Il contratto di franchising dopo la riforma

di Commercialista Telematico
Pubblicato il 10 Novembre 2004

La legge del 6 maggio 2004 n.129 “Norme per la disciplina dell’affiliazione commerciale” che ha riformato il franchising ha voluto fornire degli strumenti di tutela al franchisee, la parte contrattuale più debole. A cura di Dott. Alessandro Allaria.

Cosa è il franchising

Il **Franchising** definito anche **concessione aggregativa** è quel contratto mediante il quale una parte (il franchisor) concede ad un'altra (il franchisee) l’esercizio di una attività di vendita sulla base di sue precise indicazione e sotto il suo controllo, fornendogli il necessario know how e l’adeguata assistenza tecnica, e avvalendosi inoltre di mezzi comuni quali i segni distintivi e di gli altri elementi di identificazione.

Il franchising si inserisce nell’attività di distribuzione di beni e servizi che, oltre a poter essere effettuata direttamente dall’imprenditore-produttore, può essere da questi gestita indirettamente affidandola ad aziende esterne ed autonome.

I vantaggi per i produttori consistono in un aumento della propria attività onde soddisfare le esigenze degli affiliati,in un abbassamento dei costi, nella acquisizione di nuovi finanziamenti derivanti dai canoni dei franchisee, e in un incremento della diffusione della propria immagine e dei propri prodotti in un ottica di concorrenzialità.

Per i franchisee i vantaggi consistono nella acquisizione delle competenze professionali dal franchisor, nella riduzione dei tempi, dei costi e dei rischi imprenditoriali, specie quelli di avviamento, e di poter contare su prodotti già affermati sul mercato senza perdere la propria individualità ed autonomia.

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

Le clausole negoziali predisposte dal frachisor sono uniformi per tutti i franchisee in attuazione di un piano unitario di mercato, dove avviene una fusione della immagine delle due aziende, e risultando la seconda come una filiale della prima.

L'elemento di distinzione dal contratto di agenzia risiede nella clausola di esclusiva, che nel franchising non è un elemento naturale e quindi in difetto di una espressa pattuizione non può trovare efficacia.

La riforma del 2004

La legge del 6 maggio 2004 n.129 intitolata "Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale" apre le porte alla tipicità del negozio di Franchising da sempre inquadrato nell'alveo dei contratti innominati.

Le finalità che si è prefissato il legislatore sono di adeguare la normativa Nazionale con quella degli altri paese dell'Unione Europea e di fornire gli strumenti per tutelarsi alla parte contrattualmente più debole, quale è appunto il franchisee, senza però al contempo limitare notevolmente l'autonomia dei privati.

Per prima cosa è stata fornita all'art. 1 una definizione omnicomprensiva di tale operazione economica onde delimitare con maggiore puntualità i rapporti tra le parti.

Altra novità di rilievo è l'inserimento di una condizione all'utilizzo del Franchising consistente nel possesso del requisito della sperimentazione sul mercato della propria formula commerciale, onde evitare raggiri per la parte economicamente più svantaggiata, il franchisee.

Una specifica disposizione è dedicata agli obblighi precontrattuali dove viene espressamente sancito a carico di entrambe le parti un richiamo all'obbligo di buona fede, correttezza e lealtà nonché un dovere generale di fornire tempestivamente ogni dato ed informazione necessaria ed utile per la stipula del relativo contratto di affiliazione. A ben vedere si tratta di disposizioni dal contenuto alquanto generico che solo un raffronto approfondito con la fattispecie concreta può delineare opportunamente.

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

Per quanto concerne la forma del contratto, questi deve essere redatto per iscritto a pena di nullità: lo scopo è quello di evitare problemi ermeneutici dei relativi patti ed in particolare dei rispettivi obblighi.

La durata del contratto può essere a tempo determinato oppure indeterminato e nel secondo caso, il franchisor dovrà garantire una durata minima in relazione all'investimento effettuato dal franchisee.

Per quanto riguarda il contenuto dell'accordo di affiliazione vengono sanciti una serie di clausole che indefettibilmente devono essere presenti in ossequio ad un principio di trasparenza.

Leggi l'approfondimento: Il Franchising: aspetti operativi e contabili

Articolo a cura del Dott. Alessandro Allaria di Napoli

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