

There are no translations available.

scritto da Dott. Erik Tornaboni

Recentemente, con l'entrata in vigore del nuovo Reg. UE 330/2010, operativo dal 1 giugno 2011, si è assistito ad una chiara indicazione dei principi che debbono essere seguiti in ambito di vendite di prodotti on – line, in particolar modo per quanto concerne le limitazioni interessanti i singoli distributori che intendano utilizzare il Web per commercializzare beni di altra impresa produttrice.

Ebbene, in base alla nuova normativa, non è possibile per il produttore impedirne ai singoli distributori la vendita on – line, sulla base di un principio comunitario che vieta la libera concorrenza (principio di cui all'art. 101.3 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, ribadito anche nelle conclusioni espresse dall'Avv. Jan Mázàk, in rappresentanza della Corte di Giustizia, nella causa intentata dalla Pierre Fabre Dermo Cosmétique SAS avverso i propri distributori selettivi), dovendosi sempre consentire la possibilità di realizzare una strategia commerciale al fine di poter raggiungere una clientela maggiore e diversificata, sulla base di dinamiche organizzative di vendita ad interesse non solo dei distributori stessi ma anche, è evidente, del produttore medesimo.

Tali vendite, che vengono definite “passive”, non possono pertanto incontrare vincoli se non (pare più che corretto) qualora ledano gli interessi diretti del produttore, ad esempio, a tutela dell'immagine dei beni da questi realizzati, con facoltà di imporre ai distributori delle condizioni di vendita ben definite che siano adeguate, ragionevoli e non discriminatorie.