

Capitolo 9° - FRANCHISING

Sommario

Definizione	Art.	1
Modalità del corrispettivo	"	2
Comportamento delle parti nella fase pre-contrattuale	"	3
Forma del contratto	"	4
Durata del contratto	"	5
Prestazioni ed obblighi dell'affiliato	"	6
Prestazioni ed obblighi dell'affiliante	"	7
Esclusiva	"	8

Capitolo 9° - FRANCHISING

Art. 1 – Definizione.

Il *franchising* è il contratto, comunque denominato, con cui un soggetto giuridico (detto affiliante) concede verso corrispettivo ad un altro (detto affiliato) economicamente e giuridicamente indipendente, la disponibilità 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, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi, inserendo l'affiliato in un sistema di una pluralità di affiliati, distribuiti sul territorio.

Art. 2 – Modalità del corrispettivo.

Il corrispettivo può essere costituito da:

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

Art. 3 - Comportamento delle parti nella fase pre-contrattuale.

Le parti, nella fase pre-contrattuale, ispirano il reciproco comportamento a lealtà, correttezza e buona fede, fornendosi, tempestivamente ed in modo completo, ogni informazione e dato la cui conoscenza risulti necessaria o opportuna ai fini della stipulazione del contratto.

Art. 4 - Forma del contratto.

Il contratto di *franchising* viene solitamente stipulato in forma scritta.

Art. 5 - Durata del contratto.

La durata del contratto è proporzionata all'entità degli investimenti fatti dall'affiliato e tale da garantirne l'ammortamento e normalmente non è inferiore a tre anni.

Art. 6 - Prestazioni ed obblighi dell'affiliato.

Di solito il contratto prevede a carico dell'affiliato:

- a) la messa a disposizione delle strutture necessarie alla vendita o l'erogazione dei servizi oggetto del *franchising*;
- b) il rispetto degli *standards* di qualità pattuiti;
- c) il rispetto delle procedure, sistemi di gestione ed informatici in atto nell'azienda affiliante indicati in un "manuale operativo" esistente;
- d) l'utilizzazione del marchio e dell'insegna adeguata all'immagine degli stessi;
- 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 rispetto del vincolo di esclusiva, con facoltà dell'affiliante di verifica;
- g) il divieto di trasferire a terzi il *know-how* fornito dall'affiliante durante il rapporto o per un periodo determinato successivo alla scadenza del contratto.

Art. 7 - Prestazioni ed obblighi dell'affiliante.

Di solito il contratto prevede che l'affiliante fornisca:

- a) assistenza tecnica e commerciale per avviare o adeguare l'impresa;
- b) consulenza commerciale, promozionale, di marketing e supporto pubblicitario;
- c) addestramento periodico del personale dell'impresa affiliata;
- d) istruzioni operative, corredate eventualmente da apposito manuale operativo;
- e) consulenza e progettazione dell'arredamento e della struttura degli spazi espositivi (*lay out*);
- f) *know-how*;
- g) adeguato sostegno pubblicitario e/o promozionale del marchio oggetto del *franchising*.

Art. 8.- Esclusiva.

Di solito le parti concordano un'esclusiva territoriale a favore dell'affiliato ed una esclusiva di vendita a favore dell'affiliante.