Raccolta della giurisprudenza

SENTENZA DELLA CORTE (Quarta Sezione)

7 aprile 2016 *

«Rinvio pregiudiziale — Agenti commerciali indipendenti — Direttiva 86/653/CEE — Articolo 17, paragrafo 2 — Indennità di portafoglio clienti — Presupposti per la concessione — Apporto di nuovi clienti — Nozione di "nuovi clienti" — Clienti del preponente che acquistano per la prima volta le merci la cui vendita è stata affidata all'agente commerciale»

Nella causa C-315/14,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale proposta alla Corte, ai sensi dell'articolo 267 TFUE, dal Bundesgerichtshof (Corte federale di cassazione, Germania), con decisione del 14 maggio 2014, pervenuta in cancelleria il 2 luglio 2014, nel procedimento

Marchon Germany GmbH

contro

Yvonne Karaszkiewicz,

LA CORTE (Quarta Sezione),

composta da L. Bay Larsen, presidente della Terza Sezione, facente funzione di presidente della Quarta Sezione, J. Malenovský, M. Safjan, A. Prechal e K. Jürimäe (relatore), giudici,

avvocato generale: M. Szpunar

cancelliere: C. Strömholm, amministratore

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all'udienza del 4 giugno 2015,

considerate le osservazioni presentate:

— per la Marchon Germany GmbH, da C. Stempfle, C. Nitsche, A. Zafar e A. Herbertz, Rechtsanwälte;

— per Y. Karaszkiewicz, da G. Heinicke, Rechtsanwalt;

— per il governo tedesco, da T. Henze, B. Beutler, J. Kemper e J. Mentgen, in qualità di agenti;

— per il governo ceco, da M. Smolek, J. Vláčil e T. Müller, in qualità di agenti;

— per la Commissione europea, da K.-P. Wojcik ed E. Montaguti, in qualità di agenti,

* Lingua processuale: il tedesco.

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 10 settembre 2015,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 La domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), della direttiva 86/653/CEE del Consiglio, del 18 dicembre 1986, relativa al coordinamento dei diritti degli Stati membri concernenti gli agenti commerciali indipendenti (GU L 382, pag. 17).

2 Tale domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra la Marchon Germany GmbH (in prosieguo: la «Marchon») e la sig.ra Karaszkiewicz, in merito all'indennità di clientela di cui quest'ultima ha preteso il versamento dalla Marchon a seguito della risoluzione del suo contratto di agente commerciale.

Contesto normativo

Diritto dell'Unione

3 Il secondo e il terzo considerando della direttiva 86/653 dispongono quanto segue:

«considerando che le differenze tra le legislazioni nazionali in materia di rappresentanza commerciale influenzano sensibilmente all'interno del[l'Unione europea] le condizioni di concorrenza e l'esercizio della professione e possono pregiudicare il livello di protezione degli agenti commerciali nelle loro relazioni con il loro preponente, nonché la sicurezza delle operazioni commerciali; che d'altro canto, tali differenze sono di natura tale da ostacolare sensibilmente la stesura ed il funzionamento dei contratti di rappresentanza commerciale tra un preponente ed un agente commerciale, stabiliti in Stati membri diversi;

considerando che gli scambi di merci tra Stati membri devono effettuarsi in condizioni analoghe a quelle di un mercato unico, il che impone il ravvicinamento dei sistemi giuridici degli Stati membri nella misura necessaria al buon funzionamento di tale mercato comune; che, a questo proposito, le norme in materia di conflitti di leggi, anche se unificate, non eliminano nel campo della rappresentanza commerciale gli inconvenienti denunciati sopra e non dispensano di conseguenza dall'armonizzazione proposta».

4 L'articolo 1, paragrafi 1 e 2, della direttiva medesima stabilisce quanto segue:

«1. Le misure di armonizzazione prescritte nella presente direttiva si applicano alle disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative degli Stati membri che regolano i rapporti tra gli agenti commerciali ed i loro preponenti.

2. Ai sensi della presente direttiva per "agente commerciale" si intende la persona che, in qualità di intermediario indipendente, è incaricata in maniera permanente di trattare per un'altra persona, qui di seguito chiamata "preponente", la vendita o l'acquisto di merci, ovvero di trattare e di concludere dette operazioni in nome e per conto del preponente».

5 L'articolo 3 della stessa direttiva così recita:

«1. L'agente commerciale deve, nell'esercizio della propria attività, tutelare gli interessi del preponente e agire con lealtà e buona fede.

2. In particolare, l'agente commerciale deve:

a) adoperarsi adeguatamente per trattare ed, eventualmente, concludere gli affari di cui è incaricato;

(...)».

6 L'articolo 17, paragrafi 1 e 2, di detta direttiva così dispone:

«1. Gli Stati membri prendono le misure necessarie per garantire all'agente commerciale, dopo l'estinzione del contratto, un'indennità in applicazione del paragrafo 2 o la riparazione del danno subito in applicazione del paragrafo 3.

2.

a) L'agente commerciale ha diritto ad un'indennità se e nella misura in cui:

— abbia procurato nuovi clienti al preponente o abbia sensibilmente sviluppato gli affari con i clienti esistenti e il preponente abbia ancora sostanziali vantaggi derivanti dagli affari con tali clienti;

— il pagamento di tale indennità sia equo, tenuto conto di tutte le circostanze del caso, in particolare delle provvigioni che l'agente commerciale perde e che risultano dagli affari con tali clienti. (…)

b) L'importo dell'indennità non può superare una cifra equivalente ad un'indennità annua calcolata sulla base della media annuale delle retribuzioni riscosse dall'agente commerciale negli ultimi cinque anni e, se il contratto risale a meno di cinque anni, sulla media del periodo in questione.

(...)».

Diritto tedesco

7 Ai sensi dell'articolo 89b, paragrafo 1, del codice commerciale (Handelsgesetzbuch):

«Successivamente alla cessazione del rapporto contrattuale, l'agente commerciale può esigere dal preponente il versamento di un'adeguata indennità, se ed in quanto:

1. il preponente ricavi, anche dopo la fine del contratto, vantaggi sostanziali dai rapporti commerciali con nuovi clienti procurati dall'agente commerciale,

2. l'indennità da riconoscere risulti equa, in considerazione di tutte le circostanze del caso, in particolare delle provvigioni che l'agente commerciale perde e derivanti dagli affari con detta clientela.

È equiparabile all'acquisizione di un nuovo cliente il fatto che l'agente commerciale abbia sviluppato rapporti commerciali con un cliente esistente in misura così sostanziale da doversi considerare equiparabile, da un punto di vista economico, all'acquisizione di un nuovo cliente».

Procedimento principale e questione pregiudiziale

8 Nell'ambito della propria attività di commercio all'ingrosso di montature per occhiali, la Marchon commercializza una gamma di montature di vari modelli, marchi e collezioni presso una clientela costituita da ottici.

9 Al fine di garantire la distribuzione delle proprie montature, la Marchon si rivolge ai servizi di vari agenti commerciali. Essa affida quindi a ciascuno di tali agenti non il compito di trattare la vendita dell'intera gamma delle proprie montature, bensì unicamente di quelle appartenenti a uno o a più marchi determinati. Dalla decisione di rinvio risulta che ciascun agente commerciale, per lo stesso settore geografico, è posto in concorrenza con quelli cui la Marchon ha affidato la vendita delle montature dei propri altri marchi.

10 La sig.ra Karaszkiewicz, che ha svolto le funzioni di agente commerciale della Marchon tra il mese di settembre del 2008 e il mese di giugno del 2009, era incaricata da quest'ultima della vendita delle montature dei marchi C. K. e F. A tal fine, la Marchon le aveva messo a disposizione un elenco di ottici con cui essa intratteneva già rapporti commerciali concernenti altri marchi di montature. La sig.ra Karaszkiewicz si occupava della vendita delle montature che le erano state affidate essenzialmente con riguardo a detti ottici.

11 A seguito della risoluzione del contratto, la sig.ra Karaszkiewicz pretendeva dalla Marchon un'indennità di portafoglio clienti ai sensi dell'articolo 89b del codice commerciale. A tal riguardo, essa faceva valere, segnatamente, che gli ottici che, grazie al suo intervento, avevano acquistato per la prima volta montature per occhiali dei marchi C. K. o F. dovevano essere considerati nuovi clienti ai sensi di detta disposizione, sebbene essi figurassero già nell'elenco dei clienti che la medesima società aveva messo a sua disposizione.

12 Il Landgericht München I (Tribunale regionale di Monaco I) accoglieva la domanda della sig.ra Karaszkiewicz, limitando tuttavia, a titolo di equità, l'importo dell'indennità concessa alla metà di quello che l'interessata aveva chiesto. Detto giudice riteneva, infatti, che l'attività commerciale da quest'ultima compiuta risultava essere stata agevolata dal fatto che i pretesi nuovi clienti procurati alla Marchon conoscessero già tale società.

13 Avverso detta decisione la Marchon proponeva appello dinanzi all'Oberlandesgericht München (Corte d'appello di Monaco di Baviera). Avendo quest'ultimo confermato detta decisione, la Marchon proponeva ricorso per cassazione («Revision») dinanzi al Bundesgerichtshof (Corte federale di cassazione).

14 Il giudice del rinvio ritiene che l'esito del ricorso dipenda dall'interpretazione dell'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), della direttiva 86/653, in particolare dalla questione se debba ritenersi che un agente commerciale abbia acquisito nuovi clienti, ai sensi di tale disposizione, in circostanze come quelle oggetto del procedimento principale.

15 Secondo detto giudice, la nozione di «nuovi clienti» ai sensi della disposizione medesima potrebbe limitarsi ai soggetti che non intrattenevano alcun rapporto commerciale con il preponente prima dell'intervento dell'agente commerciale interessato. Tuttavia, lo stesso giudice si chiede se non debba accogliersi un'interpretazione più ampia della disposizione qualora, in considerazione della struttura di vendita del preponente, l'agente commerciale garantisca la sola distribuzione di una parte delle merci del preponente stesso. Infatti, tenuto conto della ratio e della finalità della direttiva 86/653, in particolare dell'obiettivo di tutela dell'agente commerciale nei suoi rapporti con il preponente, potrebbero essere considerati nuovi clienti, ai sensi dell'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), della suddetta direttiva, i soggetti che fino ad allora non abbiano acquistato presso il preponente alcuna delle merci di cui sia stata affidata la promozione all'agente commerciale, nonostante l'attività commerciale realizzata tra i soggetti medesimi ed il preponente stesso con riguardo a merci differenti.

16 Ciò premesso, il Bundesgerichtshof (Corte federale di cassazione) ha deciso di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte la seguente questione pregiudiziale:

«Se l'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), primo trattino, della direttiva 86/653 debba essere interpretato nel senso che esso osti all'applicazione di una disposizione nazionale ai sensi della quale possano intendersi per "nuovi clienti" anche quelli che l'agente commerciale abbia acquisito tra coloro già in rapporti commerciali con il preponente con riguardo a prodotti compresi nella gamma commercializzata dal preponente stesso, ma distinti da quelli oggetto dell'incarico di vendita esclusivo conferito all'agente commerciale».

Sulla domanda volta alla riapertura della fase orale del procedimento

17 Con atto depositato presso la cancelleria della Corte il 18 novembre 2015, la Marchon ha chiesto la riapertura della fase orale.

18 Detta società fa valere, sostanzialmente, che alcune delle nozioni utilizzate dall'avvocato generale nelle conclusioni, vale a dire quelle di «prodotto», di «nuova categoria di prodotti» e di «marchio», non sarebbero state oggetto di discussione tra le parti.

19 A tal proposito, si deve ricordare che, ai sensi dell'articolo 83 del proprio regolamento di procedura, la Corte, sentito l'avvocato generale, può disporre in qualsiasi momento la riapertura della fase orale del procedimento, in particolare qualora non si ritenga sufficientemente edotta o qualora, successivamente alla chiusura di tale fase, una parte abbia prodotto un fatto nuovo, tale da influenzare in modo determinante la decisione della Corte, oppure quando la causa debba essere decisa in base a un argomento che non sia stato oggetto di discussione tra le parti o gli interessati menzionati dall'articolo 23 dello Statuto della Corte di giustizia dell'Unione europea.

20 Nella specie, la Corte, sentito l'avvocato generale, ritiene di disporre di tutti gli elementi necessari per rispondere alla questione sollevata dal giudice del rinvio e che la causa non debba essere decisa alla luce di un fatto nuovo tale da influenzare in modo determinante la propria decisione né di un argomento che non sia stato oggetto di discussione dinanzi ad essa.

21 Per quanto riguarda, in particolare, le nozioni di «prodotto», di «nuova categoria di prodotti» e di «marchio», utilizzate dall'avvocato generale nelle proprie conclusioni, si deve rilevare che le parti hanno avuto ampie opportunità di discuterne nell'ambito delle loro osservazioni scritte e all'udienza.

22 Pertanto, l'istanza della Marchon volta ad ottenere la riapertura della fase orale del procedimento non può trovare accoglimento.

Sulla questione pregiudiziale

23 Prima di procedere all'analisi della questione sollevata dal giudice del rinvio, occorre rammentare che, come risulta dal suo articolo 1, la direttiva 86/653 armonizza le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri che regolano i rapporti tra le parti del contratto di agenzia e, in particolare, agli articoli da 13 a 20, quelle che disciplinano la conclusione e la cessazione di un contratto di tal genere.

24 Per quanto concerne la cessazione del contratto di agenzia, l'articolo 17 di detta direttiva impone agli Stati membri di predisporre un meccanismo di indennizzo dell'agente commerciale che consenta al medesimo di scegliere tra due opzioni, quella dell'indennità determinata secondo i criteri indicati al

paragrafo 2 di tale articolo, ossia il sistema dell'indennità di portafoglio clienti, oppure la riparazione del danno secondo i criteri definiti al successivo paragrafo 3, ossia il sistema della riparazione del danno (sentenza Quenon K., C-338/14, EU:C:2015:795, punto 24).

25 È pacifico che la Repubblica federale di Germania abbia optato per il sistema dell'indennità di portafoglio clienti.

26 In tale contesto, il giudice del rinvio, con la questione pregiudiziale, chiede sostanzialmente se l'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), primo trattino, della direttiva 86/653 debba essere interpretato nel senso che i clienti acquisiti dall'agente commerciale per i prodotti di cui il preponente gli abbia affidato la vendita possano essere considerati nuovi clienti ai sensi della medesima disposizione, sebbene questi ultimi intrattenessero già rapporti commerciali con detto preponente con riguardo ad altri prodotti.

27 A norma dell'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), primo trattino, della direttiva 86/653, l'agente commerciale ha diritto ad un'indennità se e nella misura in cui abbia procurato nuovi clienti al preponente o abbia sensibilmente sviluppato gli affari con i clienti esistenti e il preponente tragga ancora sostanziali vantaggi derivanti dagli affari con tali clienti. L'indennità da riconoscere deve essere equa, in considerazione di tutte le circostanze del caso, in particolare delle provvigioni che l'agente commerciale perda e risultanti dall'attività commerciale con tali clienti.

28 È vero che i termini stessi della suddetta disposizione, laddove distinguono tra nuovi clienti e clienti esistenti, potrebbero suggerire che per nuovi clienti si debbano intendere unicamente quelli con cui il preponente, fino all'intervento dell'agente commerciale e in generale, non intrattenesse alcun rapporto d'affari. Tuttavia, detti termini non consentono, di per sé, di determinare con certezza se il carattere «nuovo» o «esistente» di un cliente debba valutarsi in funzione della gamma complessiva dei prodotti del preponente o unicamente di alcuni di essi in particolare.

29 L'articolo 17, paragrafo 2, della direttiva 86/653 dev'essere, pertanto, interpretato tenendo conto del contesto in cui tale disposizione si inserisce e degli obiettivi perseguiti dalla medesima direttiva (v., per analogia, sentenze Csonka e a., C-409/11, EU:C:2013:512, punto 23, nonché Vnuk, C-162/13, EU:C:2014:2146, punto 42).

30 Per quanto concerne, in primo luogo, il contesto in cui detta disposizione si inserisce, quest'ultima costituisce una delle misure che, come ricordato supra al punto 23, armonizzano le norme applicabili al contratto di agenzia. A questo proposito, dall'articolo 1, paragrafo 2, della direttiva 86/653 emerge che, nell'ambito di un contratto di tal genere, per agente commerciale si intende la persona che, in qualità di intermediario indipendente, sia incaricata in maniera permanente di trattare per il preponente la vendita o l'acquisto di merci, ovvero di trattare e di concludere dette operazioni in nome e per conto del medesimo.

31 Inoltre, dall'articolo 3, paragrafi 1 e 2, della stessa direttiva discende che, nell'ambito di detto contratto, l'agente commerciale deve tutelare gli interessi del preponente, in particolare adoperandosi adeguatamente per trattare ed, eventualmente, concludere gli affari di cui è incaricato da quest'ultimo.

32 Come precisato sostanzialmente dal governo tedesco nelle proprie osservazioni scritte, l'oggetto dell'attività dell'agente commerciale dipende, quindi, dai termini del contratto che lo vincola al preponente e, in particolare, da quanto pattuito inter partes in merito alle merci che il preponente intenda vendere o acquistare tramite l'agente stesso.

33 Per quanto concerne, in secondo luogo, gli obiettivi perseguiti dalla direttiva 86/653, si deve rammentare che quest'ultima mira, in particolare, a tutelare l'agente commerciale nei suoi rapporti con il preponente (v., in tal senso, sentenze Honyvem Informazioni Commerciali, C-465/04, EU:C:2006:199, punto 19, e Quenon K., C-338/14, EU:C:2015:795, punto 23). La Corte ha già avuto modo di dichiarare che l'articolo 17 della medesima direttiva assume, al riguardo, un'importanza

decisiva (v., in tal senso, sentenza Unamar, C-184/12, EU:C:2013:663, punto 39). Pertanto, i termini del paragrafo 2 di tale articolo devono essere interpretati in un senso che contribuisca alla tutela dell'agente commerciale e che, pertanto, tenga pienamente conto dei meriti acquisiti da quest'ultimo nell'espletamento delle operazioni affidategli. La nozione di «nuovi clienti» ai sensi di detta disposizione non può essere quindi letta in maniera restrittiva.

34 Alla luce delle suesposte considerazioni, occorre rilevare che la questione se un cliente sia nuovo o esistente ai sensi dell'articolo 17, paragrafo 2, della direttiva 86/653 dev'essere valutata con riferimento alle merci di cui il preponente abbia affidato all'agente commerciale il commercio e, eventualmente, la conclusione di acquisti o vendite.

35 Pertanto, in una fattispecie come quella oggetto del procedimento principale, in cui, conformemente ai termini del proprio contratto di agenzia, l'agente commerciale sia incaricato di trattare la vendita di un segmento della gamma di merci del preponente e non della gamma intera, la circostanza che un soggetto intrattenesse già rapporti commerciali con il preponente stesso con riguardo ad altre merci non esclude che esso possa essere considerato quale nuovo cliente procurato dall'agente commerciale, qualora questi, grazie ai propri sforzi, sia riuscito a porre in essere rapporti commerciali tra il soggetto in questione e lo stesso preponente con riguardo alle merci di cui gli sia stata affidata la vendita.

36 Tuttavia, la Marchon sostiene che, nel caso di specie, i clienti fatti valere dalla sig.ra Karaszkiewicz non possono essere considerati nuovi, ai sensi dell'articolo 17, paragrafo 2, della direttiva 86/653, per le merci distribuite dall'interessata. Infatti, tali clienti avrebbero già intrattenuto rapporti commerciali con la Marchon aventi ad oggetto montature per occhiali analoghe a quelle della cui vendita detto agente commerciale era incaricato, con la sola differenza che quest'ultime montature recavano marchi diversi.

37 A tal proposito, il solo fatto che, in circostanze come quelle oggetto del procedimento principale, i clienti procurati da un agente commerciale al preponente avessero già acquistato da quest'ultimo merci simili, per loro natura, a quelle della cui vendita l'agente commerciale stesso fosse stato incaricato con riguardo alla clientela medesima non può essere sufficiente per ritenere che queste ultime merci rientrassero già nell'ambito di rapporti commerciali preesistenti con la stessa.

38 Ciò premesso, tenuto conto dell'attività di intermediario delle vendite dell'agente commerciale, quale descritta supra ai punti 30 e 31, occorre esaminare se la vendita delle merci di cui trattasi abbia richiesto all'agente commerciale interessato sforzi commerciali ed una strategia di vendita particolari diretti ad instaurare rapporti d'affari specifici, segnatamente laddove dette merci rientrino in un segmento diverso della gamma di prodotti del preponente.

39 A tal riguardo, come rilevato dall'avvocato generale al paragrafo 52 delle proprie conclusioni, la circostanza che il preponente affidi a un agente commerciale la vendita di nuove merci presso clienti con cui esso intrattenga già determinati rapporti d'affari può costituire un'indicazione del fatto che tali merci rientrino in un segmento della gamma differente da quello fino a quel momento acquistato dai clienti stessi e che la vendita di dette nuove merci ai medesimi imporrà all'agente commerciale di instaurare rapporti d'affari specifici, cosa che spetta tuttavia al giudice del rinvio accertare.

40 Tale conclusione risulta avvalorata dal fatto che la distribuzione delle merci avviene generalmente in un ambito diverso a seconda dei marchi cui esse appartengono. In proposito, la Corte ha già avuto modo di dichiarare che un marchio rappresenta spesso, oltre ad un'indicazione di provenienza dei prodotti o dei servizi, uno strumento di strategia commerciale utilizzato, in particolare, a fini pubblicitari o per acquisire una reputazione al fine di fidelizzare il consumatore (sentenza Interflora e Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punto 39).

41 Così, circostanze come quelle oggetto del procedimento principale, in cui, come risulta dalla decisione di rinvio, l'offerta di merci del preponente è segmentata in marchi diversi e ciascuno dei suoi agenti commerciali è incaricato di trattare la vendita di uno o di alcuni soltanto dei marchi stessi, costituiscono un indizio del fatto – che spetterà tuttavia al giudice del rinvio verificare – che gli agenti commerciali sono tenuti a porre in essere, con ogni singolo cliente, rapporti commerciali specifici per i marchi loro affidati.

42 Per quanto concerne, infine, l'argomento della Marchon secondo cui risulterebbe più agevole per l'agente commerciale vendere nuove merci a soggetti che già intrattengano rapporti commerciali con il preponente, tale affermazione, laddove risulti provata, potrà essere presa pienamente in considerazione dal giudice nazionale nell'ambito della valutazione intesa ad accertare, conformemente all'articolo 17, paragrafo 2, secondo trattino, della direttiva 86/653, l'equità dell'indennità spettante all'agente stesso (v., per analogia, sentenza Volvo Car Germany, C-203/09, EU:C:2010:647, punto 44).

43 Alla luce dei suesposti rilievi, si deve rispondere alla questione pregiudiziale sollevata dichiarando che l'articolo 17, paragrafo 2, primo trattino, della direttiva 86/653 dev'essere interpretato nel senso che i clienti procurati dall'agente commerciale per le merci di cui il preponente gli abbia affidato la vendita devono essere considerati nuovi clienti ai sensi di detta disposizione, sebbene questi intrattenessero già rapporti commerciali con il preponente in merito ad altre merci, qualora la vendita delle prime merci realizzata dall'agente stesso gli abbia imposto di porre in essere rapporti commerciali specifici, cosa che spetta al giudice del rinvio accertare.

Sulle spese

44 Nei confronti delle parti nel procedimento principale la presente causa costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice del rinvio, cui spetta quindi statuire sulle spese. Le spese sostenute da altri soggetti per presentare osservazioni alla Corte non possono dar luogo a rifusione.

Per questi motivi, la Corte (Quarta Sezione) dichiara:

L'articolo 17, paragrafo 2, lettera a), primo trattino, della direttiva 86/653/CEE del Consiglio, del 18 dicembre 1986, relativa al coordinamento dei diritti degli Stati membri concernenti gli agenti commerciali indipendenti, dev'essere interpretato nel senso che i clienti procurati dall'agente commerciale per le merci di cui il preponente gli abbia affidato la vendita devono essere considerati nuovi clienti ai sensi di detta disposizione, sebbene questi intrattenessero già rapporti commerciali con il preponente in merito ad altre merci, qualora la vendita delle prime merci realizzata dall'agente stesso gli abbia imposto di porre in essere rapporti commerciali specifici, cosa che spetta al giudice del rinvio accertare.

Firme