

Vini oltre i confini: negoziati e contratti internazionali

Il contratto internazionale è uno strumento essenziale per approcciare il mercato estero. Ma di cosa si tratta? Non esiste una legislazione mondiale uniforme che regoli questi tipi di rapporti: unica soluzione è affidarsi a un accordo negoziato fra le parti. Il settore vitivinicolo italiano non può prescindere da questo strumento: conoscerne il funzionamento può evitare all'azienda brutte sorprese commerciali

Il contratto internazionale non è semplicemente un accordo commerciale redatto in una lingua diversa dall'italiano: se le parti del contratto fanno riferimento a leggi di Paesi differenti, sarà necessario, negli accordi, tenere in considerazione tali differenze e quindi stabilire per iscritto le singole clausole che regoleranno il rapporto commerciale.

Immaginiamo, ad esempio, la necessità di instaurare un rapporto commerciale con un'impresa inglese: quale legge si applicherà? Quella italiana o quella inglese? Lasciare questo **grado di incertezza** influirebbe negativamente sugli scambi commerciali.

Il contratto internazionale di maggior diffusione è la compravendita (**sales agreement**): si pensi non solo alla vendita all'estero dei nostri prodotti, ma anche all'acquisto in Paesi stranieri di macchinari o di beni strumentali. Per ridurre al minimo l'incertezza che può derivare dall'applicazione al contratto di leggi di Paesi diversi vi è un primo strumento utilizzabile: i contraenti scelgono a priori **quale legge applicare al contratto** che stanno concludendo. Potrà essere quella di una delle due parti o anche di un Paese terzo. Questo metodo tuttavia spesso non è risolutivo, in quanto le legislazioni domestiche sono costruite per regolare mercati interni, e non si adattano puntualmente alle prassi del commercio internazionale.

Migliore soluzione quindi consiste nel **denazionalizzare il contratto** e far sì che le parti in autonomia negozino le varie clausole del loro accordo. Questo metodo ha anche importanti



risvolti pratici: un'impresa che tratta con diversi Paesi stranieri, non sarà costretta, di volta in volta, a redigere un testo contrattuale differente, a seconda della nazionalità dell'altro contraente.

Quali sono le clausole che è opportuno negoziare e introdurre in un *sales agreement*? Certamente i termini di

pagamento del prezzo, le modalità di trasporto della merce, nonché la tutela del nome e del marchio. Per il contratto di vendita internazionale vi è anche un importante aiuto che colma eventuali lacune del testo del contratto: **la Convenzione di Vienna del 1980 sui contratti di compravendita internazionale di merci** nego-

La lingua nei contratti internazionali

È prassi redigere i contratti internazionali in inglese, considerata una sorta di lingua franca, anche quando nessuna delle parti è anglofona. Tale prassi tuttavia non è del tutto tranquillizzante: vi sono recenti pronunce di Corti cinesi che sanzionano di nullità il contratto in lingua inglese, se si prova che una delle parti non la conosce. E ancora: in Indonesia dal 2009 sono invalidi i contratti non redatti in lingua indonesiana. Una possibile soluzione può consistere nella redazione del contratto in entrambe le lingue dei contraenti. Bisogna però prestare la massima attenzione alla traduzione: il linguaggio giuridico è tecnico e accade che una traduzione letterale rimandi a concetti con significato differente in altri ordinamenti. È quindi consigliabile affidarsi a giuristi con dimestichezza della materia e che si avvalgano di traduttori specialisti del linguaggio giuridico. Inoltre è bene specificare sempre nel testo del contratto, con qualche parola in più, il concetto retrostante un termine tecnico, così che, nella traduzione, la spiegazione aiuti la comprensione dell'istituto.

lamenta molti aspetti di tali rapporti e può essere un punto di riferimento in caso di dubbi interpretativi del contratto. Ricordiamo tuttavia che come tutte le convenzioni internazionali, si applica unicamente ai Paesi firmatari o che l'hanno ratificata. Tra di essi vi sono l'Italia e un centinaio di altri Paesi in tutto il mondo, tra cui la maggior parte delle Nazioni dell'Eurozona.

Il contratto di vendita si considera concluso – vale a dire che è vigente tra le parti – nel momento in cui l'accettazione di una parte giunge a conoscenza del proponente. È un aspetto di interesse nel caso di contratti internazionali, che per loro natura spesso vengono negoziati e sottoscritti a distanza.

CONDIZIONI GENERALI DEL CONTRATTO

Nella prassi spesso si utilizzano condizioni generali di contratto (**standard forms** o *general terms and conditions*). Accade infatti che in allegato all'ordine di acquisto (**purchase order**) si trovino le condizioni generali di contratto dell'acquirente, e che lo stesso faccia nella sua conferma d'ordine (**sales order**) il venditore. In questi casi le parti si accordano espressamente sulle condizioni essenziali della fornitura (quantità, prezzo, data di consegna) e per il resto richiamano appunto le condizioni generali allegate. Chiaramente tale prassi è molto utile all'imprenditore, che rende così le vendite internazionali più rapide, permettendo anche all'impresa di avere uniformità contrattuale per il suo export.

Attenzione però! Potrebbe infatti porsi un rilevante problema, noto come **battle of the forms** quando le condizioni generali di contratto dell'una e dell'altra parte siano in conflitto tra di loro; infatti ciascuna delle parti, nell'accettare l'ordine di acquisto o la conferma d'ordine, ha anche implicitamente dato assenso alle condizioni generali ad essi allegate. In questo caso vige la regola per cui se una delle parti inizia a dar esecuzione al contratto (per esempio il compratore prende in consegna la merce o paga il prezzo), si applicheranno le condizioni generali dell'altra parte.

CONFORMITÀ E DIFFORMITÀ DELLA MERCE

Una ulteriore problematica nella vendita internazionale, è relativa ai **difetti di conformità della merce**, e in particolare alle tempistiche di denuncia dei difetti da parte del compratore. In base all'art. 39 della Convenzione di Vienna, i difetti devono essere segnalati in modo tempestivo e in particolare, se il contratto prevede il trasporto dei beni, l'esame può essere differito fino al loro arrivo a destinazione. È consigliabile in ogni caso inserire sempre nel testo del contratto di compravendita una dettagliata descrizione delle caratteristiche e qualità della merce compravenduta, magari facendo riferimento a un campione o modello che il compratore ha esaminato e approvato. In caso di difformità della merce, il compratore potrà richiederne la **sostituzione con merce integra**, o la riparazione, ove possibile, a cura del venditore; potrà chiedere anche una **riduzione del prezzo**, ma se i difetti sono così gravi da rendere la merce inutilizzabile, allora potrà ottenere la restituzione integrale del

prezzo, considerando il contratto risolto.

I TEMPI DI CONSEGNA SIGNIFICANO AFFIDABILITÀ

Altro tema che merita particolare attenzione in un *sales agreement* consiste nella **ritardata consegna della merce**: è consigliabile prevedere la relativa disciplina in una clausola dedicata. Per entrambe le parti la ritardata consegna crea danni: il venditore si vede posticipare i pagamenti ed il compratore non ha la disponibilità nei tempi previsti della merce. Esiste un modo diverso di considerare gli effetti giuridici del ritardo nella consegna a seconda del Paese di appartenenza. Nei Paesi di *common law*, cioè di diritto anglosassone, viene prevista una clausola che risarcisce economicamente il compratore per il ritardo. Si tratta quindi di un importo in denaro che il venditore deve corrispondere e che è strettamente legato nel suo ammontare rispetto all'effettivo danno che si verifica per il ritardo. Troveremo nel *sales agreement* l'indicazione di questa clausola sotto la rubrica **"liquidated damages"**. Invece nei

Trattative con l'estero e differenze culturali

Quando si negozia con un partner estero, tanto più di aree geografiche distanti culturalmente dalla nostra, è importante considerare le peculiarità del contesto con cui ci si appropria, per comprendere meglio ciò che ci vuole comunicare il nostro partner ed evitare scivoloni di stile, che possono rendere più complessa la trattativa. Per esempio è importante considerare che nella cultura mediterranea, dell'America Latina, del Medio Oriente e dell'Africa si usa molto la comunicazione non verbale legata al linguaggio del corpo, mentre in Nord America ed Europa settentrionale le informazioni vengono sempre trasmesse verbalmente e in modo chiaro. In Giappone l'accordo verbale ha lo stesso peso di quello scritto, mentre nei Paesi anglosassoni ha rilievo solo il contratto scritto. In Cina si usa redigere memorandum di ogni riunione di negoziato, già con valore vincolante. Nei Paesi Arabi i contratti sono considerati piuttosto una linea guida o un'indicazione di massima, più che patti da applicare con rigore. Ricordiamo inoltre che nei Paesi Arabi e Asiatici è importante stabilire una relazione personale quando si chiude un affare, mentre per Stati Uniti e Paesi dell'Europa Occidentale il profilo deve rimanere squisitamente professionale nel corso di tutte le trattative.

Infine qualche indicazione sul margine commerciale. Germania, Paesi nordici, Canada e Giappone difficilmente negoziano sul primo prezzo proposto: quanto contenuto nella prima offerta è ciò che vogliono. Spagna, Italia e Russia negoziano il prezzo con sconti entro il 10% fino alla terza offerta, mentre Cina, Turchia, India e Paesi Arabi possono discostarsi anche di molto rispetto al primo prezzo proposto; spesso i negozianti di questi Paesi sono disposti ad accettare un prezzo inferiore fino al 50% rispetto a quanto inizialmente richiesto. Se quindi dà pochi risultati impegnarsi nell'ottenimento di uno sconto da parte di un partner tedesco, nei Paesi Arabi non è mai opportuno accettare il primo prezzo: la contrattazione al ribasso è obbligatoria!

Paesi di *civil law* – tra cui l'Italia – la clausola che disciplina le conseguenze del ritardo nella consegna prende in considerazione un corrispettivo per il ritardo di gran lunga superiore rispetto ai danni concretamente subiti; questo perché nei nostri sistemi giuridici tale clausola ha lo scopo di prevenire il ritardo, rendendo noto al venditore che sarà chiamato a corrispondere una somma in proporzione molto alta, rispetto al danno in concreto causato e quindi dissuaderlo dal non rispettare i termini di consegna. Si tratta della clausola penale, detta anche “*per terrorem*” e che troveremo rubricata come “**penalties for late delivery**”. Non sarà quindi opportuno proporre a un venditore inglese una penale del secondo tipo, perché lo troverà sconveniente e offensivo: solo i danni effettivamente causati andranno risarciti in caso di ritardo. Mentre se l'impresa inglese è compratore, apprezzerà molto la proposta da parte di una impresa italiana di una penale “*per terrorem*”. Gli stereotipi oltreconfine nei confronti

delle imprese italiane sono – ingiustamente – legati a una nostra scarsa affidabilità: per cui proporre una penale molto alta in caso di ritardo nella consegna, tanto più a chi non considera abituale tale strumento, è un modo per apparire già in sede di trattative un partner commerciale molto affidabile. Ovviamente in questi casi il venditore dovrà tutelarsi, onde evitare che qualsiasi piccolo ritardo possa “far scattare” la penale. A tal proposito si potrà inserire una clausola che specifichi in concreto i tipi di **efforts** o **endeavours** – noi diremmo “cautele” – che il venditore deve tenere per creare le migliori tempistiche di consegna e quindi essere puntuale. Tenuto tale comportamento, ogni ritardo che ugualmente si determinerà non sarà a lui imputabile e quindi non determinerà il pagamento di alcuna penale o risarcimento. Pensiamo come simili clausole siano state fondamentali in tempi di Covid oppure oggi con le problematiche nelle consegne determinate dagli eventi bellici. Relazionarci commercialmente con

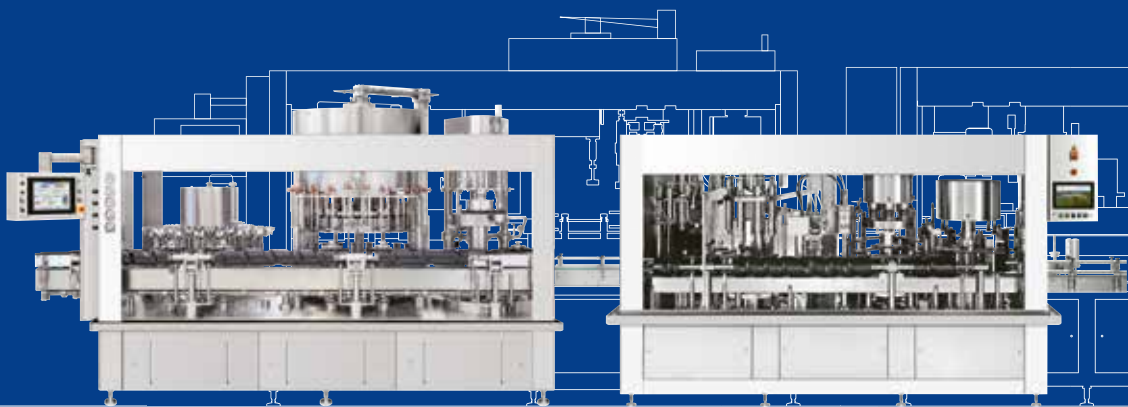
Paesi stranieri è senza dubbio una grande opportunità, che tuttavia va approcciata con attenzione e cura. Non è possibile esportare, insieme ai nostri prodotti, anche il nostro sistema giuridico, le nostre prassi e la nostra visione del business. Dovremo invece trovare e negoziare un accordo che prenda in considerazione le esigenze commerciali di entrambe le parti, che appronti una tutela chiara per ogni inconveniente che si può porre nel corso del rapporto. Anche le **differenze culturali e di approccio commerciale dei nostri partner non devono essere ignorate**: negoziare è un'arte, che parte dalla conoscenza delle esigenze e delle differenze, per giungere alla sottoscrizione di un accordo che entrambe le parti troveranno per loro adeguato e quindi meritevole di adempimento. Se tale sforzo viene compiuto, se un'azienda si dota di una buona contrattualistica internazionale, riuscirà a ridurre al minimo il rischio commerciale, ottimizzando quindi l'utile anche nelle operazioni di export.

Qualità

la progettiamo, la costruiamo,
la imbottigliamo

E la coltiviamo dal 1946, con la stessa passione e l'instancabile spirito d'innovazione con cui costruiamo ogni singolo pezzo. È la stessa qualità che inizia in vigna e finisce in bottiglia, perché Gai nasce e cresce a fianco delle più importanti realtà vitivinicole mondiali, garantendo un supporto costante grazie agli oltre 100 rivenditori e centri assistenza.

Da oltre 75 anni condividiamo con voi la ricerca della qualità.



MACCHINE IMBOTTIGLIATRICI DA 1.000 A 20.000 B/H
frazione Cappelli 33/b - 12040 Ceresole d'Alba (Cn) Italia
tel. +39 0172 574416 gai@gai1946.com - www.gai1946.com

GAI