

INDICE

Presentazione di <i>Oreste Cagnasso</i>	v
I contratti d'impresa: uno sguardo d'insieme di <i>Maurizio Irrera</i>	ix

CAPITOLO I

PRINCIPI GENERALI

di *Marina Spiotta*

1. Definizione	I
2. Fonti	2
2.1. Regole speciali per i contratti d'impresa internazionali	2
3. Criteri di classificazione	3
4. Caratteri qualificanti	6
4.1. Il <i>favor</i> per la salvaguardia del <i>going concern</i>	7
5. L'organizzazione seriale dei rapporti	9
5.1. Tutela del consumatore contro le clausole vessatorie	9
5.2. (<i>segue</i>): e contro le asimmetrie informative	11
5.3. (<i>segue</i>): e nella fase di esecuzione del contratto	12
6. Tutela delle controparti deboli	12
6.1. Abuso di dipendenza economica	13
6.2. Ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali	13
7. Una categoria unitaria?	14

PARTE I: I CONTRATTI STRUMENTALI ALLA CIRCOLAZIONE DI BENI E SERVIZI

CAPITOLO II

VENDITA, PERMUTA, COUNTERTRADE

di *Elena Fregonara*

1. Il contratto di vendita	17
1.1. Caratteristiche generali del contratto	19

1.2.	Vendita con effetti reali differiti	19
1.3.	Le obbligazioni delle parti	22
1.4.	Le clausole sulla qualità della merce	34
1.5.	L'inadempimento nelle vendite mobiliari	35
1.6.	La vendita con riserva della proprietà	36
1.7.	La vendita con patto di riscatto	37
1.8.	Il contratto di <i>vending</i>	38
1.9.	Il <i>cash&carry</i>	42
1.10.	L'e-commerce	42
2.	Il contratto di permuta	45
3.	Il <i>countertrade</i>	46

CAPITOLO III

CONTRATTO ESTIMATORIO, CONSIGNMENT STOCK, COMMISSIONE

di *Riccardo Russo*

1.	Il contratto estimatorio: generalità	49
1.1.	Caratteristiche	51
1.2.	Oggetto del contratto	52
1.3.	Determinazione del termine e del prezzo	54
1.4.	L'allocazione del rischio	54
1.5.	La disciplina dei vizi	55
1.6.	La posizione dei creditori dell' <i>accipiens</i>	56
1.7.	La posizione dei creditori del <i>tradens</i>	57
2.	Il <i>consignment stock</i> : definizione	57
2.1.	Interessi perseguiti dalle parti del contratto	58
2.2.	Forma e oggetto del contratto	59
2.3.	Effetti del contratto e termine per la restituzione dei beni	59
2.4.	L'allocazione del rischio	60
3.	La commissione: definizione e caratteristiche	61
3.1.	Forma, oggetto ed effetti del contratto	63
3.2.	La disciplina delle dilazioni di pagamento	63

3.3. La provvigione	65
3.4. Lo star del credere	66
3.5. L'entrata del commissionario nel contratto	67

CAPITOLO IV

SOMMINISTRAZIONE, CONCESSIONE DI VENDITA, AFFILIAZIONE COMMERCIALE

di *Irene Pollastro*

1. La somministrazione: fattispecie tipica.	69
1.1. Differenze con altri contratti	71
1.2. Profili di disciplina	72
1.3. I patti accessori	75
1.4. Evoluzioni	77
2. La concessione di vendita: fattispecie tipica.	79
2.1. Differenze con altri contratti	81
2.2. Profili di disciplina	81
2.3. Patti accessori e distribuzione selettiva	83
3. L'affiliazione commerciale: fattispecie tipica.	84
3.1. Differenze con altri contratti	86
3.2. Profili di disciplina	87

PARTE II: I CONTRATTI DI INTERMEDIAZIONE NELLA COLLOCAZIONE DI BENI E SERVIZI

CAPITOLO V

MANDATO, AGENZIA, MEDIAZIONE

di *Fabrizio Sudiero*

1. Il contratto di mandato: nozione e ruolo sistematico	91
1.1. Caratteristiche principali e tipologie	93
1.2. Mandato con o senza rappresentanza	93
1.3. Obblighi e responsabilità del mandatario	94
1.4. Obblighi del mandante	96

1.5.	Estinzione	96
1.6.	Il mandato <i>in rem propriam</i>	97
1.7.	Mandato di pagamento e adempimento del terzo. Caso pratico	98
2.	Il contratto di agenzia: definizione, caratteri principali e fonti normative	100
2.1.	Validità e forma contrattuale	101
2.2.	I rapporti di “concorrenza” e “correttezza” tra le parti: <i>a)</i> l’esclusiva, la concorrenza e l’agente monomandatario	102
2.3.	(<i>segue</i>): <i>b)</i> la concorrenza post-contrattuale	103
2.4.	Sul patto di non concorrenza e sui contratti per adesione: caso pratico	104
2.5.	Il compenso	105
2.6.	Doveri delle parti	107
2.7.	La durata del rapporto, cessazione e indennità	109
2.8.	Patto di prova	111
2.9.	Modifica unilaterale	112
3.	La mediazione: definizione, responsabilità e compenso	112
3.1.	Regolamentazione professionale del mediatore e mediazione atipica	113
3.2.	Alcune clausole contrattuali e <i>focus</i> sul compenso	115
3.3.	Mediazione e nesso di causalità con l’affare concluso: i chiarimenti della Suprema Corte	115

PARTE III: I CONTRATTI DI PRODUZIONE DI BENI E SERVIZI

CAPITOLO VI

APPALTO, SUBFORNITURA

di *Alessandro Monteverde*

1.	L'appalto	119
1.1.	Regolamentazione normativa ed autonomia privata	120
1.2.	Appalto pubblico	121
1.3.	Figure simili all'appalto	123
1.4.	Soggetti	126
1.5.	Oggetto	128
1.5.1.	Variazioni dell'opera	130

1.6.	Tempo dell'esecuzione	132
1.7.	Corrispettivo	133
1.7.1.	Revisione del prezzo	134
1.8.	Cessazione dell'appalto	135
1.8.1.	Morte o cessazione dell'appaltatore o del committente	136
1.8.2.	Recesso del committente	137
1.8.3.	Casi particolari di risoluzione	138
1.9.	Verifica dell'opera, accettazione, collaudo, consegna	138
1.10.	Garanzia per i difetti dell'opera	139
1.10.1.	Diffomità e vizi	140
1.10.2.	Gravi difetti e rovina di edificio	142
2.	Subappalto	143
3.	<i>Engineering</i>	144
4.	<i>Catering</i>	145
5.	<i>Coworking</i>	145
6.	<i>Outsourcing</i>	147
7.	<i>Handling</i> aeroportuale	147
8.	Subfornitura	148

CAPITOLO VII

TRASPORTO, SPEDIZIONE, CONTRATTO DI VIAGGIO

di *Bianca Maria Scarabelli*

1.	Il contratto di trasporto	153
1.1.	Il trasporto di persone	156
1.1.1.	Nozione e modalità di svolgimento del trasporto di persone	156
1.1.2.	Il trasporto gratuito	159
1.2.	Il trasporto di cose	159
1.2.1.	Nozione e modalità di svolgimento del trasporto di cose	159
1.2.2.	I profili di responsabilità	162
1.2.3.	Il trasporto di cose cumulativo, il sub-trasporto e il trasporto con rispedizione	166

1.3.	I pubblici servizi di linea	167
1.4.	Tipologie particolari di trasporto	168
1.4.1.	L'autotrasporto nazionale su strada	168
1.4.2.	Il trasporto internazionale di cose e persone via terra	169
1.4.3.	Il trasporto aereo, <i>handling</i> e <i>code sharing</i>	169
1.4.4.	Il trasporto marittimo e il trasporto ferroviario	171
1.5.	Contratti affini	173
1.6.	I servizi di logistica	175
2.	Il contratto di spedizione	177
2.1.	Modalità di svolgimento del contratto	178
2.2.	Lo spedizioniere doganale	181
3.	Il contratto di viaggio	182

CAPITOLO VIII

DEPOSITO

di *Giuseppe Antonio Policaro*

1.	Premessa	187
2.	Il contratto di deposito	187
2.1.	La custodia del bene	191
2.2.	L'uso della cosa depositata	191
2.3.	La restituzione della cosa depositata	192
2.4.	Il deposito irregolare	192
3.	Il deposito in albergo	193
3.1.	Alcune particolari ipotesi relative al deposito in albergo	195
4.	Il deposito nei magazzini generali	196
5.	Altre fattispecie di deposito	198
5.1.	Il contratto di parcheggio	198
5.2.	Il posteggio di cortesia	199
5.3.	Il contratto di rimessaggio e il contratto di ormeggio	199

PARTE IV: I CONTRATTI DELLA PUBBLICITÀ

CAPITOLO IX

PUBBLICITÀ, SPONSORIZZAZIONE, MERCHANDISING

di *Maria Di Sarli*

1.	Profili generali	201
2.	Il contratto di agenzia pubblicitaria	203
2.1.	Dalla fase precontrattuale all'affidamento dell'incarico	204
2.2.	Oggetto del contratto	205
2.3.	Le obbligazioni dell'agenzia pubblicitaria	207
2.4.	Le obbligazioni del committente	209
2.5.	La durata	209
2.6.	La natura giuridica	209
3.	Il contratto di commissione di opere per la pubblicità	210
4.	Il contratto per l'utilizzazione pubblicitaria di opere già esistenti oppure dell'immagine o del nome	213
5.	Il contratto di diffusione pubblicitaria	213
6.	Il contratto di concessione pubblicitaria	216
7.	Il contratto di <i>product placement</i>	217
8.	Il contratto di sponsorizzazione	217
8.1.	Fattispecie e differenze con altri contratti	217
8.2.	Le obbligazioni dello <i>sponsor</i>	219
8.3.	Le obbligazioni dello <i>sponsee</i>	220
8.4.	Le clausole di esclusiva e i patti di non concorrenza	221
8.5.	<i>Ambush marketing</i> e forme di tutela della sponsorizzazione	222
8.6.	Durata e vicende del contratto	225
9.	Il contratto di <i>merchandising</i>	226
9.1.	Fattispecie e differenze con altri contratti	226
9.2.	Il <i>character merchandising</i>	227
9.3.	Il <i>personality merchandising</i>	229
9.4.	Il <i>brand merchandising</i>	229

9.5. La struttura del contratto	230
9.6. La durata del contratto	230

PARTE V: I CONTRATTI PARABANCARI DI FINANZIAMENTO

CAPITOLO X

LEASING, FACTORING

di *Giulia Garesio*

1. Il <i>leasing</i>	231
1.1. Caratteristiche generali del contratto	232
1.2. Il <i>leasing</i> finanziario	233
1.3. (<i>segue</i>): le obbligazioni dei soggetti coinvolti	236
1.4. (<i>segue</i>): l'inadempimento dell'utilizzatore	238
1.5. (<i>segue</i>): le sorti del contratto pendente	240
1.6. Il <i>leasing</i> operativo	241
1.7. Il <i>sale and lease back</i>	243
1.8. Il <i>leasing</i> finanziario internazionale	244
1.9. Brevi note sulla rappresentazione in bilancio del <i>leasing</i>	246
2. Il <i>factoring</i>	248
2.1. Caratteristiche generali del contratto	249
2.2. La disciplina della cessione dei crediti di impresa	251
2.3. Il <i>factoring</i> internazionale	255

PARTE VI: I CONTRATTI DELL'INFORMATICA

CAPITOLO XI

I CONTRATTI AD OGGETTO INFORMATICO

di *Irene Pollastro*

1. Premessa	257
2. Trattati caratterizzanti	258
3. I principali contratti	260

3.1. Contratti con oggetto beni di tipo <i>hardware</i>	260
3.2. Contratti con oggetto beni di tipo <i>software</i>	261
3.3. Contratti di servizi	265

