



Venerdi' 06/04/2012

Il Corporate Barter

A cura di: Studio Randazzo

È una moderna modalità di compravendita (trading) fra imprese, che affonda le proprie radici nella consolidata tradizione e proietta la sua operatività nei mercati del futuro, adottando tecniche, controlli e sistemi di gestione aggiornati ed in costante evoluzione.

È un pratico ed efficace strumento finanziario a disposizione delle aziende di tutti i settori merceologici e dei servizi per incrementare la produttività e la redditività aziendale.

È il contratto di countertrade o più comunemente chiamato barter che, consistendo in uno scambio reciproco di beni o servizi con la possibilità solo eventuale di un ridotto conguaglio in denaro, maggiormente si avvicina allo schema della permuta.

È articolato da specifiche leggi (il contratto di permuta è disciplinato dall' art.1552 e seguenti del C.C e dal DPR 633/72 e TUIR per gli aspetti fiscali) e pertanto pienamente operativo su tutto il territorio italiano ed internazionale.

La permuta, infatti, è ravvisabile anche qualora le parti abbiano previsto una circolazione di denaro, purché la somma corrisposta non superi il valore della cosa data in permuta, e anche qualora oggetto dello scambio sia una cosa futura.

L'operazione di barter viene regolata da un unico contratto, concluso fra il fornitore e l'acquirente, con cui si determinano le modalità e le condizioni dello scambio e si individuano, qualitativamente e quantitativamente, le merci che ne formano l'oggetto. I beni oggetto dello scambio sono considerati di valore equivalente e solitamente non ricevono una valutazione monetaria, a differenza di quanto avviene relativamente alla commercial compensation. Tali beni, inoltre, appartengono a settori merceologici differenti, altrimenti non si spiegherebbe l'utilità dello scambio.

Al riguardo, una parte della dottrina distingue due differenti forme di barter: la prima si presenta come scambio di bene contro bene a prescindere dal valore economico, la seconda si caratterizza in quanto tiene conto del valore monetario dei beni scambiati consentendo, così, un eventuale conguaglio in denaro della differenza che, comunque, deve essere di modesta entità.

Tale tesi merita di essere condivisa dal momento che i beni oggetto dello scambio non potranno essere considerati sempre di valore equivalente e si renderà, così, necessario un piccolo conguaglio della differenza. In ogni caso, per non mutare la natura del barter, che è quella del classico scambio di merce contro altra merce, l'eventuale conguaglio in denaro deve essere di ammontare ridotto.

Il termine «countertrade» significa letteralmente «contro - commercio»: quindi, per traslato, «commercio in compensazione»: il vero senso di questa parola composta ce lo fornisce il prefisso «counter», nel senso di «complementare, corrispondente».

Nel concetto di countertrade sono comprese tutte quelle pratiche contrattuali in cui le obbligazioni delle parti si risolvono in un reciproco flusso di beni e/o servizi, lasciando alla regolamentazione in denaro un ruolo eventuale e generalmente marginale.



Esistono (diffuse nel commercio internazionale) almeno quattro tipi diversi di scambio in compensazione, rilevanti per le Pmi: a) barter, ossia scambio di beni o servizi senza conguagli in denaro; b) counter purchase, che si realizza quando l'importatore è tenuto a consegnare beni/servizi ed a corrispondere un conguaglio in denaro; c) buy back, quando una parte importa una determinata tecnologia e si impegna a corrispondere parte del prezzo in denaro e parte del prezzo con la consegna di beni prodotti grazie alla tecnologia importata; d) commercial compensation, che possiamo tradurre con «compensazione in senso stretto». Essa costituisce un tipo particolare di scambio, a prima vista molto affine al barter, ma dal quale si differenzia invece in maniera sostanziale, come vedremo.

La dottrina italiana non è concorde sull'attribuzione di carattere tipico o atipico a questi negozi; taluni affermano infatti che si tratta di «strumenti contrattuali tipici, seppure non esclusivi, degli interscambi commerciali», altri sostengono trattarsi di «contratti atipici per mezzo dei quali una parte si obbliga a prestare beni o servizi e l'altra si obbliga a prestare ... altri beni [o servizi, n.d.r.] di valore corrispondente». Il "Corporate Countertrade" che di seguito identificheremo solo con il termine "barter" è una leva strategica per lo sviluppo dell'impresa e rappresenta un sistema organizzato di scambi di beni merci o servizi che di seguito identificheremo solo con il termine "prodotti" realizzati con modalità diverse tra loro nella tipologia dell'operazione. In generale si parla di scambi in barter intendendo la cessione dei propri prodotti che anziché essere pagati dall'acquirente con i tradizionali trasferimenti di denaro vengono pagati attraverso scambi di altri prodotti più o meno contestualmente. Per quel che riguarda l'ordinamento italiano si può trovare un parallelismo quasi perfetto con la permuta di cui all'art. 1552 c.c. Altri ordinamenti pur non riscontrando la tipizzazione del contratto di permuta fanno rientrare questa figura contrattuale nella più ampia categoria dei contratti di compravendita.

Nel panorama economico italiano e soprattutto in questo nostro momento storico la domanda di barter che proviene principalmente da piccole medie e grandi imprese si fa di giorno in giorno più pressante in quanto la conoscenza di questa modalità di pagamento degli acquisti diventa un vantaggio competitivo nel successo di una vendita e nei confronti delle imprese concorrenti. Il barter offre l'opportunità di differenziare la propria offerta rendendola più efficace e completa rispetto alla concorrenza. La più antica forma di scambio risale al baratto fino ad evolversi e ad assumere oggi una soluzione ottimale per le aziende. La buona riuscita di una vendita di prodotti è rappresentata dalla semplice generazione di un profitto il successo del barter assume invece un significato molto più ampio: acquisire nuove quote di mercato - aggirare le restrizioni applicate ai flussi valutari - assistere l'operatività delle proprie subsidiaries - mantenere le proprie linee produttive a piena capacità ma soprattutto pagare gli acquisti con le vendite ed altro ancora. Negli ultimi anni stiamo assistendo ad una situazione economica critica l'azienda vede aumentare sempre più la pressione finanziaria a scapito della capacità competitiva e commerciale e gli strumenti oggi a disposizione dell'azienda per far fronte a queste difficoltà non sono più sufficienti. Il barter quale nuovo strumento offre all'azienda un'opportunità per ridurre l'indebitamento effettuando vendite aggiuntive a quelle tradizionali andando così a sanare una situazione critica per l'azienda stessa.

Il barter rappresenta una realtà a livello mondiale tanto che il "The Financial Times" in un editoriale riportava:

"Per le imprese il barter è uno dei rari strumenti di marketing e finanziari integrati ed innovativi che emergeranno a breve e si confermeranno nel lungo termine".

Dott. Marco Randazzo