Contratti di franchising: aspetti contrattuali e giurisprudenza aggiornata

di Giorgia Dumitrascu

Pubblicato il 16 Dicembre 2024

Il contratto di franchising si colloca tra le principali tipologie contrattuali del commercio moderno, giocando un ruolo di spicco nella globalizzazione e nella standardizzazione di beni e servizi. Tale strumento contrattuale ha conosciuto un rapido sviluppo a partire dagli anni Settanta, favorendo una sempre maggiore integrazione economica tra produttori e distributori. Siffatta integrazione risponde alla necessità di ottimizzare l'interazione tra domanda e offerta, incrementando l'efficienza e soddisfacendo le esigenze dei consumatori finali.

La diffusione del franchising si è concretizzata nella creazione di reti commerciali che legano produttori e rivenditori attraverso modalità strutturate di collaborazione, garantendo ai primi il controllo sulla commercializzazione dei propri prodotti e ai secondi significative opportunità economiche. Questo modello si è affermato come risposta alle esigenze di un mercato globale sempre più competitivo, permettendo alle imprese di sfruttare i propri *asset* intangibili – come marchi e *know-how* – senza dover sostenere i costi diretti di gestione. Nonostante la sua diffusione già a partire dagli anni Settanta, la disciplina del franchising è stata formalizzata solo con la legge 6 maggio 2004, n. 129. Tale intervento legislativo è stato il risultato di un lungo *iter* di analisi e confronto, influenzato dalle esperienze di altri ordinamenti, dalla *"Model Franchise Disclosure Law"* dell'**UNIDROIT (2002)** e dal Regolamento (CEE) n. 4087/88 **della Commissione Europea**, che ha fornito un primo quadro normativo comune sul franchising all'interno dell'Unione. A queste fonti si aggiunge la giurisprudenza della **Corte di Giustizia dell'Unione Europea**, che ha definito i tratti essenziali del contratto di franchising nel caso *Pronuptia* (Causa C-161/84), stabilendo un precedente fondamentale.

Argomenti trattati:

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

- Definizione e caratteristiche del franchising
  - Elementi caratterizzanti
  - Ambito di applicazione
  - La rete commerciale
- L'essenzialità del know-how nel contratto di franchising
  - La giurisprudenza e il dibattito dottrinale
  - Esempi contrattuali
- Ambito di applicazione del contratto
  - Master franchising e corner franchising
  - Caratteristiche operative del franchising
- Forma e contenuto del contratto
  - Contenuto obbligatorio del contratto
  - Corrispettivo
- Obblighi generali e precontrattuali
  - Obblighi precontrattuali del franchisor
  - Obblighi precontrattuali del franchisee
  - Obblighi del franchisor
  - Obblighi del franchisee
  - Tutela contro l'abuso di dipendenza economica
- La fase patologica del contratto
  - L'annullamento del contratto
  - Altre ipotesi di patologia del contratto
- Conclusioni

***

Franchising: definizione e caratteristiche

Il contratto di franchising, noto anche come **contratto di affiliazione commerciale**, è disciplinato dalla **legge 6 maggio 2004, n. 129**, che fornisce una definizione normativa all'**art. 1, comma 1**. Il franchising è descritto come un accordo stipulato tra due soggetti giuridici, economicamente e giuridicamente indipendenti, in base al quale una parte (il *franchisor* o affiliante) concede all'altra (il *franchisee* o affiliato), a fronte di un corrispettivo, la disponibilità di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale. Questi diritti possono includere marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, brevetti, know-how, e assistenza tecnica e commerciale, con lo scopo di inserire l'affiliato in un sistema organizzato per la commercializzazione di beni o servizi. La definizione evidenzia la centralità

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

della relazione contrattuale tra imprenditori, sottolineando che le parti devono essere indipendenti sia sotto il profilo economico sia giuridico, indipendentemente dalla forma societaria adottata.

Elementi caratterizzanti

La legge identifica degli elementi che caratterizzano il contratto di franchising:

- **il know-how**: definito dall'**art. 1, comma 3**, come un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate, segrete, sostanziali e individuate, tras

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com
Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D