

Viaggio nella normativa transalpina sul franchising
Journey into the French law on franchising

Come la Francia è diventata leader How France became a leader

Tante reti, una legislazione all'avanguardia, obblighi di trasparenza, sanzioni. Ecco come i nostri "cugini" sono diventati il faro in Europa

Many networks, a cutting-edge legislation, transparency obligations, sanctions. That's how our "cousins" became the guiding light in Europe

di *Mirco Comparini*

Nel panorama europeo, la Francia è la nazione a più alto numero di reti di franchising. Secondo la Federation Francaise de la Franchise nel 2011 erano poco più di 1.500, e il numero dei franchisee, poco più di 62.000. Nel 2015 questo dato è passato a circa 1.850, per le reti in franchising, e a circa 69.500 per i franchisee. Non è così facile individuare e analizzare le motivazioni oggettive che portano la Francia a essere la leader d'Europa in termini numerici, più agevole prendere in considerazione e poter constatare sul posto una maggiore cultura del franchising, una maggiore conoscenza, una maggiore professionalità e questo non solo per il franchising, ma anche per altre forme contrattuali adottate per la costituzione di reti commerciali. Ma non può esser sufficiente, questa spiegazione. Un passaggio per una migliore comprensione può giungere dall'analisi della normativa francese e, da un lato, poter comprendere su quale fondamento giuridico si muovono le reti transalpine e, dall'altro, dare la possibilità di poter fare un confronto con la normativa italiana così che sia possibile comprendere se, come e dove la nostra normativa è carente o migliore, dato che costituisce uno strumento concorrenziale per le reti che si vogliono espandere sui territori.

La norma francese

In Francia, dal 1989, è vigente la legge "Dubin", norma introdotta l'anno successivo all'emanazione del Regolamento CEE n.4087/88, il primo riferimento normativo per il settore.

Seppur descritta e illustrata come "la norma francese sul franchising", questa descrizione non è mai stata corretta e completa e in pochissimi, per anni, si sono prodigati di approfondirne il merito e gli scopi. La norma, in realtà, è stata introdotta per difendere gli operatori del settore dai pericolosi effetti dello stesso regolamento comunitario derivanti dalla presenza e dalla

Nel panorama europeo, la Francia è la nazione a più alto numero di reti di franchising

definizione di "know how" contenuta nello stesso Regolamento e i Tribunali transalpini, nel tempo e tutt'oggi, hanno poi confermato tale preoccupazione (da alcuni anni anche alcuni Tribunali italiani stanno prendendo in considerazione il fattore "know how"). La norma francese è alquanto sem-

plice e non è dedicata esclusivamente al franchising. Il testo debutta con: "Ogni persona (fisica o giuridica, nda) che mette a disposizione di un'altra persona (fisica o giuridica, nda) un nome commerciale, un marchio o un'insegna, esigendo da questa un accordo di esclusività o di quasi-esclusività per l'esercizio della sua attività, è tenuta, prima della firma di qualsiasi contratto concluso nell'interesse comune delle due parti, a fornire all'altra controparte un chiaro prospetto informativo che gli permette di impegnarsi in cognizione di causa". Nella sostanza è specificato che questa norma è rivolta a tutti coloro che intendono svolgere, o far svolgere ad altri, una attività sotto la medesima forma di identificazione e riconoscimento (marchio) diventando una norma rivolta all'esercizio di tutte le attività così dette "a rete" e chi intende farlo deve "chiaramente informare con un prospetto specifico e in forma scritta".

Estensione a tutte le reti

Uno dei lati positivi di questa norma è che ha una più ampia portata di molte altre norme in materia di franchising predisponendo una forma di garanzia e correttezza a beneficio del mercato e dei suoi attori che non hanno lo strumento legislativo come differenziale per la concorrenza sul mercato. Si tratta della parte più importante della Loi Doubin che l'ha portata a essere propulsore, incentivo ed agevolazione alla creazione di reti commerciali. Nonostante una progressiva introdu-

In the European scene, France is the nation with the highest number of franchise networks. According to the Federation Française de la Franchise in 2011 they were just over 1,500, and the number of franchisees, a little over 62,000. In 2015 this figure rose to about 1,850, for franchise networks, and about 69,500 for the franchisees. It is not so easy to identify and analyze the objective reasons that made France the leader in Europe in terms of figures, it's easier to consider and understand a better franchising culture, more knowledge, more professionalism and not only in franchising, but also in other contractual forms adopted for the constitution of commercial networks. But this explanation may not be enough. A step to better understand this comes by studying attentively the French legislation and, on the other hand, to understand legal basis on which the French networks operate and, secondly, to give us a chance to compare it with the Italian legislation in order to understand if, how and where our legislation is lacking or better, as it constitutes a competitive tool for networks that want to expand in new territories.

The french law

In France, the "Doubin" law has been in force since 1989, a law introduced the following year after the issue of the EC Regulation n.4087/88, the first legislative reference for the sector. Although depicted and described as "the French law on franchising", this description has never been correct and complete and for years very have tried to deepen its merit and objectives. The law, in fact, has been introduced to protect the sector operators from the harmful effects of the same European Community regulations resulting from the presence and the definition of the "know-how" as contained in the same Regulation and the French courts, in the past and today, confirmed this concern (for some years now several Italian courts are starting to take into consideration the "know how" factor).

The French law is quite simple and is not dedicated exclusively to franchising. The text debuts with: "Any person who makes available for another person a commercial name, a brand or a brand name, and requesting an exclusive or quasi exclusive commitment concerning the activity must, prior to the signature of any contract, provide to the other signer a document which gives faithful information in order to

commit with full knowledge of the facts". Substantially it is specified that this law is aimed at all those who wish to carry out, or have others carry out, a business activity under the same form of identification and recognition (brand) becoming a law addressed to the exercise of all the so-called "network" activities and those who intend to start one must "provide to the other signer a document which gives faithful information".

Extensions to all networks

One of the positive sides of this regulation is that it has a wider scope than many other rules on the subject of franchising by providing a form of protection and fairness benefitting the market and its actors that do not have the legislative tool as a differential for competition on the market. This is the most important part of the Loi Doubin that led it to become the propeller, incentive and facilitator for the creation of commercial networks. Despite a gradual introduction of specific laws on franchising in other European countries, the French legislation continues to be the only one that regulates all forms of commercial networks: consortiums, cooperatives, concessions, distribution, sales networks with intermediaries, consignment, partnerships, licensing, franchising.

*In the European scene,
France is the nation with the highest
number of franchise networks.*

Precontractual information

Going on with the analysis of the law, in a passage it says: "When the payment of a sum of money is required in advance before signing the contract (...) in order to obtain exclusivity in particular for a zone, the performances in exchange for that amount shall be specified in writing, as well as the parties mutual obligations in case of default". In addition a list of pre-contractual information must be included in a specific document.



La normativa francese continua a essere l'unica che regola tutte le forme di reti commerciali: consorzio, cooperativa, concessione parteneriato, licenza di marchio, franchising

zione di specifiche leggi sul franchising in altri paesi europei, la normativa francese continua ad essere l'unica che regola tutte le forme di reti commerciali: consorzio, cooperativa, concessione, distribuzione, reti di vendita con intermediari, conto vendita, parteneriato, licenza di marchio, franchising.

Le informazioni precontrattuali

Proseguendo nell'analisi della norma, in un passaggio recita: "Quando il versamento di una somma di denaro è richiesto anticipatamente alla firma del contratto (...) al fine di ottenere in particolare l'esclusività per una zona, le prestazioni assicurate in contropartita a questa somma sono precisate per iscritto, come anche le obbligazioni reciproche delle parti in caso di illecito". A ciò si aggiunge la lista delle informazioni precontrattuali che devono essere inserite in un documento specifico.

Di notevole importanza è l'obbligo di descrivere "lo stato e le prospettive di sviluppo del mercato in oggetto". Apparentemente complesso in quanto scambiabile per una "ricerca di mercato", in realtà si tratta di una "fotografia del mercato" richiedendo al proponente (titolare di rete, franchisor) di attivarsi in modo da far comprendere al futuro aderente/franchisee le condizioni di mercato nelle quali andrà a operare. Si tratta, in pratica, di una "situazione sociale, economica e demografica" di una specifica area in un determinato momento. Sono dati

oggettivi e anche facilmente reperibili.

Ad esempio, popolazione per età, numero dei disoccupati, reddito medio, elenco delle imprese che esercitano la stessa attività, nonché le loro vendite. Particolarmente indirizzata all'insegna della totale trasparenza, è l'informazione che (insieme alla data di costituzione dell'impresa) riguarda la fornitura di un massimo di 5 referenze bancarie.

Non meno importante, inoltre, è l'obbligo di predisporre "una particolare menzione alle fasi principali" (al massimo 5 anni) "del suo sviluppo" accompagnata da un "prospetto illustrativo con tutte le informazioni utili alla valutazione dell'esperienza professionale dell'affiliante o dei dirigenti". Nella sostanza, si informa, per legge, il soggetto interessato ad aderire "chi guida" il franchising e come è stato guidato fino al momento dell'informazione. In Italia tale informazione è contenuta nella "proposta di riforma della normativa" di iniziativa IREF Italia, ANCommercialisti e AZ Franchising con l'adesione della Corte Arbitrale Europea, ma è stata definita (da chi si ritiene dovrebbe fare gli interessi del settore) come "burocrazia", degradando i termini "trasparenza e correttezza".

Il pacchetto di informazioni si conclude con l'obbligo di allegare gli ultimi due bilanci (in Italia sono 3, ma solo su richiesta del potenziale affiliato ed è facile immaginare come può essere interpretata una tale richiesta dagli affiliati).

La dimensione della rete

Un importante confronto da fare con la normativa italiana è l'ulteriore informazione che giunge dalla fotografia richiesta per illustrare la composizione/dimensione delle rete.

Su questo argomento, in Italia, ci sono stati alcuni "pesanti" interventi dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e la nostra norma precisa che il franchisor deve fornire "l'indicazione della variazione, anno per anno, del numero degli affiliati con relativa ubicazione negli ultimi tre anni o dalla data di inizio dell'attività dell'affiliante, qualora esso sia avvenuto da meno di tre anni". Si tratta di una visione "statica" annuale che non fornisce quelle informazioni utili a capire "che accade e che è accaduto" nella rete, non potendo, così, riflettere su cosa forse potrebbe ancora accadere. Dalla normativa francese, al franchisor si richiedono:

- gli indirizzi delle imprese stabilite in Francia con le quali il soggetto proponente il contratto è legato da altri contratti della stessa natura di quello la cui conclusione è prevista: la data di conclusione o di rinnovo di questi contratti è fissata con precisione. Se la rete conta più di cinquanta affiliati, le informazioni menzionate nel comma precedente sono richieste solamente per le 50 imprese più vicine al luogo della futura affiliazione
- il numero delle imprese che, essendo legate alla rete con uno dei contratti della stessa natura di quello la cui conclusione è prevista, hanno cessato di far parte della rete nel corso dell'anno precedente a quello del rilascio del documento in questione, con la precisazione se il contratto è venuto a scadenza o se è stato risolto o annullato.

Le sanzioni

La norma francese, inoltre, prevede anche un regime sanzionatorio. Infatti, "è prevista una pena pecuniaria a chiunque metta a disposizione di un'altra persona un nome commerciale, un marchio o un'insegna, esigendo da questa un accordo di esclusività o di quasi-esclusività per l'esercizio della



Of great importance is the requirement to describe “the state and prospects of development of the market in question”. A seemingly complex task that could be misunderstood as “market research”, it is actually an “overview of the market” that requires the offerer (network owner, franchisor) to take action so as to make the future member / franchisee understand the market conditions in which it will operate. It is essentially an overview “social, economical and demographic status” of a specific area at a given time. They are also easily available and objective data. For example, population by age, number of unemployed people, average income, list of companies engaged in the same activities as well as their sales turnover. Aimed specifically at achieving full transparency, it is the information that (along with the business establishment date) is related to providing a maximum of 5 bank references.

No less important, it’s the obligation to make “a special mention of the main stages” (of a maximum 5 years) “of its development” accompanied by a “fact sheet with all relevant information for the professional assessment of franchisees or managers”. In essence, it informs, by law, the person interested in joining the network about who “is at head” of the franchise and how it was handled up to the date of the information. In Italy, this information is contained in the “regulatory reform proposal” by an initiative by IREF Italian, AN-Commercialisti and AZ Franchising with the acceptance of the European Court of Arbitration, but was defined (by the same people who we believe should make the interests of the industry) as “bureaucracy”, degrading the terms “transparency and fairness”.

The information pack ends with the requirement to attach the last two budgets (3 in Italy, but only upon request of the potential franchisee and it is easy to imagine how such request can be interpreted by franchisors).

The size of the network

An important comparison that needs to be made with the Italian legislation is the additional information deriving from the requested overview to describe the composition / size of the network.

On this subject, in Italy, there have been some “heavy” interventions by the Competition and the Market Authority and our regulations state that the franchisor must provide “an indication of the variation, year by year, of the number of franchisees with their related location in the past three years or from the start date of the franchising, in the case it is less than three years”. It is a “static” annual overview that does not provide any useful information in order to understand “what is happening and what happened in the past” in the network, not enabling perspective franchisees to think about what possibly could still happen.

In the French legislation, the franchisor is required to provide:

The addresses of the companies established in France with whom the offerer of the contract is linked by other contracts of the same nature of the one that is scheduled to sign: the termination or renewal of these contracts is established rigorously. If your network has more than fifty members, the information mentioned in the above paragraphs are required only for the 50 businesses closest to the future franchisee’s location.

The number of companies, being linked to the network with a contract of the same nature of the one which termination is expected, have ceased to be part of the network during the year preceding that of the issue of the documentation in question, with clarification if the contract has expired or has been terminated or canceled.

Sanctions

The French law, moreover, also provides for a sanctionatory system. In fact, “a monetary penalty is provided for to anyone

I vantaggi della legge francese / The advantages of the French law

- Si applica a tutte le forme di rete commerciale
- Obbliga il franchisor a fornire informazioni “dinamiche” e non statiche sulla rete
- Obbliga il franchisor a fornire gli ultimi due bilanci
- Prevede delle sanzioni in caso di mancato rispetto di uno o più parti.
- Applies to all forms of commercial network
- It forces the franchisor to provide “dynamic” information, not static on the network
- It forces the franchisor to provide the last two annual balances
- It provides for sanctions in case of non-compliance with one or more parts.

sua attività, senza avergli comunicato, almeno venti giorni prima della firma del contratto, il documento informativo e la bozza di contratto menzionati”. Conclusione della norma è un'altra disposizione in termini di trasparenza rivolta al consumatore: “Ogni persona che vende prodotti o fornisce servizi, legata con un accordo di franchising a un franchisor, deve informare il consumatore dell'indipendenza della sua impresa, in modo leggibile e visibile, sull'insieme dei documenti di informazione, soprattutto di natura pubblicitaria, nonché all'interno e all'esterno del luogo di vendita”.

Una cultura del franchising

È palese che la differenza più importante tra la norma francese e quella italiana, ma anche con quelle di altre nazioni UE, sta nel fatto di aver creato le basi culturali. Infine, non di meno, il fatto che qualsiasi tipologia di contratto adottato, sul quale la norma portasse i suoi effetti e che due parti stessero analizzando, determinasse sempre l'obbligo di una informazione scritta con il DIP (Documento di Informazione Precontrattuale), ha generato la cultura di una informazione “impegnativa” confermando che verba volant scripta manent anche e soprattutto prima di firmare un contratto.

È palese che la differenza più importante tra la norma francese e quella italiana, ma anche con quelle di altre nazioni UE, sta nel fatto di aver creato le basi culturali

It is clear that most important difference between French and Italian law, but also between other EU countries, being the fact that they created the cultural basis

who makes available to another person a commercial name, a brand or a brand name, requesting an exclusivity agreement or quasi-exclusivity for the exercise of its activity, not providing him, at least twenty days before the contract is signed, the mentioned information document and the draft contract”.

Conclusion of the law is another provision to guarantee the final customer full transparency: “Every person who sells products or provides services, connected to a franchisor by a franchise agreement, must inform the final customer of the independence of its business, in a clear and visible way, on all pieces of information, especially advertising, as well as inside and outside the place of sale”.

A franchising culture

It is clear that the differences between French and Italian law, but also between other EU countries, the most important being the fact that they created the cultural basis. Finally, not least important, is the fact that any type of contract adopted, on which the regulation would bring its effects and that two parties were analyzing, always calls for the requirement of written exchange with the DIP (pre-contractual information document), has generated the culture of a “demanding” information confirming that verba volant scripta manent especially before signing a contract.

