

SENATO DELLA REPUBBLICA

————— XIV LEGISLATURA —————

N. 25

DISEGNO DI LEGGE

d’iniziativa del senatore ASCIUTTI

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 30 MAGGIO 2001

—————

Norme per la disciplina del *franchising*

—————

ONOREVOLI SENATORI. - In materia di *franchising*, l'Italia si trova in una situazione legislativa di ritardo rispetto a diversi Paesi europei.

Il *franchising* è una forma di cooperazione continuativa tra imprenditori. Per *franchising* si intende un insieme di diritti di proprietà industriale, commerciale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, disegni, diritti d'autore, servizi in genere, *know-how* da utilizzare per la prestazione di servizi ad utilizzatori finali.

In particolare, per *know-how* si intende un patrimonio di conoscenze che deriva da esperienze e da verifiche eseguite dall'affiliante; patrimonio che è segreto, sostanziale e identificato.

Il *franchisor* (affiliante) concede al *franchisee* (affiliato) la possibilità di utilizzare il suo *know-how* (tecniche e conoscenze acquisite), i propri segni distintivi (marchi, logo, scritte, eccetera) e i propri servizi per operare nel miglior modo possibile.

Il *franchisee* ha la opportunità di intraprendere e gestire una propria attività professionale con strumenti appropriati impegnandosi a portare avanti nome e tecniche del *franchisor*, usufruendo dei vantaggi che derivano proprio dalla appartenenza ad un *network*.

Le due parti, in un corretto rapporto di *franchising*, hanno, quale fine comune da ricercare e perseguire, quello del profitto.

Tale impostazione della collaborazione implica una forte dose di rinunce per entrambi: l'affiliante deve infatti limitare il suo profitto a vantaggio dei componenti la catena del *franchising*, l'affiliato deve peraltro rinunciare alla sua totale indipendenza

operativa ed accettare le regole comuni a tutti i componenti.

È questo spirito di solidarietà, di collaborazione e di disciplina di gruppo, di comprensione, cooperazione e senso di fiducia reciproca che porta i sistemi di *franchising* a sviluppi veramente interessanti per i componenti la catena. L'interdipendenza è così una delle principali condizioni indispensabili per raggiungere il successo.

Mentre l'attuale crescita numerica dei *franchisee* rappresenta un incremento di qualità e un rafforzamento delle catene, un analogo aumento dei *franchisor*, al contrario, non può essere interpretato positivamente. Ciò a causa della mancanza di una specifica legislazione al riguardo che consente, allo stato attuale, la nascita di tante e forse troppe realtà di piccole dimensioni destinate sovente a soccombere lasciando dolorose e amare cicatrici.

Il *boom* del *franchising* registrato negli ultimi anni, specialmente nei servizi (oggi il 41 per cento dei contratti riguarda proprio i contratti in questo settore), deve portare ad una evidente cautela.

In un negozio tutto è visibile, dai prodotti ai commessi e ai clienti; i servizi invece, hanno come punto centrale le idee e le persone che intendono realizzarle.

Per questo diventa sempre più necessaria una regolamentazione legislativa sia per una attenta verifica del *franchisor* che per un rispetto reciproco delle norme comportamentali.

L'articolo 1 definisce i vari soggetti del *franchising*, il *know-how* ed il *franchising* principale.

L'articolo 2 fissa gli obblighi ed in particolare cosa deve essere espressamente indicato nel contratto.

L'articolo 3 istituisce un apposito elenco presso le camere di commercio, industria, artigianato ed agricoltura al quale devono iscriversi le imprese che hanno costituito od intendano costituire una rete di *franchising*.

L'articolo 4 fissa gli obblighi dell'affiliante.

L'articolo 5 fissa gli obblighi dell'affiliato.

L'articolo 6 fissa i comportamenti che affiliato ed affiliante devono tenere.

L'articolo 7 prevede che in caso di controversie si debba preventivamente sottostare al tentativo obbligatorio di conciliazione presso la camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura.

L'articolo 8 entra nel merito dell'annullamento del contratto e del relativo eventuale risarcimento del danno.

L'articolo 9 fissa infine le necessarie norme transitorie e finali.

DISEGNO 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 versarsi 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 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, dovrà 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 presente articolo 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 presente articolo sono a carico delle imprese.

Art. 4.

(Obblighi dell'affiliante)

1. Almeno trenta giorni 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 sussistano obiettive e specifiche esigenze di riservatezza, che comunque dovranno essere citati nel contratto:

a) principali dati relativi all'affiliante, tra cui ragione 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 regi-

strazione 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 tempestivamente 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 o 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'annulla-

mento 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*.

