

Come strutturare il contratto standard di franchising

Come è noto, nel franchising è essenziale regolare i rapporti contrattuali tra il franchisor e il franchisee in modo **uniforme ed omogeneo**, dato che uniforme ed omogenea deve essere la rete in franchising. Per fare ciò, è necessario che il franchisor predisponga ed utilizzi un contratto standard di franchising, cioè delle **condizioni generali di contratto di franchising**, da applicare a tutti i franchisee aderenti alla propria rete, sia pure con qualche (limitata) differenza derivante dalle condizioni particolari dei singoli franchisee. Ciò permette al franchisor di regolamentare i rapporti con i franchisee in modo in modo ottimale ed uniforme, e di evitare di dover ogni volta predisporre e negoziare un apposito contratto per ogni singolo nuovo affiliato.

Come tutti i contratti standard che le imprese utilizzano per regolare i propri rapporti commerciali (con clienti, fornitori) – ed anzi, ancor più che in tali casi, data l'essenzialità del contratto nell'ambito del franchising - anche il contratto standard di franchising deve essere **redatto con molta attenzione**, con l'ausilio di un **legale veramente esperto in materia**, che conosca bene non soltanto le dinamiche del franchising, ma anche le peculiarità della specifica rete in franchising, nell'ambito della quale il contratto deve essere utilizzato.

Si pensi alle conseguenze disastrose, non solo nell'ambito dello specifico rapporto contrattuale di franchising, ma anche per l'intera rete, che potrebbero derivare da una non corretta o non ottimale regolamentazione di alcune clausole contrattuali, in particolare sotto il profilo della conformità alla L. n. 129/2004 o alla normativa antitrust, o più semplicemente, alle norme del codice civile

Il “**fai da te**” è dunque in questo caso assolutamente sconsigliabile. Spesso invece si riscontra nella prassi l'uso di contratti di franchising che non sono state specificamente pensati in relazione alle esigenze di quella determinata rete in franchising, ma sono state copiate, magari anche malamente, da altri contratti utilizzati da franchisor che hanno altre strutture, altre attività, esigenze completamente diverse. Questo non solo è sbagliato, ma rischia di essere addirittura controproducente e gravemente penalizzante per il franchisor. E' sorprendente il numero di contenziosi nel franchising che nascono da clausole contrattuali maldestramente redatte, di cui spesso ci si accorge magari solo dopo avere dovuto risolvere il contenzioso con fatica ed elevati costi.

Particolarmente importanti – e quindi, tali da meritare molta attenzione in fase di redazione – sono, come è noto, alcune clausole del contratto di franchising che riguardano elementi di grande importanza nell'economia del contratto di franchising, quali ad esempio:

- la **durata** del contratto e le possibilità di **recesso**;
- il **corrispettivo** (entry fee, royalties, prezzo di acquisto);
- i **servizi di assistenza, formazione** etc. e gli altri **obblighi a carico del franchisor**;
- l'obbligo di **non concorrenza** e gli **altri obblighi a carico del franchisee**;
- la **riservatezza** e la **tutela del know-how**;
- lo **scioglimento del contratto** e le **conseguenze** dello scioglimento.

Al di là di tali specifici aspetti, peculiari del franchising, il contratto standard di franchising dovrebbe essere redatto e strutturato secondo alcuni **principi generali**, che sono in buona misura comuni a quelli su cui si fondano le condizioni generali di contratto adottate dalle imprese per regolare i loro rapporti commerciali. Vediamo alcuni di tali principi.

- **Specificità.** Come abbiamo accennato, non è opportuno utilizzare – o addirittura copiare – le condizioni contrattuali standard adottati da altri franchisor concorrenti o, peggio, da altri franchisor che non hanno nulla a che fare con la realtà dell'impresa in questione. Il contratto standard di franchising, per essere veramente utile ed efficace, deve essere pensato e scritto come una specie di vestito su misura, cioè ritagliato sulle specifiche esigenze e sulla particolare struttura di ogni singola rete in franchising.
- **Chiarezza.** Il contratto standard di franchising deve essere scritto in modo chiaro e comprensibile da tutti gli operatori commerciali, in particolare da tutti i franchisee (non solo dagli avvocati). Contratti complicati, lunghi, contenenti previsioni troppo articolate o farraginose non solo non servono allo scopo, ma anzi danneggiano il franchisor. Si pensi che la gran parte degli affiliati in franchising – i quali dovranno osservare e mettere in esecuzione il contratto di franchising – sono soggetti relativamente inesperti, privi di conoscenze approfondite e tecniche del settore. Il linguaggio del contratto di franchising dovrebbe quindi essere il più possibile semplice e chiaro, in modo da non prestarsi a letture equivocate o a fraintendimenti. Il che non è assolutamente facile da raggiungere.
- **Brevità.** Il contratto standard di franchising deve avere un contenuto schematico, cioè deve contenere solo la regolamentazione essenziale del rapporto. Tutti gli aspetti secondari o specifici (si pensi ad esempio al prezzo dei prodotti, all'allestimento dei locali, etc.) dovrebbero essere contenuti in condizioni particolari o allegati.
- **Ragionevolezza.** Il contratto standard di franchising deve essenzialmente tutelare gli interessi della rete in franchising, prima ancora che del franchisor. Deve essere quindi il più possibile razionale ed equilibrato. Prevedere obblighi eccessivamente onerosi e ingiustificati a carico del franchisee (ad esempio penali eccessive, divieti ingiustificati etc.) può essere controproducente per il franchisor e quindi penalizzare l'intera rete dal punto di vista commerciale e della propria immagine, esponendo così il franchisor ad azioni giuridiche da parte dei franchisee. Uno dei primi obiettivi di un contratto di franchising dovrebbe essere quello di scongiurare alla radice il contenzioso nella rete, non già di fomentarlo o incoraggiarlo.

- **Aggiornamento.** Il contratto standard di franchising richiede un aggiornamento costante sulla base di quanto emerso dall'esperienza quotidiana "sul campo" della rete in franchising. Il contratto standard di franchising, una volta redatto, non va "dimenticato" in un cassetto, quasi fosse un documento ormai immutabile, ma al contrario deve essere sottoposto ad un continuo processo di revisione ed integrazione. E' consigliabile programmare almeno un esame annuale, salvo che emergano importanti elementi che rendano opportuna una revisione nel frattempo. Un contratto di franchising è un po' come il motore di una formula 1: deve essere continuamente revisionato e migliorato.

La redazione di un contratto standard di franchising richiede, in definitiva, grande attenzione e fatica, non solo all'inizio ma per tutto l'arco di vita della rete in franchising. Come le fondamenta di un edificio, deve essere strutturato da professionisti capaci; nessuno si sognerebbe di mettere in mano la costruzione della propria casa ad un dilettante!

Monza, aprile 2013.

(Avv. Valerio Pandolfini)