

## ARGOMENTO: SE LO STESSO PRODOTTO COSTA DI PIÙ

**D:** Sono affiliato da alcuni anni a un franchising di articoli da viaggio di fascia medio alta. Da circa due mesi nella mia stessa città vengono venduti, a prezzi molto più vantaggiosi, con marchi differenti rispetto a quello dell'affiliante, articoli assolutamente identici a quelli che sono costretto ad acquistare dal franchisor visto il patto di approvvigionamento esclusivo stipulato. L'affiliante mi ha manifestato il proprio disinteresse, affermando che può far causa solo per le contraffazioni del proprio marchio. Ho poi scoperto che l'esistenza di prodotti identici dipende dalla circostanza che l'effettivo produttore che realizza gli articoli con il marchio del mio affiliante è un'altra impresa che, oltre a rifornire l'affiliante apponendovi il suo marchio, vende liberamente tali beni dal momento che non ha vincoli di esclusiva con lo stesso. È corretto tale comportamento? Potrei comprare direttamente dal produttore gli stessi articoli mettendo il marchio dell'affiliante, considerato che il contratto mi conferisce "licenza di uso del marchio"? Così mi difenderei dalla concorrenza con prezzi più bassi.

**R:** Trattandosi di un franchising cui accede un patto di approvvigionamento esclusivo dall'affiliante di prodotti con il marchio coincidente con l'insegna della rete, quest'ultimo deve garantire che i prodotti che obbliga l'affiliato ad acquistare presso di sé siano in grado di assicurare, in particolar modo per la specifica qualità degli stessi specie se si tratta di un franchising monomarca, un effettivo vantaggio di mercato, dato in particolare dall'**esclusività** della vendita al dettaglio dei prodotti in questione. Dunque, mediante tale patto, l'affiliato deve essere messo nelle condizioni di poter vendere, nella propria zona di competenza, le merci che ha acquistato dal franchisor senza subire in alcun modo la concorrenza di altri affiliati alla rete, dell'affiliante o di terzi che vendano gli





SE LA VENDITA DI BENI IDENTICI, A PREZZI PIÙ VANTAGGIOSI, RISPETTO A QUELLI DEL NETWORK, SI È VERIFICATA IN PENDENZA DEL RAPPORTO DI FRANCHISING, L’AFFILIATO DANNEGGIATO DA TALE OPERAZIONE, DOPO AVER INTIMATO ALL’AFFILIANTE DI ATTIVARSI AFFINCHÉ IMPEDISCA LA VENDITA PARALLELA, POTRÀ CHIEDERE LA RISOLUZIONE DEL CONTRATTO PER GRAVE INADEMPIMENTO E CHE GLI VENGA RICONOSCIUTO UN RISARCIMENTO PER I DANNI. IN MERITO ALLA POSSIBILITÀ DI RIVOLGERSI DIRETTAMENTE AL TERZO PRODUTTORE, L’AMMISSIBILITÀ DI TALE OPERAZIONE È SUBORDINATA ALLA VERIFICA DELLA PORTATA DELLA CLAUSOLA DI “LICENZA DI UTILIZZO DEL MARCHIO” INSERITA NEL CONTRATTO.



stessi identici prodotti della rete anche se con un altro marchio. Quindi, in forza del suddetto obbligo di approvvigionamento esclusivo, **sorge la responsabilità dell'affiliante nell'ipotesi in cui vengano venduti nella zona di esclusiva territoriale in cui opera l'affiliato beni identici, tranne che per la presenza di segni distintivi altrui, rispetto a quelli ceduti a quest'ultimo con il marchio della rete.** Conseguentemente, se la vendita di beni identici, a prezzi più vantaggiosi, rispetto a quelli del network, si è verificata in pendenza del rapporto di franchising, l'affiliato danneggiato da tale operazione, dopo aver intimato all'affiliante di attivarsi affinché impedisca la vendita parallela, **potrà chiedere la risoluzione del contratto per grave inadempimento e che gli venga riconosciuto un risarcimento per i danni** subiti sia sotto il profilo degli investimenti effettuati per l'adesione alla rete ormai resisi inutili che sul versante della perdita di avviamento e di immagine. Un ulteriore strumento a disposizione per tutelare le proprie ragioni potrebbe essere la richiesta di annullamento del contratto per dolo ex art. 8 Legge 129/2004 e art. 1439 c.c., con contestuale richiesta di maggiori danni, ma solo nel caso in cui l'affiliato riesca a dimostrare che la vendita parallela di beni identici rispetto a quelli ceduti a quest'ultimo, per effetto di un mancato rapporto di esclusiva con il fabbricante effettivo delle merci, fosse già nota all'affiliante anche prima della sottoscrizione del contratto e, dunque, con evidente mala fede

dimostrata dallo stesso. In merito alla possibilità di rivolgersi direttamente al terzo produttore per acquistare gli articoli a

un prezzo più vantaggioso, vi è subito da premettere che **l'ammissibilità di tale operazione è subordinata alla verifica della portata della clausola di "licenza di utilizzo del marchio" inserita nel contratto di franchising.**

Di solito la "licenza di uso di marchio" risulta, sui testi contrattuali più in voga nel franchising, essere strettamente connessa all'esecuzione del contratto, e pertanto il franchisee non si trova nella condizione di poter aggirare l'obbligo di approvvigionamento esclusivo che lo lega all'affiliante per l'acquisto dei prodotti apponendo esso stesso il marchio dell'affiliante, ancorché si tratti di prodotti identici acquistati dallo stesso fabbricante presso cui si approvvigiona il franchisor. Tuttavia, se la licenza di marchio dovesse risultare generica e non direttamente correlata all'esecuzione del contratto, l'affiliato potrebbe "minacciare" l'affiliante di acquistare gli articoli da viaggio direttamente dall'impresa produttrice, come alternativa a una richiesta giudiziale di risoluzione per grave inadempimento di quest'ultimo, il quale si era impegnato, in sede contrattuale, ad approvvigionare l'affiliato con articoli apparentemente da esso stesso prodotti perché recanti il suo marchio.

© RIPRODUZIONE VIETATA

**Dott. Luigi Papi**  
Studio Legale Grassi