

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 95

PROPOSTA DI LEGGE

D'INIZIATIVA DEI DEPUTATI

**GAMBINI, BUGLIO, CAZZARO, DE BRASI, LULLI,
QUARTIANI, RUGGERI, RUGGHIA, VERNETTI**

Norme per la disciplina del *franchising*

Presentata il 30 maggio 2001

ONOREVOLI COLLEGHI! — Il testo della presente proposta di legge rappresenta il risultato a cui è giunta la X Commissione del Senato della Repubblica, in sede deliberante, nel corso della scorsa legislatura in materia di disciplina del *franchising*.

Consideriamo indispensabile ripresentare il testo a cui si era pervenuti, per evitare di dovere ripercorrere nuovamente lo stesso lungo *iter* senza dare norme al settore. È vero che una direttiva europea ha regolamentato il settore, ma essa è recentemente scaduta ed è stata sostituita da una direttiva di carattere più generale. D'altra parte l'ampio contenzioso accumulato e molte sentenze conseguenti non sembrano tenere conto del contenuto di quelle direttive.

In molti Paesi europei, nei quali le modalità innovative del commercio sono

molto più diffuse che nel nostro, il *franchising* è comunque disciplinato ed è in forte espansione. È proprio per questa ragione che l'Istituto internazionale per l'unificazione del diritto privato ha proposto un unico testo normativo per tutte le nazioni, che si pone i medesimi obiettivi della presente proposta di legge.

È necessario, urgente per molti versi, disciplinare questa forma di distribuzione di beni commerciali e di servizi, il *franchising*, in tempi abbastanza rapidi. Il testo approvato dal Senato della Repubblica nel corso della XIII legislatura ha qualche lacuna, o qualche punto che meriterebbe di essere rivisto, ma da esso si può opportunamente partire per definire norme migliori.

In esso risultano essenziali alcuni requisiti del contratto di *franchising* e si

considera decisivo, al fine della stipulazione di esso, l'obbligo di fornire particolari informazioni.

Il quadro delle informazioni richieste dalla proposta di legge è sufficientemente esteso, tale da creare una condizione di tutela nei confronti del contraente più debole.

Altri punti qualificanti della proposta di legge riguardano, ad esempio, il tema dell'elenco delle imprese che deve essere tenuto dalla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura. Si è ritenuto importante non affidare esclusivamente al rapporto fra le parti una serie di informazioni. Esse devono servire ovviamente anche per tutte le elaborazioni statistiche che sono proprie del sistema che fa riferimento alle camere di commercio e consentiranno perciò di monitorare lo sviluppo dell'attività di *franchising*.

Nello stesso tempo, la norma impone a chi vuole sviluppare una rete di *franchising* di avere una relazione con una struttura pubblica in grado di garantire il corretto e trasparente svolgimento dell'attività economica intrapresa.

Tale meccanismo è sembrato non tanto un appesantimento burocratico, come qualcuno ha paventato, ma la presenza in campo di un terzo interlocutore che svolga nei fatti una funzione di garante, in quanto depositario di una serie di informazioni. Altro elemento che deve essere oggetto di considerazione è il tema della sperimentazione. Questa è una delle questioni sulle quali durante la scorsa legislatura si è discusso maggiormente, ed è stata risolta pensando ad una formula che mette nelle condizioni l'affiliato di potersi confrontare con un'esperienza di durata sufficientemente lunga nel tempo già realizzata da parte dell'affiliante, ed anche non ristretta ad un unico caso pilota. Nello stesso tempo, abbiamo previsto la possibilità di avere una fase sperimentale di durata triennale nel corso della quale la rete può tuttavia essere fortemente allargata. Si prevede, inoltre, un minimo di due unità, una delle quali gestita direttamente per un periodo massimo di tre anni. Per

cui, in quel periodo la rete può essere anche considerevolmente più ampia pur restando sperimentale ma può avere anche un radicamento, una estensione che consente di fare partire la collocazione sul mercato dei beni e dei servizi con un impulso molto consistente. In tale modo si intende conciliare sia l'interesse dell'affiliante di proporre in tempi rapidi la diffusione dei beni attraverso una forma, quella del *franchising*, particolarmente dinamica nel conquistare il mercato; sia quello dell'affiliato che ha bisogno di confrontarsi, di avere una proposta che abbia certezze di sperimentazione, che non sia improvvisata e di incerto futuro.

Il *franchising* ha grandissime potenzialità, esistono segnali di uno sviluppo forte anche nel nostro Paese di questa modalità distributiva, ma esiste anche, in questo momento, una giungla priva di regole, con tutte le ricadute negative che questo comporta.

Quella del *franchising* è una formula che viene scelta come strumento per diffondere rapidamente un *know how* fino ad oggi inesistente nel nostro Paese. È evidente che quando il fenomeno *franchising* tocca punti così delicati occorre garantire normative certe. Altrimenti il rischio è che in questa « giungla » il contraente più forte, che è indubbiamente il *franchisor*, animato dalla volontà di avere le « mani libere », finisca per depotenziare tutte le opportunità di crescita che invece sono presenti. Esse verrebbero fortemente limitate da un mercato privo di regole, come è stato fino ad oggi questo specifico settore. La delicatezza di questo tema è principalmente sentito dalle catene di *franchising* più affermate e sperimentate.

La presente proposta di legge può così centrare un obiettivo di carattere generale. Una serie di previsioni si legano le une alle altre e hanno una loro coerenza. L'aver sottolineato, ad esempio, all'articolo 1, quali sono i contratti di *franchising*, anche qualora vengano definiti diversamente, è frutto delle esperienze derivanti dalle audizioni nei lavori preparatori, con l'intento di arginare gli effetti negativi che ci sono

stati presentati. Fra tanti operatori seri, infatti, ve ne sono anche alcuni che hanno utilizzato opportunità del *franchising* creando grossissimi problemi.

L'articolo 1 della proposta di legge reca la definizione di *franchising* o affiliazione commerciale, di *konw how*, di diritto d'ingresso, di *royalties*, di accordo di *franchising* e di beni dell'affiliante. L'articolo 2 stabilisce gli obblighi dell'affiliante in merito al contratto di *franchising*, in particolare l'obbligo di uniformarsi alla disciplina contenuta nel Regolamento (CE) n. 2790/1999 della Commissione, del 22 dicembre 1999, e successive modificazioni. In sostanza si stabilisce l'obbligo di indicare espressamente nel contratto l'ammontare degli investimenti e delle eventuali spese di ingresso; le modalità di calcolo e di pagamento delle *royalties*; l'ambito della eventuale esclusiva territoriale; la specifica del *konw how* fornito dall'affiliante all'affiliato; le caratteristiche dei servizi offerti in termini di assistenza tecnica e commerciale, progettazione, allestimento e formazione; le condizioni di rinnovo, risoluzione e eventuale rescissione di contratto.

L'articolo 3 stabilisce che presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura sia istituito un apposito elenco delle imprese che hanno costituito o intendono costituire una rete di *franchising*. L'articolo 4 fissa gli obblighi dell'affiliante, l'articolo 5 stabilisce gli obblighi dell'affiliato. L'articolo 6 tratta dei comportamenti di affiliante ed affiliato che debbono essere ispirati a lealtà, correttezza e buona fede.

L'articolo 7 stabilisce che le controversie relative ai contratti di *franchising* siano sottoposte al tentativo obbligatorio di conciliazione presso la camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura nel cui territorio ha sede l'affiliato. L'articolo 8 stabilisce l'annullamento del contratto quando una delle parti fornisce false informazioni. L'articolo 9 reca norme transitorie e finali, stabilendo che le nuove disposizioni si applichino a tutti i contratti di *franchising* in corso alla data di entrata in vigore della legge. Gli accordi stipulati in precedenza debbono essere formalizzati per iscritto secondo le disposizioni contenute nella legge, entro un anno dalla data della sua entrata in vigore.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

(Definizioni).

1. Ai fini della presente legge, rientrano, anche se diversamente definiti, nel *franchising* o affiliazione commerciale i rapporti che sono caratterizzati dalla presenza di un soggetto, affiliante, fornitore o *franchisor*, che mette a disposizione di un altro soggetto, affiliato, acquirente o *franchisee*, un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, disegni, diritti di autore, *know-how*, brevetti, assistenza o consulenza tecnica e commerciale, inserendo l'affiliato in un sistema costituito da una pluralità di affiliati distribuiti sul territorio, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi.

2. Ai fini della presente legge si intende:

a) per *know how*, un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall'affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale ed individuato; per segreto, che il *know how*, considerato come complesso di nozioni o nella precisa configurazione e composizione dei suoi elementi, non è generalmente noto né facilmente accessibile; per sostanziale, che il *know how* comprende conoscenze indispensabili all'affiliato per l'uso, per la vendita o la rivendita dei beni o servizi contrattuali; per individuato, che il *know how* deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità;

b) per diritto di ingresso, una cifra fissa rapportata al valore economico ed all'entità dell'insegna dell'affiliante che

l'affiliato versa al momento della stipula del contratto di *franchising*;

c) per *royalties*, una percentuale che l'affiliante richiede all'affiliato commisurata al giro d'affari del medesimo o in quota fissa, da versare anche in quote fisse periodiche;

d) per accordo di *franchising* principale o *master franchising*, un contratto tra due imprese, in base al quale una, l'affiliante, concede ad un'altra, l'affiliante principale, giuridicamente ed economicamente indipendente dalla prima, dietro corrispettivo finanziario diretto o indiretto, il diritto di sfruttare un *franchising* allo scopo di stipulare accordi di *franchising* con terzi;

e) per beni dell'affiliante, i beni prodotti dall'affiliante o secondo le sue istruzioni e contrassegnati dal nome dell'affiliante.

ART. 2.

(*Obblighi*).

1. Il contratto di *franchising* deve essere redatto per iscritto a pena di nullità e deve espressamente prevedere l'obbligazione delle parti di conformarsi alla disciplina contenuta nel Regolamento (CE) n. 2790/1999 della Commissione, del 22 dicembre 1999, e successive modificazioni.

2. Il contratto di cui al comma 1 non può essere in contrasto, a pena di nullità, con i principi stabiliti dalla presente legge.

3. Per la costituzione di una rete di *franchising* l'affiliante deve aver sperimentato sul mercato la propria formula commerciale per un periodo minimo di due anni e con almeno due unità, metà delle quali gestite da affiliati pilota. Nel periodo di sperimentazione, che non può eccedere i tre anni, si applicano i principi stabiliti nella presente legge.

4. Qualora il contratto sia a tempo determinato, l'affiliante dovrà comunque garantire all'affiliato una durata minima sufficiente all'ammortamento dell'investimento e comunque non inferiore a cinque

anni. È fatta salva l'ipotesi di risoluzione anticipata per inadempienza di una delle parti.

5. Il contratto deve inoltre espressamente indicare:

a) l'ammontare degli investimenti e delle eventuali spese di ingresso che l'affiliato deve sostenere prima dell'inizio dell'attività;

b) le modalità di calcolo e di pagamento delle *royalties*, e l'eventuale indicazione di un incasso minimo garantito da realizzare da parte dell'affiliato;

c) l'ambito di eventuale esclusiva territoriale sia in relazione ad altri affiliati, sia in relazione a canali ed unità di vendita direttamente gestiti dall'affiliante;

d) la specifica del *know how* fornito dall'affiliante all'affiliato;

e) le caratteristiche dei servizi offerti dall'affiliante in termini di assistenza tecnica e commerciale, progettazione ed allestimento, formazione;

f) le condizioni di rinnovo, risoluzione o eventuale cessione del contratto stesso.

ART. 3.

(*Elenco delle imprese con attività di franchising*).

1. Presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura è istituito un apposito elenco al quale devono iscriversi le imprese che hanno costituito o intendono costituire una rete di *franchising*.

2. Al fine dell'iscrizione all'elenco di cui al comma 1 le imprese devono presentare, alla camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura della provincia dove hanno sede, la seguente documentazione:

a) denominazione societaria, indirizzo, numero di registrazione societaria, codice fiscale e partita IVA;

b) denominazione dei diritti di proprietà industriale o intellettuale, certificazione della titolarità o licenze degli stessi e loro durata;

c) definizione dell'oggetto di attività di *franchising* e dell'eventuale numero di unità in *franchising* attivate, indicando i punti di vendita diretti dell'affiliante e i punti di vendita degli affiliati.

3. Nel caso di accordo di *franchising* principale, l'affiliato principale, ai fini di cui al comma 2, deve inoltre presentare la documentazione relativa ai dati dell'affiliante, in ordine a nome, indirizzo, ragione sociale e durata dell'accordo.

4. Ogni anno, le imprese iscritte all'elenco di cui al comma 1 comunicano eventuali nuove aperture o chiusure delle unità in *franchising* nonché variazioni intervenute rispetto a quanto indicato nella documentazione di cui ai commi 2 e 3.

5. Eventuali costi di tenuta ed aggiornamento dell'elenco di cui al comma 1 sono a carico delle imprese.

ART. 4.

(Obblighi dell'affiliante).

1. Almeno un mese prima della sottoscrizione di un contratto che abbia le caratteristiche del *franchising*, anche se diversamente definito dalle parti, l'affiliante deve consegnare all'aspirante affiliato copia completa del contratto da sottoscrivere, corredato dei seguenti allegati, ad eccezione di quelli per i quali sussistono obiettive e specifiche esigenze di riservatezza, che comunque dovranno essere citati nel contratto:

a) principali dati relativi all'affiliante, tra cui ragione sociale e capitale sociale e, previa richiesta dell'aspirante affiliato, copia del suo bilancio degli ultimi tre anni o dalla data di inizio della sua attività, qualora esso sia avvenuto da meno di tre anni;

b) l'indicazione dei marchi utilizzati nel sistema, con gli estremi della relativa registrazione o del deposito, o della licenza

concessa all'affiliante dal terzo, che abbia eventualmente la proprietà degli stessi;

c) una sintetica illustrazione degli elementi caratterizzanti l'attività oggetto del *franchising*;

d) una lista degli affiliati al momento operanti nel sistema e dei punti vendita diretti dell'affiliante;

e) l'indicazione della variazione, anno per anno, del numero degli affiliati con relativa ubicazione negli ultimi tre anni o dalla data di inizio dell'attività dell'affiliante, qualora esso sia avvenuto da meno di tre anni;

f) la descrizione sintetica degli eventuali procedimenti giudiziari o arbitrali, promossi nei confronti dell'affiliante, negli ultimi tre anni, relativamente al sistema di *franchising* in esame, sia da affiliati sia da terzi privati o da pubbliche autorità;

g) un'ipotesi di bilancio previsionale fondata, se possibile, su esperienze di affiliati in posizione analoga; tale ipotesi non costituisce, in alcun modo, garanzia o promessa di risultato.

ART. 5.

(Obblighi dell'affiliato).

1. L'affiliato non può trasferire la sede, qualora sia indicata nel contratto, senza il preventivo consenso dell'affiliante, se non per causa di forza maggiore.

2. L'affiliato si impegna ad osservare e a far osservare ai propri collaboratori e dipendenti, anche dopo lo scioglimento del contratto, la massima riservatezza in ordine al contenuto dell'attività oggetto del *franchising*.

ART. 6.

(Comportamenti).

1. L'affiliante deve tenere, in qualsiasi momento, nei confronti dell'aspirante affiliato, un comportamento ispirato a lealtà, correttezza e buona fede e deve tempesti-

vamente fornire, all'aspirante affiliato, ogni dato e informazione che lo stesso ritenga necessari o utili, ai fini della stipulazione del contratto di *franchising*, a meno che non si tratti di informazioni oggettivamente riservate, o la cui divulgazione costituirebbe violazione di diritti di terzi.

2. L'affiliante deve motivare, all'aspirante affiliato, l'eventuale mancata comunicazione delle informazioni e dei dati dallo stesso richiesti.

3. L'aspirante affiliato deve tenere, nei confronti dell'affiliante, un comportamento improntato a lealtà, correttezza e buona fede e deve fornire, tempestivamente ed in modo esatto e completo, all'affiliante ogni informazione e dato la cui conoscenza risulti necessaria od opportuna ai fini della stipulazione del contratto di *franchising*, anche se non espressamente richiesti dall'affiliante.

ART. 7.

(Conciliazione).

1. Le controversie relative ai contratti di *franchising* di cui alla presente legge sono sottoposte al tentativo obbligatorio di conciliazione presso la camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura nel cui territorio ha sede l'affiliato.

ART. 8.

(Annullamento del contratto).

1. Se una parte ha fornito false informazioni, l'altra parte può chiedere l'annullamento del contratto ai sensi dell'articolo 1439 del codice civile nonché il risarcimento del danno, se dovuto.

ART. 9.

(Norme transitorie e finali).

1. Le disposizioni della presente legge si applicano a tutti i contratti di *franchising*

in corso nel territorio dello Stato alla data di entrata in vigore della legge stessa.

2. Gli accordi anteriori alla data di entrata in vigore della presente legge qualificabili come contratti di *franchising*, se non stipulati a norma dell'articolo 2, comma 1, devono essere formalizzati per iscritto secondo le disposizioni della presente legge entro un anno dalla predetta data. Entro lo stesso termine devono essere adeguati alle disposizioni della presente legge i contratti anteriori stipulati per iscritto.

3. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

Lire 500 = € 0,26



14PDL0004870