shall be deemed to have been duly given on the date of transmission

1.3 The address and other details of the parties referred to in Sub-Clause 20.2 are, subject to Sub-Clause 20.4:

Name: <<Name of Company's addressee>>

Name: <<Name of Distributor's addressee>>

For the attention of <<Company agent name>>

[For the attention of <<Distributor's name>>

Address <<Company address>>

Address <<Distributor address>>

Facsimile number <<Company's Fax number>>

Facsimile number <<Distributor's Fax number>>.

1.4 Any party to this Agreement may notify the other parties of any change to the address or any of the other details specified in Sub-Clause 20.3, provided that such notification shall only

be effective on the date specified in such notice or five days after the notice is given, whichever is later.

## **21. Relationship of the Parties**

Nothing in this Agreement shall create, or be deemed to create, a partnership, or the relationship of principal and agent, between the parties.

## **22. Set Off**

The Distributor shall not be entitled to withhold payment of any sums after they become due by reason of any right of set-off or counterclaim which the Distributor may have or allege to have or for any other reason whatsoever.

## **23. Arbitration**

1.1 Any dispute, difference or disagreement between the parties arising out of or in connection with this Agreement shall be referred to the arbitration in London of a single arbitrator appointed by agreement between the parties within <<time limit for appointment>> days after a request for a reference is made by either party, nominated on the application of either party by the <<Title of relevant person>> for the time being of <<name of association/arbitrator>>.

1.2 Sub-Clause 23.1 shall not:

2.a.1 apply to any dispute, difference or disagreement in respect of which the provisions of this Agreement specify the consequences; or

2.a.2 preclude the making of an application to the Court for injunctive relief.

## **24. Applicable Law and Jurisdiction**

1.1 The laws of England and Wales shall apply to the whole of this Agreement.

1.2 The parties hereby agree to the non-exclusive jurisdiction of the English and Welsh Courts

**IN WITNESS WHEREOF** this Agreement has been duly executed the day and year first before written.

SIGNED by

<<Name and Title of person signing for Company>>

for and on behalf of <<Company's name>> Limited

In the presence of

<<Name & Address of Witness>>

SIGNED by

<<Name and Title of person signing for Distributor>>

for and on behalf of <<Distributor's name>> Limited

In the presence of

<<Name & Address of Witness>>

## **SCHEDULE 1: PRODUCTS**

<<Insert description of the products here>>

## **SCHEDULE 2: PRICES**

<<Insert the price of the products here>>

## **SCHEDULE 3: TRADE MARKS**

<<Insert a definition and set out trademarks here>>

## **SCHEDULE 4: SERVICES**

<<Insert description services to be offered by the Company to the Distributor here>>

## **SCHEDULE 5: PRIVACY NOTICES**

-.-.-





20 Birchin Lane  
City of London  
London EC3V 9DU

Tel. +44 203 751 9360  
Fax. +44 207 681 2206  
Mobile +44 741 282 3932

info@ascheri.co.uk  
www.ascheri.co.uk  
www.ascheri.academy  
www.adamnelson.london  
Skype: ascheri-partners

**Ascheri  
& Partners**  
Studio Commercialisti

  
ADAMNELSON  
Studio Legale

 **Ascheri  
Academy**  
Formazione Professionale