

FRANCHISING

Sommario

Definizione	Art. 1
Modalità del corrispettivo	» 2
Durata del contratto	» 3
Prestazioni e obblighi dell'affiliato	» 4
Prestazioni e obblighi dell'affiliante	» 5
Esclusiva	» 6

ITER DELL'ACCERTAMENTO

- a) esame del Comitato tecnico: 20 giugno 1991.
- b) approvazione definitiva del testo dalla Commissione: 25 novembre 1991.
- c) approvazione della Giunta con deliberazione N. 1161 del 9 dicembre 1991.

Revisione da parte della Camera di Commercio di Lodi

- A) Esame del Comitato Tecnico: 21 novembre 2005.
- B) Approvazione del testo definitivo da parte della Commissione Provinciale usi: 13 marzo 2006
- C) Approvazione del testo definitivo da parte della Giunta camerale, con relativa autorizzazione alla pubblicazione; deliberazione della Giunta con delibera n. 55 del 06 Aprile 2006.

FRANCHISING

Art. 1 - Definizione.

L'affiliazione commerciale (franchising) è 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 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.

Art. 2 - Modalità del corrispettivo.

Il corrispettivo può essere costituito da:

- a) -il pagamento di un diritto di ingresso;
- b) -corresponsione di royalties commisurate al giro d'affari;
- c) -acquisto minimo dei prodotti;
- d) -contributo sulle spese pubblicitarie e promozionali.

Art. 3 - Durata del contratto.

Normalmente la durata del contratto non è inferiore a tre anni (termine minimo indicato dalla legge).

Art. 4 - Prestazioni e obblighi dell'affiliato.

Di solito il contratto prevede:

- a) -la messa a disposizione delle strutture necessarie alla vendita o l'erogazione di servizi oggetto del contratto;
- b) -il rispetto degli standards di qualità pattuiti;
- c) -il rispetto delle procedure, sistemi di gestione ed informatici in atto nell'azienda affiliante indicati nel "manuale operativo" esistente;
- d) -l'utilizzazione adeguata all'immagine del marchio e/o dell'insegna;
- e) -la verifica da parte dell'affiliante del rispetto delle clausole relative a standards qualitativi e anche quantitativi stabiliti in caso di pattuizione di royalties;
- f) -il divieto di trasferire a terzi il know-how fornito dall'affiliante durante il rapporto o per un periodo determinato dalla scadenza del contratto.

Art. 5 - Prestazioni e obblighi dell'affiliante.

L'affiliante solitamente fornisce all'affiliato:

- a) -assistenza tecnica e commerciale per avviare o adeguare l'impresa;
- b) -consulenza commerciale, promozionale e di marketing e supporto pubblicitario;
- c) -addestramento periodico del personale dell'impresa affiliata;
- d) -istruzioni operative e l'eventuale manuale;
- e) -consulenza e progettazione dell'arredamento e del lay out (struttura degli spazi espositivi);
- f) -know-how, beni e/o servizi contrattualmente pattuiti alle condizioni e nei termini stabiliti;
- g) -adeguato sostegno pubblicitario e/o promozionale del marchio oggetto del franchising.

Art. 6 - Esclusiva.

Di solito le parti concordano reciprocamente un'esclusiva territoriale e di vendita, con patto di non concorrenza nell'ambito della rete.