



Se la rete cambia nome

la domanda

In una recente riunione di rete, il franchisor ci ha prospettato l'ipotesi che, per ragioni tecniche che non ha chiarito, si debba cambiare tutte le insegne dei nostri negozi. Mi sembra assurdo. Come può un franchisor cambiare il proprio brand? Non rischiamo di perdere tutto il nome che ci siamo fatti con la clientela? Vorrei sapere se siamo obbligati, in assenza di una clausola specifica nel contratto, a fare questo cambiamento, o se possiamo andarcene dalla rete e acquistare noi il vecchio marchio

la risposta

Le molteplici domande dell'allarmato franchisee richiedono, in primo luogo, un chiarimento all'interno del quesito stesso: la traduzione del termine inglese *brand* fatta dagli operatori italiani non è sempre univoca, dato che taluni correttamente lo traducono con il termine italiano di "marchio" e altri con quello di "formula commerciale". È vero che il marchio identifica una tipologia qualitativa di prestazione di servizi o la qualità di determinati beni e, conseguentemente, costituisce anche l'insegna dei negozi in cui si prestino tali servizi o si vendano tali beni e, quindi, può identificarsi anche con la formula commerciale. Però, **se la variazione del marchio con sostituzione delle insegne dei negozi non comporta, al contempo, una variazione qualitativa dei servizi prestati o dei beni oggetto delle prestazioni, tale variazione è potenzialmente ammissibile, non determinando uno snaturamento del rete in franchising. Certo, in tali ipotesi, cambiando l'immagine esteriore della formula commerciale, e non la formula stessa, si rischiano, comunque, di perdere avviamento di immagine e clienti, che però la bontà della formula commerciale dovrebbe poter far riacquistare entro termini ragionevoli.**

Casi del genere si sono verificati in passato per conflitti di marchio, perché, ad esempio, il marchio del franchisor era troppo simile a quello di un concorrente che aveva registrato antecedentemente il proprio: l'affiliante si era trovato a dover modificare il nome di richiamo della propria formula commerciale e, dunque, quello della propria rete, adottando un nuovo marchio

non contestabile da terzi, e quindi, nuove insegne per i propri punti in franchising. **Più complesso è se con il termine mutamento di *brand* si intenda non solo il cambiamento del marchio, ma, addirittura, il cambiamento della formula commerciale con, ad esempio, l'amputazione di una parte dei beni commercializzati o dei servizi prestati, sebbene con l'aggiunta di nuovi, ammantati con la prospettiva di grandi successi futuri.** Questo secondo caso indubbiamente concretizza un gravissimo inadempimento del franchisor.

L'affiliato - effettuate le proprie valutazioni di convenienza economica - può dichiarare, con ragionevole speranza di conferma giudiziale, l'avvenuta risoluzione del contratto di franchising sulla base della disciplina generale civilistica, anche se il testo del contratto non preveda tali ipotesi (e mai la prevede). Anche nel primo caso il franchisee potrebbe dichiarare la risoluzione del contratto di franchising perché le conseguenze negative sopra indicate corrispondono a un inadempimento potenzialmente grave del franchisor. In questa seconda ipotesi, occorrerà valutare attentamente le ragioni addotte dal franchisor per cambiare il marchio e le conseguenze commerciali che tale mutamento può comportare in termini di contrazione dell'avviamento di immagine e di perdita della clientela. **Ci sembra assai difficile però che il franchisee possa acquistare il vecchio marchio dismesso dal franchisor, perché quasi sicuramente le ragioni che hanno obbligato il franchisor a dimmetterlo impediranno ad altri soggetti di divenirne titolari.**

Avv. Paolo Grassi
Studio Legale Grassi - p.grassi@jrp.it