

IL DIVIETO DI IMPOSIZIONE DELLE TARIFFE NEI CONTRATTI DI DISTRIBUZIONE: TRA REGOLE ANTITRUST E AUTONOMIA CONTRATTUALE

Avv. Chiara Biagini

Il divieto di imposizione delle tariffe in un accordo di distribuzione, noto anche come divieto di fissazione del prezzo di rivendita, è una clausola che vieta al fornitore di determinare il prezzo al quale il distributore deve rivendere i prodotti.

Nel contesto dei contratti di distribuzione, la questione della libertà di determinazione dei prezzi da parte del distributore rappresenta da sempre un tema centrale: in particolare il delicato equilibrio tra autonomia contrattuale e tutela della concorrenza emerge in tutta la sua complessità quando il fornitore impone al distributore vincoli sulla rivendita, come prezzi fissi o minimi.

Queste pratiche possono, infatti, interferire con il principio cardine della libertà d'impresa, ostacolando la capacità del distributore di determinare in autonomia la propria strategia commerciale.

Il diritto antitrust, sia a livello europeo che nazionale, vieta espressamente l'imposizione da parte del fornitore di prezzi fissi o minimi di rivendita, in quanto considerata una restrizione concorrenziale per oggetto.

A livello europeo, l'articolo 101, paragrafo 1, del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE) vieta gli accordi tra imprese che abbiano per oggetto o per effetto quello di impedire, restringere o falsare la concorrenza nel mercato interno. In tale ambito, le cosiddette restrizioni verticali – ossia accordi tra imprese operanti a livelli diversi della catena distributiva – sono lecite solo se non contengono clausole “hardcore”, tra cui rientra, appunto, l'imposizione di prezzi fissi o minimi di rivendita.

Il legislatore europeo ha disciplinato in modo dettagliato questa materia con il Regolamento UE 2022/720 (Regolamento Verticale) e con le Linee guida sulle restrizioni verticali, pubblicate nel 2022. Tali documenti chiariscono che la *resale price maintenance* (RPM) è una restrizione per oggetto, dunque vietata a prescindere dagli effetti concreti sul mercato.

Sono previste, tuttavia, eccezioni solo in casi limitati, ad esempio per il lancio temporaneo di un nuovo prodotto sul mercato o per promozioni a tempo determinato e sempre che siano giustificate da efficienze concrete e non comportino una restrizione duratura ma, appunto, limitata nel tempo.

Anche la normativa italiana segue lo stesso orientamento. Ciò con il corollario che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), in applicazione dell'art. 2 della Legge n. 287/1990 “Norme per la tutela della concorrenza e del mercato”, considera l'imposizione del prezzo di rivendita come una pratica anticoncorrenziale. Sul punto, numerosi provvedimenti sanzionatori dell'AGCM (ad esempio i casi Samsung, Apple, Henkel) hanno ribadito l'illiceità della RPM, anche quando attuata in modo indiretto tramite pressioni commerciali, minacce o incentivi condizionati al rispetto di determinati prezzi.

È comunque ammessa l'indicazione, sotto forma di *suggestion*, di prezzi massimi, ai sensi dell'art. 4, lett. a) del Regolamento UE 2022/720, purché non diventino vincolanti di fatto. In altre parole, il distributore deve poter applicare liberamente un prezzo inferiore. Pertanto, se il prezzo consigliato è supportato da pressioni, sanzioni o sistemi di monitoraggio, può trasformarsi in un vincolo illecito e quindi determinare la nullità della clausola stessa ai sensi dell'art 101 TFUE e dell'art 2 della legge 287/1990, oltre a esporre le parti coinvolte a potenziali sanzioni da parte delle autorità garanti della concorrenza, sia a livello nazionale che europeo.

Alla luce di quanto sopra esposto, è fondamentale che i contratti di distribuzione siano redatti in conformità con la normativa antitrust; che le imprese prestino particolare attenzione nella redazione delle clausole contrattuali che disciplinano prezzi e condizioni di rivendita. Qualsiasi riferimento ai prezzi deve essere attentamente formulato per non generare vincoli impliciti, l'inserimento anche indiretto di vincoli che limitino l'autonomia del distributore nel determinare i propri prezzi di vendita può essere considerato lesivo del principio di

libera concorrenza. Le clausole che impongono o incentivano il rispetto di determinati prezzi devono essere evitate o sottoposte a una valutazione rigorosa del rischio giuridico, questo vale sia per i contratti con distributori esclusivi che per quelli non esclusivi.

Sia la Commissione europea che l'Autorità garante hanno reiteratamente chiarito che simili restrizioni, qualora non rientrino nelle esenzioni previste dal diritto antitrust (e in parte sopra ricordate), costituiscono pratiche illecite anticoncorrenziali, vietate dalla legge, con il conseguente rischio di sanzioni economiche, obbligo di rimozione delle clausole e, in casi gravi, nullità dell'intero accordo.

In sintesi, il divieto di imposizione delle tariffe nei contratti di distribuzione è un pilastro del diritto della concorrenza. Pertanto, un approccio prudente e informato nella redazione contrattuale è essenziale per garantire la legalità degli accordi e tutelare la libertà commerciale delle parti.

In ragione di quanto sopra, la consulenza legale preventiva resta uno strumento fondamentale per bilanciare esigenze di controllo commerciale e rispetto delle regole di mercato.

Il presente articolo non intende fornire un parere legale e, per l'effetto, non può essere considerato sostitutivo di una consulenza legale specifica.

[Clicca qui per scaricare l'articolo in PDF](#)