

CARATTERI DISTINTIVI TRA L'ATTIVITA ' DI AGENTE DI COMMERCIO E QUELLA DI PROPAGANDISTA

Nell' occasione di una recente sentenza (ndr. A n. 3/12) emessa nel 2012 dal Tribunale di Milano mi sembra opportuno tornare sull'argomento, più volte esaminato, di quale sia la corretta demarcazione tra le figure dell'agente e del propagandista, visto anche l'interesse manifestato sul punto dall'Associazione dei propagandisti nel settore scolastico, che hanno invitato l'ENASARCO a riesaminare le possibili soluzioni in relazione alla copertura assicurativa dei propagandisti.

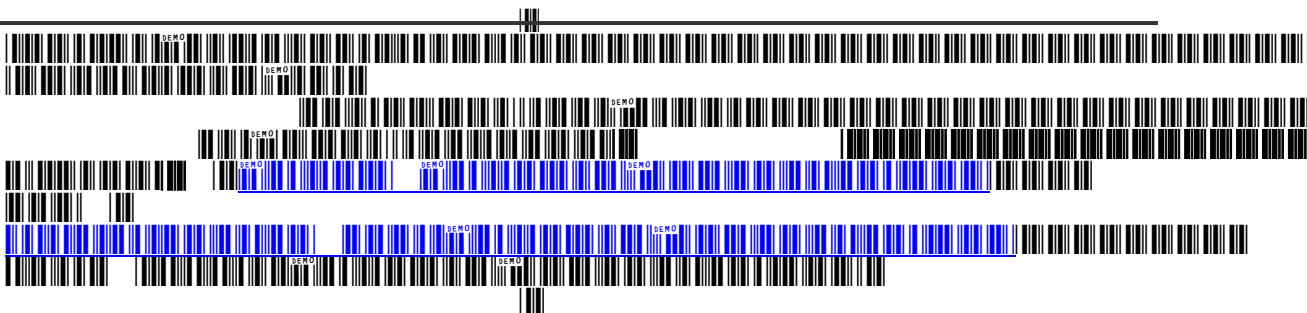
La sentenza citata riguarda un contratto avente per oggetto: “ promuovere le attività della scrivente presso clienti potenziali e consolidati; rappresentare la scrivente in ogni occasione di marketing; costituire una rete di vendita..... Predisporre accordi commerciali con clienti potenziali;..... “

Una tale attività, come si legge piuttosto ampia e complessa, è stata esaminata dal giudice alla luce dell'art. 1742 c.c.: “ col contratto di agenzia la parte assume stabilmente l'incarico di promuovere, per conto dell'altra, verso retribuzione, **la conclusione di contratti in una zona determinata**”. Quindi l'obbligazione principale dell'agente consiste nell'invitare , con un'attività stabile e continuativa, i possibili clienti a formulare proposte contrattuali, sulla falsariga predeterminata dal preponente, al preponente medesimo.

Il che non significa che una tale obbligazione non possa essere presente anche in altri contratti, ma piuttosto che la sua mancanza esclude l'esistenza di un contratto di agenzia.

Fin qui la sentenza più o meno condivisibile.

Più volte il problema della distinzione tra le due figure è stato esaminato; se cioè sia agente anche colui che crea le condizioni perché un diverso soggetto stipuli, o promuova direttamente, il contratto stesso. E' il caso degli informatori scientifici così come dei propagandisti di testi scolastici la cui attività consiste nel proporre l'adozione a dirigenti scolastici ed insegnanti



Il contenuto della presente ed i suoi allegati sono diretti esclusivamente al destinatario e devono ritenersi riservati con divieto di diffusione ed uso nei giudizi, salva espressa autorizzazione e, nel caso di utilizzo senza espressa autorizzazione, verrà effettuata denuncia al competente Consiglio dell'Ordine per violazione dell'art. 28 del Codice Deontologico. La diffusione e la comunicazione da parte di soggetto diverso dal destinatario è vietata dall'art. 616 e ss. C.p. e dal d.lgs. n°. 196/2003.



affinchè vengano adottati dalla scuola e quindi acquistati dagli stessi studenti presso i librai.

Occorre prendere atto che la giurisprudenza di gran lunga prevalente ritiene che l'attività di propaganda debba considerarsi una componente distinta e meramente accessoria, non idonea da sola a concretizzare un rapporto di agenzia. Di ciò esiste una lunga sequenza di sentenze sia dalla Suprema Corte che di Tribunali di Merito, ultima delle quali è quella che qui si riporta e che conferma il precedente indirizzo.

Ciò non toglie che esistano isolate sentenze che configurano un agente anche quando sia preminente (anche se non esclusiva) l'attività di propaganda.

Resta il fatto che alcuni ispettori dell'ENASARCO non tengono conto della prevalente tendenza giurisprudenziale. Da ciò deriva il problema, che richiede che l'Ente Previdenziale esprima un proprio definitivo orientamento, e che lo renda noto ai proprio Uffici Ispettivi.

Avv. Franco Potitò

Bologna li 14 marzo 2013

