

Tante contraddizioni che si sovrappongono. In Italia non è dato conoscere a priori chi è a capo di un'azienda organizzata in rete. In altre parti del mondo, sì

*Many overlapping contradictions. In Italy you don't have the right to know who is at the head of a network-organized company. While, in other parts of the world you do*

# L'IMPORTANZA DI CONOSCERE CHI GUIDA UN FRANCHISING

## The importance of knowing who heads a franchising

Che cosa abbiamo bisogno di sapere sui sistemi di franchising che contattiamo, che cosa dobbiamo sapere sull'azienda affiliante. Le risposte del nostro esperto

*What you need to know about the franchise systems you contact, what you need to know about the franchisor. Here the answers of our expert*

di Mirco Comparini

**P**otrebbe sembrare una assurdità non saperlo, ma per taluni è cosa normale e addirittura considerata una "invadenza" o una "ingerenza". Di cosa stiamo parlando? Di una informazione che dovrebbe essere tra le più importanti tra quelle da fornire ai potenziali affiliati: Chi sono i massimi responsabili dell'azienda affiliante? Chi sono i suoi dirigenti e i suoi consulenti? Da dove vengono? Che ruoli hanno ricoperto negli ultimi cinque anni? Sono esperti e ben preparati? Qual è la loro esperienza professionale? In precedenza hanno lavorato in sistemi di franchising che hanno cessato l'attività? Hanno mai avuto problemi con la legge, col fisco e con le banche?. Una informazione che prima dell'introduzione della Legge n.129/2004 rientrava tra i suggerimenti trascritti in una delle più importanti guide pubblicate dalle Camere di Commercio italiane, più precisamente quella dal titolo "Manuale operativo di franchising – Per chi è interessato

ad affidarsi (e anche per chi è già affiliato)", pubblicata nel 1997 con finanziamenti dell'Unione Europea e promossa da Formaper, Azienda Speciale della CCIAA di Milano, in collaborazione con la Scuola Superiore del Commercio del Turismo e dei Servizi di Milano, che ne curò il progetto e l'editing. Proprio tra le moltissime informazioni e i moltissimi suggerimenti di tale guida, al capitolo "Che cosa abbiamo bisogno di sapere sui sistemi di franchising che contattiamo" e al paragrafo "Che cosa dobbiamo sapere sull'azienda affiliante", nel trattare le informazioni da sapere circa "L'esperienza manageriale", è suggerito di ottenere informazioni su "chi guida un franchising". Potrebbe essere normale avere informazioni su chi chiede ad un potenziale affiliato di investire in una attività senza avere conoscenza su chi dovrebbe fortemente ed in forma anche determinante contribuire a rendere redditizio tale investimento con

il know how presente nella franchise e con la guida manageriale della stessa franchise. Invece, in Italia tale informazione non rientra tra quelle obbligatorie per legge, in Italia un potenziale affiliato non ha alcun diritto di conoscere e di leggere neanche un sintetico curriculum professionale di chi è posto a capo del business nel quale dovrà porre fiducia perché così è scritto sulla patinata brochure pubblicitaria. E, cosa ancor più grave, c'è chi proprio si oppone alla proposta di introduzione obbligatoria di tale informazione attraverso una modifica di legge (in Italia proposta da IREF Italia, AZ Franchising, Associazione Commercialisti e Camera Arbitrale Europea). Gravità aumentata anche dal fatto che chi si oppone al riguardo pensa e ritiene che così facendo stia tutelando gli operatori del settore e il settore stesso. Gravità ancor più aumentata anche dal fatto che c'è chi ci crede davvero. Sì, potrebbe essere normale avere tali

informazioni perché così accade in altri paesi dove mai ci si permetterebbe di offendere la proposta tecnica e basata sulla trasparenza come “inutile pratica burocratica”. Insomma, in Italia non è dato conoscere a priori “chi guida un franchising”.

*Not knowing it may seem absurd, but for some it's normal and even regarded as being “intrusive” or “meddling”. What are we talking about? We are talking about what should be the most important information to give out to potential franchisees: who are the people at the head of the franchisor? Who are the managers and consultants? Where do they come from? What positions have they covered in the past 5 years? Are they experienced and well-prepared? What is their professional background? In the past had they ever worked in franchising systems that ceased activity? Had they ever had problems with the law, tax and banks? This is all information that, prior to the introduction of Law n.129/2004, was included in the advices in one of the most important guides published by the Italian Chamber of Commerce, more precisely the one titled “Manuale operativo di franchising – Per chi è interessato ad affiliarsi (e anche per chi è già affiliato)” (“Operative Guide for Franchising – For those who wants to franchise (and for who is already a franchisee)” (published in 1997, financed by the European Union and sponsored by Formaper, Special Company by*

*CCCLIA Milan Chamber of Commerce in collaboration with Scuola Superiore del Commercio e del Turismo e dei Servizi di Milano, that curated the project and the editing.*

*Among the wide range of information and suggestions included in said guidebook, in the Chapter “What we need to know about the franchise systems we contacts”, and under Paragraph “What we need to know about the franchisor”, when speaking about which information is necessary to know about “the managerial experience”, it is recommended to collect information about “who heads the franchising”.*

*It might seem sensible to have information on who asks a potential franchisee to invest in an activity, without knowing anything about who should strongly contribute to make this investment profitable through their professional know-how and under the management and guidance of the franchise itself.*

*In Italy instead, said information is not among that mandatory by law, the potential franchisee does not have any right to know, cannot even read a brief professional background about who is the head of the business, in which they will be placing their trust because it is written on a glossy advertising brochure.*

*Even more concerning is the fact that there are some that oppose the proposal for the mandatory introduction of said information*



*through an amendment of the law (presented in Italy by IREF Italy, AZ Franchising, Chartered Accountants Association and European Arbitration Chamber). What is even worse, it is the fact that the people who oppose the amendment are under the impression that this way they are protecting the interests of those working in the sector and safeguarding the sector itself.*

*Yes, it might seem normal to have this information because this is the case in other countries, where no one would ever be allowed to call this technical proposal based on transparency “useless practical bureaucracy”.*

*In short, in Italy you don't have the right to know beforehand “who heads a franchising”*



## UN OCCHIO SUL MONDO COSA ACCADE IN USA, CANADA E AUSTRALIA?

Ma cosa accade in altri paesi? Prendiamo tre mercati di assoluta maturità in termini di "cultura del franchising". I tre mercati a cui ci riferiamo sono gli USA, il Canada e l'Australia.

Per gli USA e per l'Australia la normativa è ben specifica e obbliga il franchisor a fornire informazioni dettagliate sul management della rete. Dal Canada giunge una interessante sorpresa.

Per i primi due paesi, le informazioni sono sostanzialmente simili.

In tali paesi, per ogni "soggetto operante per conto del franchisor" (Australia: "For each officer of the franchisor - name, position held and qualifications", "...a franchisor director, an associate of the franchisor or a director of an associate of the franchisor". Usa: "Disclose by name and position the franchisor's directors, trustees, general partners, principal officers, and any other individuals who will have management responsibility relating to the sale or operation of franchises"), oltre a dover fornire dettagli sulla loro "business experience" illustrando sinteticamente la loro attività svolta nel settore nel corso degli ultimi 5 anni, per gli Usa, e 10 anni, per l'Australia, tali normative impongono di fornire informazioni anche di carattere giuridico su tali soggetti. Non si tratta di informazioni da poco, ma di una illustrazione dettagliata su procedimenti, pendenze e sentenze in materia penale (vari reati elencati nelle singole norme), amministrativa, in materia di antitrust, frodi alimentari, leggi sulla sicurezza, fallimenti, bancarotta, ecc. e che possono andare indietro nel tempo fino a 10 anni.

E' esattamente questo uno degli elementi contenuti nella proposta di modifica della normativa nazionale e che ha costituito particolare "sorpresa e stupore" da parte

di organizzazioni di rappresentanza in Italia.

Con una breve analisi di ciò che vige in Canada, invece, facile è passare dalla sorpresa allo stupore per poi raggiungere livelli di "meraviglia".

In Canada non tutti gli Stati hanno la legge sul franchising e la "Uniform Law Conference of Canada" ne sta coordinando l'omogeneizzazione che, possiamo segnalare, sostanzialmente ricalca quanto già visto per Usa e Australia. Nel frattempo, in attesa che tale processo di "uniformità della legislazione" si concluda, è l'Associazione Canadese (opportuno segnalare e sottolineare: "l'associazione" più importante del grande paese, cioè tutto il contrario di quanto accade in Italia) che fornisce indicazioni sulle linee guida per una idonea informazione precontrattuale da fornire in forma scritta (opportuno segnalare e sottolineare: "in forma scritta"). E cosa suggerisce e indica l'Associazione Canadese? Non c'è da sorprendersi, perché in tali paesi questa logica è normale, è ovvia, è...per civiltà, è per correttezza, è per trasparenza e non per burocrazia. La sorpresa è il soggetto che si fa portatore di tale indirizzo e lo stupore potrebbe essere "limitato" al fatto che si tratta di indicazioni approvate sin dal 1996 e aggiornate nel 2002...(senza parole).

Ecco, quindi, il testo redatto dall'Associazione Canadese la quale indica che il documento di informazione precontrattuale scritto riporti dettagli circa:

"3. DIRECTORS, GENERAL PARTNERS AND OFFICERS: (The names of the directors, general partners officers of the franchisor who will have day to day management responsibilities relating to the franchise should be listed. A brief history of the experience of

such directors, general partners, officers should also be set out. Further, include a statement that no conviction for an indictable offense under the Criminal Code of Canada involving franchises or other businesses or involving fraud or unfair or deceptive business practices, arising within the last ten (10) years, remains outstanding against any of such directors, general partners or officers, franchisor, or details of any such conviction)".

Sorpresi? Stupiti? Non importa, tutto quanto sopra ci consente una importante valutazione. Secondo la mentalità italiana, secondo la mentalità di coloro che intendono rappresentare il settore, le parole da usare sono "Burocrati e invadenti": questo dovrebbe essere il risultato al quale giungiamo nell'analizzare (parzialmente) il mercato statunitense, australiano e canadese in materia di franchising, sì, sembra proprio così e sembra proprio che "fare franchising" sia molto meglio in Italia, paese delle grandi (strane) libertà, di coloro che la libertà se la prendono in questo modo; paese che contrasta "italian sounding" perché "non è corretto", ma è corretto non emettere "sound" e dare troppe informazioni; paese che si prodiga a difendere il "made in Italy" e poi va bene "make come ci pare"; paese dove "la parola conta", ma la "carta non canta"; paese della fiducia, di tutta la più totale fiducia nel prossimo...appunto, "avanti il prossimo"...candidato affiliato pieno di attenzioni per la firma di contratti di franchising, ma vuoto di informazioni per decidere con chi.



## AN EYE ON THE WORLD WHAT HAPPENS IN AMERICA, CANADA AND AUSTRALIA?

But what happens in other countries instead? Let us consider three markets that have a long history of franchising: the United States, Canada and Australia.

In the US and in Australia there are specific regulations that require franchisors to provide detailed information on the management of the franchise network. While Canada is a surprisingly interesting case.

In the first two countries, the information required is essentially the same.

In those countries, any "person acting on behalf of the franchisor" (Australia: "For each officer of the franchisor - name, position held and qualifications", "...a franchisor director, an associate of the franchisor or a director of an associate of the franchisor". Usa: "Disclose by name and position the franchisor's directors, trustees, general partners, principal officers, and any other individuals who will have management responsibility relating to the sale or operation of franchises"), in addition to having to disclose information about their business experience, outlining their activity in the sector over the last 5 years in the US case and 10 years for what concerns Australia, these provisions require companies to also provide legal information on said persons.

The information required is not superficial but a detailed report on any legal proceedings, pending charges and judgements in criminal matters (various offences are listed in the individual provisions), in administrative matters, on the subject of antitrust, food-product fraud, safety laws, bankruptcy etc, that took place in the last ten years. This is one of the main points in the amending proposal of the current national legi-

slation, that has "greatly surprised" representative organizations in Italy.

They would easily go from being just surprised to being astonished and awed by taking a brief look on how this is regulated in Canada.

In Canada not all states have franchise legislation and the "Uniform Law Conference of Canada" coordinates harmonization efforts that will be essentially following the models of US and Australia. In the meantime, while the process for uniformity of law is being completed, the Canadian Association (it should be noted and underlined: the country's most important "association", as opposed to what happens in Italy instead) is the one to provide guidelines on the appropriate pre-contractual information to be provided in writing (it should be noted and emphasized: in writing).

And what does the Canadian Association advise and suggest? It should come as no surprise, because in such countries this is normal logic, it is perfectly obvious, it is... for respect and civility, for transparency's sake, not because of bureaucracy.

What is really surprising is the entity advocating this and the astonishment could just stop at the fact that these guidelines have been approved in 1996 and updated in 2002...

Here below the text drafted by the Canadian Association, which states that the pre-contractual documentation shall include the following information:

"3. DIRECTORS, GENERAL PARTNERS AND OFFICERS: (The names of the directors, general partners officers of the franchisor who

will have day to day management responsibilities relating to the franchise should be listed. A brief history of the experience of such directors, general partners, officers should also be set out. Further, include a statement that no conviction for an indictable offense under the Criminal Code of Canada involving franchises or other businesses or involving fraud or unfair or deceptive business practices, arising within the last ten (10) years, remains outstanding against any of such directors, general partners or officers, franchisor, or details of any such conviction)".

Are you Surprised? Astonished? It doesn't matter, all of the above allows us to make some important considerations.

According to the Italian mentality and to those wishing to represent the sector, they are being "bureaucrats and intrusive": this is the conclusion we reach when we (partially) study the US, Australian and Canadian markets on the subject of franchising... yes, this is how it seems to be, it seems to be that "doing franchising" is much better here in Italy, a country of great (strange) freedoms, a country of those who take liberties with anything; a country that's against "Italian sounding", because it is "not fair", but it is fair not to make any "sound" and give out too much information, a country that advocates "made in Italy" but then "makes" whatever they want, a country where words matter but nothing is written in black and white, a country based on trust, trusting each other...more precisely, by moving on to the next!...franchisee candidates concerned about the franchise agreement, but with no information that enable them to decide with whom they should sign this franchise agreement.