

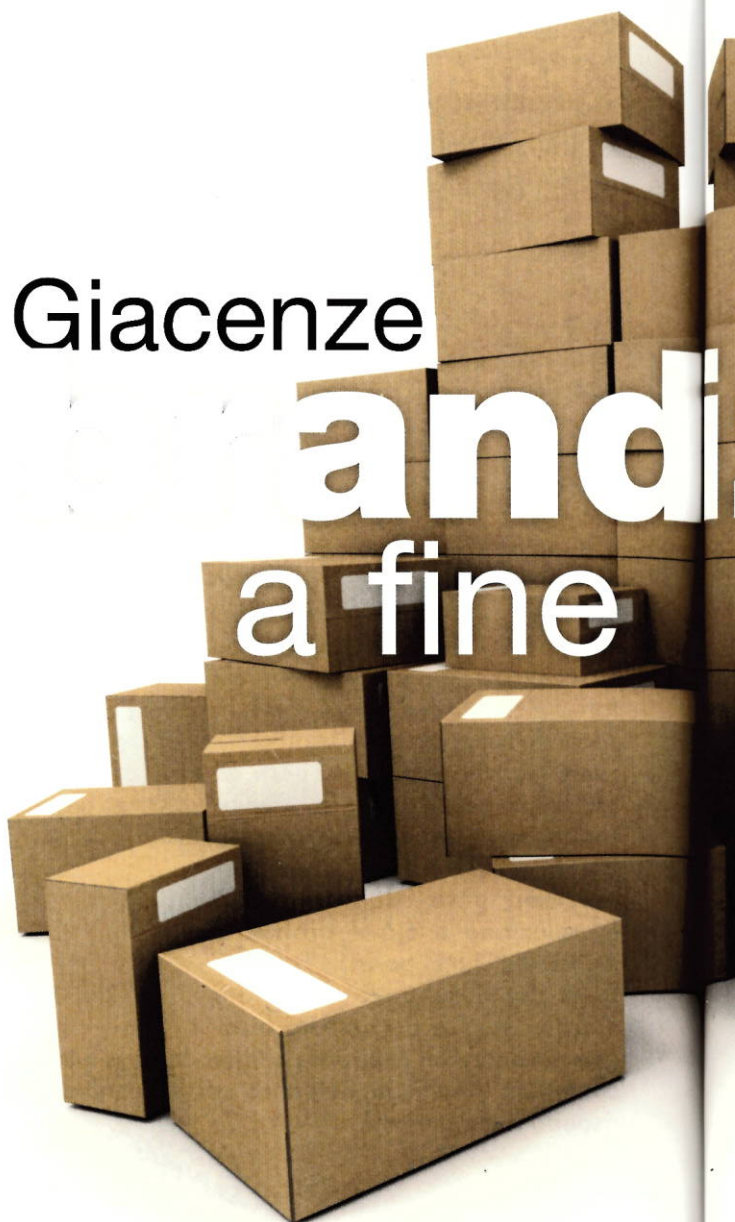
D:

Da poco è cessato il contratto di affiliazione che avevo stipulato sei anni fa con una nota società di arredamento. Al termine del contratto non sono riuscito a vendere tutti i mobili prodotti dal mio ex affiliante con il suo marchio, rimasti nel mio magazzino. Il contratto mi vieta espressamente di vendere liberamente tale merce in considerazione della cessazione del rapporto e della conseguente rimozione dell'insegna che mi legava alla rete. L'ex franchisor si è offerto di riacquistare gli articoli ma a un prezzo forfettario, di molto inferiore rispetto a quello storico di fornitura anche se i mobili sono in ottime condizioni, alcuni addirittura ancora imballati. Posso rifiutare l'offerta e venderli direttamente?

Di solito il contratto di franchising prevede che, in occasione della cessazione del rapporto, il franchisee sia obbligato a dismettere l'insegna della rete e tutti i segni distintivi della stessa, ivi compresi quelli che in qualsiasi modo siano in grado di collegare il punto vendita all'ex affiliante. Tuttavia, spesso capita che, a fronte della conclusione del rapporto, elevati quantitativi di merce prodotta dal franchisor e recante il suo marchio restino invenduti nel magazzino dell'affiliato. Se una dismissione dei segni distintivi non presenta criticità sotto il profilo economico a carico dell'affiliato, che dovrà dotarsi in futuro di nuove insegne e materiale per la ripresa della propria attività, gli articoli invenduti a marchio del franchisor possono rappresentare, viceversa, un valore estremamente importante che potrebbero, nell'ipotesi in cui l'affiliato sia costretto dal contratto a gestire tali rimanenze, pregiudicare in modo assai rilevante gli interessi economici di quest'ultimo. Viceversa, il permanere di una elevata quantità di prodotti invenduti non a marchio dell'affiliante non comporta particolari rischi di natura economica per l'affiliato, che potrà, in tale ipotesi, vendere i beni, nell'ambito della sua nuova attività, in assoluta autonomia e libertà. È evidente, comunque, che sussista una comprensibile esigenza da parte dell'affiliato di scongiurare il pericolo che le merci recanti il proprio marchio vengano svendute al miglior offerente e che, quindi, venga pregiudicata l'immagine della rete. Per tale motivo, **la maggior parte dei contratti di franchising impone ai franchisee, alla cessazione del rapporto, un obbligo di retrocessione al franchisor degli articoli di merce da quest'ultimo prodotti, recanti il marchio della rete e rimasti invenduti.**

Giacenze

and
a fine



LA MAGGIOR PARTE DEI CONTRATTI DI FRANCHISING IMPONE AI FRANCHISEE, ALLA CESSAZIONE DEL RAPPORTO, UN OBBLIGO DI RETROCESSIONE AL FRANCHISOR DEGLI ARTICOLI DI MERCE DA LUI PRODOTTI, RECANTI IL MARCHIO DELLA RETE E RIMASTI INVENDUTI. TUTTAVIA, SIA NELL'IPOTESI IN CUI TALE PREVISIONE NON SIA ESPPLICITAMENTE CONTENUTA NEL CONTRATTO SIA NEL CASO IN CUI SIA CONTEMPLATA, L'AFFILIANTE NON PUÒ TRASFORMARE ARBITRARIAMENTE IL DIVIETO DI USO DEL PROPRIO MARCHIO E LA CONSEGUENTE RETROCESSIONE DELLA RELATIVA MERCE RIMASTA INVENDUTA IN UN HANDICAP ECONOMICO A CARICO DELL'AFFILIATO.

Ciononostante, sia nell'ipotesi in cui tale previsione non sia esplicitamente contenuta nel contratto sia nel caso in cui sia contemplata, **l'affiliante non può trasformare arbitrariamente il divieto di uso del proprio marchio e la conseguente retrocessione della relativa merce rimasta invenduta in un handicap economico a carico dell'affiliato.**

Il franchisor, infatti, deve procedere all'operazione di riacquisto delle rimanenze a proprio marchio offrendo all'affiliato un prezzo ragionevole che, in considerazione dei beni non deteriorati e idonei alla vendita al dettaglio, dovrebbe coincidere con il prezzo storico di approvvigionamento. In presenza di un accordo che non salvaguardi l'investimento dell'ex affiliato o nell'ipotesi in cui il contratto non riporti nulla a riguardo, se il prezzo offerto dall'affiliante sia particolarmente penalizzante per l'affiliato o l'affiliante non intenda nemmeno riacquistare la merce rimasta invenduta recante il proprio marchio, **l'affiliato può ritenersi libero di non retrocedere la merce ancora custodita nel proprio magazzino, e di rivenderla attraverso proprie offerte promozionali, pur recante la stessa ancora il marchio della rete.** Chiaramente, il franchisee dovrà procedere alla messa in vendita di tali articoli senza sminuire né l'immagine del network né il valore degli stessi articoli ma dovrà offrire in vendita tali beni mediante l'utilizzo di percentuali di sconto tradizionalmente in uso durante il periodo dei saldi. È evidente che l'inserimento in contratto di una clausola che vieti a priori la vendita delle merci a marchio della rete rimaste invendute o che imponga una retrocessione delle stesse a un prezzo assai inferiore rispetto al valore storico di approvvigionamento, ben autorizza l'affiliato, dopo aver proceduto alla vendita dei beni in questione, eventualmente a contestarne la validità dinanzi all'Autorità competente.

STEFANO VALLA

Dott. Luigi Papi
Studio Legale Grassi



izzate rapporto