

CIRCOLARE n. 3/2004
RISERVATA AI CLIENTI E AI CORRISPONDENTI DELLO
STUDIO GHIDINI, GIRINO & ASSOCIATI

www.ghidini-associati.it

(N.B. La presente circolare è meramente informativa e non costituisce parere)

**NORME PER LA DISCIPLINA DELL’AFFILIAZIONE COMMERCIALE
(CONTRATTO DI FRANCHISING)**

LEGGE 6 Maggio 2004 , n. 129 - Norme per la disciplina dell’affiliazione commerciale

(Pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale 24-05-2004, n. 120, Serie Generale).

Con la legge n. 129 del 6 maggio 2004 in vigore dal 25 maggio 2004, l’ordinamento italiano regola il contratto di franchising (o contratto di affiliazione commerciale).

1) Definizione e ambito di applicazione

La Legge definisce il franchising come il “*contratto, comunque denominato, fra due soggetti giuridici, economicamente e giuridicamente indipendenti, in base al quale una parte concede la disponibilità all’altra, verso corrispettivo, di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, disegni, diritti d’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*”.

La nuova disciplina si applica anche alle seguenti ulteriori casistiche:

a) al caso di contratto di affiliazione principale con il quale un’impresa concede all’altra, dietro corrispettivo, diretto o indiretto, il diritto di sfruttare un’affiliazione commerciale allo scopo di stipulare accordi di affiliazione commerciale con terzi (si tratta di un’ipotesi definibile come *sub-franchising*); b) nonché al caso del contratto con il quale l’affiliato, in un’area di sua disponibilità, allestisce uno spazio dedicato esclusivamente allo svolgimento dell’attività oggetto del franchising. Ipotesi, questa, riconducibile all’apertura del cosiddetto *corner* all’interno di un più ampio esercizio commerciale.

2) Forma e durata del contratto

Il contratto va stipulato in forma scritta, a pena di nullità.

Nel caso in cui il contratto sia stipulato a tempo determinato, la durata non può essere inferiore a tre anni.

3) Obblighi a carico delle parti

La legge prevede una serie di obblighi, contrattuali e precontrattuali, a carico di entrambe le parti.

Meritano particolare attenzione soprattutto gli obblighi precontrattuali in quanto introducono regole piuttosto severe in materia di informazioni, che ciascuna parte deve comunicare all'altra durante la negoziazione e la cui inosservanza può determinare, addirittura, l'annullamento del contratto successivamente stipulato, con diritto al risarcimento dei danni.

L'affiliante dovrà, ad esempio, consegnare all'aspirante affiliato, almeno 30 giorni prima della sottoscrizione di un contratto di franchising, copia completa del contratto da sottoscrivere allegando una serie di documenti quali l'attestazione della ragione e del capitale sociale dell'affiliante, la copia del bilancio degli ultimi 3 anni, l'indicazione dei marchi utilizzati e le eventuali licenze di utilizzo dei marchi medesimi, la lista degli affiliati e dei punti vendita operanti nel sistema ed eventuali loro variazioni.

Il contratto dovrà, inoltre, espressamente prevedere alcune indicazioni essenziali alla corretta instaurazione del rapporto giuridico quali, ad esempio, l'ammontare degli investimenti e delle eventuali spese di ingresso che l'affiliato deve sostenere prima dell'inizio dell'attività, le modalità di calcolo di pagamento delle royalties, l'eventuale indicazione di un incasso minimo da realizzare da parte dell'affiliato e l'ambito di eventuale esclusiva territoriale.

Entrambe le parti sono chiamate a tenere un comportamento ispirato ai principi di lealtà, correttezza e buona fede e allo scambio reciproco di informazioni, ove richieste, utili o necessarie alla stipula del contratto, salvo che si tratti di informazioni oggettivamente riservate.

Il contratto può inibire all'affiliato di trasferire la sede senza il preventivo consenso dell'affiliante, se non per causa di forza maggiore e impegna l'affiliato a far osservare ai propri collaboratori e dipendenti, anche dopo lo scioglimento del contratto, la massima riservatezza in ordine al contenuto dell'attività oggetto dell'affiliazione commerciale.

4) Obbligo di adeguamento ed entrata in vigore

Le nuove norme avranno efficacia nei confronti di tutti i contratti di affiliazione commerciale in corso nel territorio dello Stato alla data di entrata in vigore della legge, fissata per il giorno 25 maggio 2004.

La legge distingue tra due tipi di contratto già stipulati:

- a) contratti orali: dovranno essere formalizzati per iscritto secondo le disposizioni della presente legge entro un anno dalla predetta data.
- b) contratti scritti: dovranno essere adeguati alle disposizioni della presente legge entro il medesimo termine.

Permane il dubbio che ai contratti orali la nuova disciplina possa già direttamente applicarsi e che pertanto il termine annuale sia posto solo ai fini della formalizzazione.

Poiché le nuove disposizioni in parte non possono che attuarsi mediante trasposizione scritta, mentre in parte paiono di per sé attuabili mediante un semplice adeguamento comportamentale, l'interpretazione più corretta pare nel senso di ritenere applicabili

comunque sin d'ora le norme di natura comportamentale e viceversa applicabili nell'arco di un anno le disposizioni implicanti una formalizzazione per iscritto.

STUDIO GHIDINI, GIRINO E ASSOCIATI

Via S. Sofia 12 - 20122 Milano (Italia)

Tel. 0258300433 Fax 0258301508

URL: www.ghidini-associati.it