

Il franchising: stato dell'arte e prospettive.

Prima di addentrarsi nelle tematiche specifiche riguardanti gli aspetti rilevanti del contratto di franchising, non posso non riflettere brevemente sul perché questa iniziativa, "Economia e Franchising", è nata e su quale sia la sua mission. La risposta passa attraverso un'attenta ricognizione dell'odierna realtà in tema di franchising.

Oggi, infatti, si denota una carenza, nel settore commerciale e del franchising, di effettivi e concreti strumenti di supporto agli operatori del settore: si riscontrano realtà associative tout court le quali, per lo più, fidelizzano solo determinati "parti" del rapporto contrattuale di franchising e che comunque non facilitano (anzi, a volte, ingolfano) la capacità di dialogo tra tutti gli operatori del settore, acuendo, di conseguenza, le distanze.

Ebbene, è in questo contesto così frazionato e per certi versi complicato, caratterizzato da insufficienza degli strumenti in uso, che nasce "Economia&Franchising", quale contenitore di tutte le iniziative provenienti da tutti gli operatori del settore: franchisor, franchisee, imprenditori, privati cittadini, consumatori, etc.

Economia&Franchising non fidelizza, non fa proselitismo: esso è, per lo più, un blog che esprime le varie professionalità che vi partecipano e che vi confluiscano con un unico scopo, la crescita del settore e, in via preliminare, la diffusione di una (giusta) cultura sul franchising.

Perché, in realtà, oggi appaiono oltremodo obsolete quelle posizioni di scetticismo che una volta accompagnavano chi si avvicinava al franchising: quell'aura di business quasi truffaldino e, comunque, incerto. Sensazioni, queste, di certo avallate dalla mancanza di una legislazione ad hoc al riguardo.

Ma, oggi che una legge esiste e dalla creazione della quale sono passati ben dodici anni, siamo realmente sicuri che sia stata del tutto eliminata la diffidenza e l'incertezza?

Economia&Franchising lavora appunto per questo. E' un gruppo in crescita non a servizio delle associazioni di categoria, ma gruppo di studio che supporta il franchising, la sua diffusione e il suo sviluppo.

E' un gruppo composto dalle più variegata personalità: dagli avvocati, ai commercialisti, agli imprenditori, alle banche, ai consulenti, etc .

Ma, soprattutto, da chiunque voglia entrare a farne parte, ognuno con il proprio apporto, la propria esperienza. Perché l'obiettivo rimane pur sempre quello di diffondere la cultura, la "giusta" cultura di questo strumento contrattuale ed economico in grado di lanciare e sostenere sui mercati più disparati forme di businesses che isolatamente avrebbero grandi e serie difficoltà di imporsi.

Tutto ciò contribuisce allo sviluppo e alla diffusione appieno di questa realtà, il franchising, che – in assenza di storture - sopperisce anche alle difficoltà più comuni che oggi gli imprenditori incontrano nel momento in cui si cimentano in un business: la difficoltà di reperire fondi di natura economica.

La formula del franchising, infatti, da un lato – quello del franchisor – permette di reperirli attraverso i contributi dei franchisee nonché consente la diffusione più o meno capillare del business attraverso la rete, dall'altro – quello del franchisee – permette di beneficiare per il proprio business di una formula già sperimentata (e, quindi, avente presumibilmente maggiori possibilità di successo).

Tali elementi sono serviti a realtà commerciali (soprattutto italiane) oggi molto diffuse – anche all'estero - e fortemente note nel settore del franchising.

Una domanda sorge spontanea, però: tenuto conto della realtà odierna, l'attuale legge (N. 129/2004) soddisfa?

La realtà commerciale pratica e quella forense inducono a rispondere negativamente a quest'interrogativo. La l. 129/2004 è sempre più "legge sul franchising" ma non "legge sul contratto di franchising" con tutta una serie di difficoltà applicative che poi sono alla base delle varie forme di patologia dei contratti di franchising di cui le aule dei Tribunali sono piene: abuso di dipendenza economica, omessa o insufficiente comunicazione dell'informativa precontrattuale, etc. Per lo più, si tratta di patologie che la prassi giurisprudenziale applica anche al contratto di franchising per analogia da altre figure dei contratti di rete, ma di cui la legge appositamente dedicata all'Affiliazione commerciale tace.

Allora, il nostro scopo principale è quello di diffondere la "giusta cultura del franchising" in modo così capillare che alla fine, grazie ai contributi di chiunque possa apportare conoscenza pratiche e teorica attraverso il nostro blog, possiamo redigere il nostro progetto di legge sul franchising, quello di tutti gli operatori del settore e aperto a tutti, e che, facendo tesoro delle esperienze, possa intensificare l'utilizzo di questo straordinario strumento contrattuale ed economico.