

CLIENTI DIREZIONALI E CLIENTI DIRETTI

In sede di stipula del contratto di agenzia spesso le ditte mandanti pretendono che venga inserita una clausola in cui si prevede che alcuni clienti individuati per nome o per settore di appartenenza siano riservati alla loro azione promozionale. Nella pratica commerciale è un modo di "by passare" l'azione dell'agente di commercio.

L'inserimento di tale clausola rientra ormai nella prassi negoziale e porta, spesso, a delle conseguenze dannose, sia sotto l'aspetto economico che d'immagine, all'agente. Il codice civile all'art. 1748 prevede il diritto dell'agente alla provvigione anche per gli affari conclusi direttamente dal preponente. In questo modo il legislatore ha cercato di tutelare l'agente, nell'ambito della zona di esclusiva, da ogni invasione del preponente che può portare ad una sottrazione di affari. Nel caso in cui le parti, invece, abbiano convenuto che al preponente sia riservato il diritto, in deroga all'esclusiva, di negoziazione diretta con alcuni determinati clienti, all'agente non spetta provvigione.

Possiamo così sintetizzare.

La provvigione spetta all'agente per gli affari conclusi direttamente dalla ditta mandante con clienti che non siano direzionali.

La Corte di Cassazione ha affermato che : "la clausola del contratto di agenzia, che consente al preponente di modificare, in qualsiasi momento, la lista dei clienti con i quali intende intrattenere rapporti diretti (c.d. clienti direzionali), senza riconoscere alcuna provvigione o indennità all'agente, è nulla, siccome meramente potestativa, con conseguente nullità dell'intero contratto".