



LA LIBRERIA ON LINE DEL PROFESSIONISTA

L'estratto che stai visualizzando  
è tratto da un volume pubblicato su  
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)

# INDICE SOMMARIO

---

<b>Parte introduttiva (GERARDO VILLANACCI)</b> . . . . .	<i>Pag.</i>	1
--	-------------	---

## Sezione I

### La distribuzione commerciale

<b>1.</b> Premessa. <b>2.</b> La distribuzione commerciale diretta e indiretta. <b>3.</b> I contratti della distribuzione commerciale. Tratti distintivi ed elementi caratterizzanti. <b>4.</b> Ulteriori brevi considerazioni su distribuzione, mercato e concorrenza. <b>5.</b> La posizione del contraente debole nella distribuzione . . . . .	»	1
--	---	---

## Sezione II

### I contratti di distribuzione commerciale nel quadro normativo comunitario. La tutela della concorrenza

<b>1.</b> La funzione della concorrenza. <b>2.</b> Il sistema della concorrenza nell'ordinamento comunitario. Le fonti. <b>3.</b> Le condotte anticoncorrenziali. <b>3.1.</b> <i>Segue:</i> gli accordi tra le imprese, le decisioni di associazioni di imprese e le pratiche concordate. <b>3.2.</b> <i>Segue:</i> regime di eccezione legale ed esenzione del divieto. <b>4.</b> Abuso di posizione dominante . . . . .	»	11
---	---	----

## Sezione III

### Il diritto antitrust nella distribuzione

<b>1.</b> Le tipologie della distribuzione. <b>2.</b> Le c.d. restrizioni verticali all'interno della categoria dei contratti della distribuzione. <b>3.</b> Le intese verticali. <b>4.</b> L'art. 4 del Regolamento n. 2790/99/CE . . . . .	»	26
--	---	----

## Sezione IV

### La protezione del contraente debole e del consumatore nella distribuzione commerciale

<b>1.</b> La tutela della concorrenza e del contraente debole. <b>2.</b> L'abuso di dipendenza economica. <b>3.</b> Il d.lg. n. 231/2002. Ambito di applicazione. <b>4.</b> La Direttiva 2005/29/CE, c.d. direttiva sulle pratiche commerciali sleali. <b>5.</b> Il divieto delle pratiche commerciali scorrette. <b>6.</b> Il sistema di protezione del consumatore contraente debole . . . . .		
--	--	--

le. **7.** Le clausole vessatorie fino a prova contraria tra professionista e consumatore. La lista delle clausole grigie e delle clausole nere. **8.** Le nullità di protezione. **9.** La forma e l'interpretazione delle clausole del contratto. **10.** L'azione inibitoria . . . Pag. 36

## CAPITOLO I

### Il contratto di agenzia

(MANUELA GIOBBI)

**1.** Il contratto di agenzia: lineamenti generali, la Direttiva 86/653/CEE, la contrattazione collettiva. **1.1.** Premessa. **1.2.** La Direttiva 86/653/CEE. Rapporti tra fonti nazionali e comunitarie. **1.3.** La contrattazione collettiva (AEC). **2.** Gli elementi caratterizzanti il contratto di agenzia. La nozione di agente. **2.1.** Elementi distintivi dell'agenzia. L'art. 1742 c.c. **2.2.** La promozione degli affari. **2.3.** *Segue:* la stabilità dell'incarico. **2.4.** La zona determinata. **2.5.** La forma del contratto di agenzia. **2.6.** La nozione di agente. **2.7.** *Segue:* l'agente lavoratore autonomo o subordinato. **2.8.** L'agente imprenditore commerciale. **2.9.** Iscrizione all'albo degli agenti. **2.10.** La rappresentanza dell'agente. **2.11.** Agente esclusivo c.d. "monomandatario". **2.12.** Il subagente. **3.** L'esclusiva. Il patto di non concorrenza. **3.1.** Il diritto di esclusiva. **3.2.** *Segue:* la violazione del diritto di esclusiva. **3.3.** L'obbligo di non concorrenza. **3.4.** Art. 1751-bis "il Patto di non concorrenza". **3.5.** L'indennità di "non concorrenza". **4.** I diritti e gli obblighi dell'agente e del preponente. **4.1.** L'obbligo dell'agente di agire con lealtà e buona fede. **4.2.** *Segue:* esecuzione delle istruzioni del preponente. **4.3.** *Segue:* l'obbligo delle informazioni. **4.4.** Star del credere. L'art. 1746, 2°-3° co., c.c. **4.5.** Impedimento dell'agente. Obbligo di comunicazione. **4.6.** Gli obblighi del preponente. **4.7.** *Segue:* informazione e documentazione. **4.8.** *Segue:* la riduzione del volume delle operazioni commerciali. **4.9.** *Segue:* accettazione, rifiuto e mancata esecuzione degli affari. **4.10.** L'obbligo della consegna dell'estratto conto. La liquidazione delle provvigioni. **4.11.** Inderogabilità della norma. **5.** La retribuzione dell'agente. **5.1.** La provvigione. **5.2.** I presupposti per la nascita del diritto alla provvigione dell'agente. Il sistema previgente e la disciplina attuale. **5.3.** *Segue:* affari conclusi direttamente dal preponente. **5.4.** *Segue:* affari conclusi dopo lo scioglimento del contratto. **5.5.** La facoltà dell'agente alla riscossione. **6.** La durata e la cessazione del contratto di agenzia. **6.1.** La durata del contratto. **6.2.** Il contratto di agenzia a tempo determinato. **6.3.** La cessazione del contratto di agenzia a tempo determinato. Il recesso per giusta causa. **6.4.** Il recesso nel contratto di agenzia a tempo indeterminato e l'obbligo del preavviso. **6.5.** L'indennità sostitutiva del preavviso. **7.** Indennità di cessazione del contratto. **7.1.** Indennità di cessazione del rapporto. Gli interventi legislativi di modifica e adeguamento dell'art. 1751 c.c. alla Direttiva 86/653/CEE. **7.2.** Gli Accordi Economici Collettivi. **7.3.** I rapporti tra l'art. 1751 c.c. e la disciplina convenzionale. **7.4.** Il risarcimento dei danni. **8.** Gli agenti di assicurazione. **8.1.** La figura dell'agente di assicurazione. **8.2.** Diritti e do-

veri dell'agente di assicurazione. <b>8.3.</b> La disciplina del contratto di agenzia assicurativa . . . . .	Pag. 57
--	---------

## CAPITOLO II

### Il contratto di affiliazione commerciale (*franchising*)

(GIANLUCA TOSCANO)

<b>1.</b> Il contratto di affiliazione commerciale ( <i>franchising</i> ). <b>1.1.</b> Le origini del <i>franchising</i> negli ordinamenti esteri ed in Italia. <b>1.2.</b> La nozione di affiliazione commerciale nella legge n. 129/2004. <b>1.3.</b> Gli ambiti economici di utilizzo del negozio. <b>1.4.</b> <i>Master e corner franchising</i> e le altre varianti dello schema tipico. <b>2.</b> Forma dell'atto ed oggetto del negozio. <b>2.1.</b> La prescrizione sulla forma e le conseguenze dell'inosservanza. <b>2.2.</b> Contenuto obbligatorio dell'atto e gli elementi essenziali del contratto. <b>2.3.</b> Il patto di esclusiva. <b>3.</b> Disciplina delle trattative e la <i>disclosure</i> precontrattuale. <b>3.1.</b> Gli obblighi di lealtà, correttezza e buona fede. L'ambito di operatività della previsione. <b>3.2.</b> I reciproci obblighi informativi ed il limite della riservatezza. <b>3.3.</b> Obbligo di consegna della copia del contratto: portata e funzione della prescrizione. <b>3.4.</b> <i>Segue</i> : le sanzioni per le violazioni. <b>3.5.</b> <i>Continua</i> : false informazioni ed annullamento del contratto. <b>4.</b> Disciplina dell'esecuzione del rapporto e risoluzione delle controversie. <b>4.1.</b> Obblighi dell'affiliato. <b>4.2.</b> Il tentativo di conciliazione. <b>5.</b> L'affiliazione commerciale nel sistema del diritto civile. <b>5.1.</b> Il contratto di affiliazione e l'abuso di dipendenza economica. <b>5.2.</b> Rete di affiliazione e rapporto con i terzi	» 145
---	-------

## CAPITOLO III

### La somministrazione

(DAMIANA PELLEGRINI)

<b>1.</b> Brevi cenni storici. <b>2.</b> Nozione e natura giuridica. <b>3.</b> Rapporti con modelli contrattuali affini. <b>3.1.</b> Somministrazione e appalto. <b>3.2.</b> Somministrazione e vendita. <b>3.3.</b> Somministrazione e locazione. <b>3.4.</b> Somministrazione e agenzia. <b>3.5.</b> Somministrazione e fornitura. <b>4.</b> I requisiti del contratto. <b>4.1.</b> L'accordo delle parti. <b>4.2.</b> La causa. <b>4.3.</b> L'oggetto: la prestazione del somministrante e la determinazione dell'entità della somministrazione. <b>4.4.</b> L'oggetto: la prestazione del somministrato e la determinazione del prezzo. <b>4.5.</b> La forma del contratto. <b>5.</b> Il termine di adempimento. <b>6.</b> La disciplina giuridica. <b>7.</b> Il patto di preferenza. <b>8.</b> Il patto di esclusiva. <b>8.1.</b> Esclusiva a favore del somministrante. <b>8.2.</b> Esclusiva a favore del somministrato. <b>8.3.</b> L'obbligo promozionale. <b>8.4.</b> L'inadempimento dell'esclusiva. <b>9.</b> Lo scioglimento del contratto. <b>9.1.</b> La sospensione dell'esecuzione e l'eccezione di inadempimento. <b>9.2.</b> La risoluzione per inadempimento. <b>9.3.</b> La risoluzione per impossibilità ed eccessiva onerosità sopravvenuta della prestazione. <b>9.4.</b> Il re-
--

cesso. <b>9.5.</b> Il computo del danno risarcibile. <b>9.6.</b> La tutela possessoria. <b>10.</b> Profili fallimentari . . . . .	Pag. 215
---	----------

## CAPITOLO IV

**La concessione di vendita**

(MICHELE SPINOZZI)

<b>1.</b> La concessione di vendita: ipotesi definitorie e natura giuridica. <b>1.1.</b> Introduzione. <b>1.2.</b> Inquadramento sistematico. <b>1.3.</b> <i>Segue:</i> concessione di vendita e <i>franchising</i> . <b>1.4.</b> Il profilo strutturale. <b>2.</b> La disciplina del contratto di concessione di vendita. <b>2.1.</b> Gli obblighi delle parti. <b>2.2.</b> La clausola di esclusiva. <b>2.3.</b> Le ulteriori pattuizioni accessorie ricorrenti nella prassi. <b>3.</b> Lo scioglimento del vincolo negoziale e le vicende successive all'interruzione del rapporto. <b>3.1.</b> Il recesso e la mancata attuazione del programma negoziale. <b>3.2.</b> <i>Segue:</i> gli obblighi ulteriori del concessionario. <b>3.3.</b> Questioni processuali . . . . .	» 271
---	-------

## CAPITOLO V

**La licenza di marchio**

(CRISTIANO CREMONESI)

<b>1.</b> Nozione e disciplina giuridica. <b>1.1.</b> Considerazioni preliminari. <b>1.2.</b> La normativa vigente. <b>1.3.</b> La licenza senza esclusiva. <b>1.4.</b> La licenza esclusiva totale o parziale. <b>1.5.</b> Il principio di esaurimento nazionale, comunitario e internazionale del diritto di marchio. <b>1.6.</b> Il Regolamento n. 772/04/CE. <b>1.7.</b> La legittimazione ad agire per la difesa del marchio. <b>2.</b> La forma del contratto e la trascrizione. <b>3.</b> Analisi delle clausole fondamentali di un contratto di licenza di marchio. <b>3.1.</b> L'intestazione del contratto e le premesse. <b>3.2.</b> Definizioni. <b>3.3.</b> Oggetto del contratto. <b>3.4.</b> Mantenimento del marchio. <b>3.5.</b> Le modalità di trasmissione del <i>know-how</i> . <b>3.6.</b> Obblighi di riservatezza a carico del licenziatario. <b>3.7.</b> L'obbligo di rispetto di precisi <i>standards</i> qualitativi da parte del licenziatario e la previsione della possibilità di controlli da parte del licenziante. <b>3.8.</b> Gli obblighi e le modalità d'uso del marchio da parte del licenziatario. <b>3.9.</b> Le limitazioni di responsabilità del licenziante in relazione al marchio concesso in licenza. <b>3.10.</b> Le politiche di tutela del marchio. <b>3.11.</b> L'attività pubblicitaria e di promozione. <b>3.12.</b> Tipologie e modalità di pagamento dei corrispettivi. <b>3.13.</b> Durata e risoluzione del contratto. <b>3.14.</b> Obblighi di attivazione per l'ottenimento delle autorizzazioni necessarie. <b>3.15.</b> Trascrizione del contratto. <b>3.16.</b> Conclusioni. <b>4.</b> I vantaggi per il licenziante e per il licenziatario derivanti dal contratto di licenza. <b>5.</b> Distinzione tra licenza di marchio, <i>merchandising</i> , sponsorizzazione e <i>franchising</i> . . . . .	» 301
---	-------

*Bibliografia generale*

» 357



LA LIBRERIA ON LINE DEL PROFESSIONISTA

L'estratto che stai visualizzando  
è tratto da un volume pubblicato su  
ShopWKI - La libreria del professionista

[VAI ALLA SCHEDA PRODOTTO](#)