

Martedì 12 settembre 2017

P8\_TA(2017)0322

## Funzionamento del franchising nel settore del commercio al dettaglio

### Risoluzione del Parlamento europeo del 12 settembre 2017 sul funzionamento del franchising nel settore del commercio al dettaglio (2016/2244(INI))

(2018/C 337/02)

Il Parlamento europeo,

- vista la sua risoluzione dell'11 dicembre 2013 sul Piano d'azione europeo per il commercio al dettaglio a vantaggio di tutte le parti interessate <sup>(1)</sup>, in particolare il paragrafo 29,
  - vista la sua risoluzione del 7 giugno 2016 sulle pratiche commerciali sleali nella filiera alimentare <sup>(2)</sup>,
  - visto lo studio sul franchising commissionato dalla commissione IMCO, dell'aprile 2016 <sup>(3)</sup>,
  - visto lo studio commissionato dalla commissione IMCO dal titolo «Legal Perspective of the Regulatory Framework and Challenges for Franchising in the EU» (prospettiva giuridica del quadro normativo e sfide per il franchising nell'UE), del settembre 2016 <sup>(4)</sup>,
  - visto il briefing dal titolo «Future Policy Options in Franchising in the EU: Confronting Unfair Trading Practices» (future opzioni politiche nell'ambito del franchising nell'UE: come affrontare le pratiche commerciali sleali) <sup>(5)</sup>,
  - visto il workshop dal titolo «Relations between franchisors and franchisees: regulatory framework and current challenges» (relazioni tra affilianti e affiliati: quadro normativo e sfide attuali), organizzato dalla commissione IMCO il 12 luglio 2016,
  - visto l'articolo 52 del suo regolamento,
  - visti la relazione della commissione per il mercato interno e la protezione dei consumatori e il parere della commissione per i problemi economici e monetari (A8-0199/2017),
- A. considerando che non esiste una definizione comune europea di franchising e che gli accordi di franchising variano da un'azienda all'altra, ma che una delle loro caratteristiche principali è il partenariato contrattuale su base volontaria tra imprenditori o persone fisiche o giuridiche finanziariamente e giuridicamente indipendenti le une dalle altre, per mezzo del quale una parte (l'affiliante) concede all'altra parte (l'affiliato) il diritto di utilizzare la sua formula di franchising, il suo nome e i suoi marchi e condivide il suo know-how, sulla base delle proprie competenze tecniche e organizzative e offrendo assistenza per il periodo di validità dell'accordo, laddove i clienti fanno affidamento sull'unità del sistema di franchising e l'intento comune di affiliante e affiliato è quello di consentire la rapida acquisizione di nuovi mercati con investimenti limitati e maggiori possibilità di successo;
- B. considerando che, nella sua risoluzione dell'11 dicembre 2013, il Parlamento ha accolto con favore il franchising in quanto modello commerciale che sostiene le nuove imprese e la proprietà delle piccole imprese, ma ha rilevato l'esistenza, in taluni casi, di clausole contrattuali abusive e ha chiesto termini contrattuali trasparenti ed equi; che, inoltre, in detta risoluzione ha richiamato in particolare l'attenzione della Commissione e degli Stati membri sui problemi riscontrati dagli affiliati che intendono cedere l'attività o cambiare formula, pur continuando a operare nello stesso settore, e invitato la Commissione a esaminare il divieto di meccanismi di fissazione dei prezzi nei sistemi di franchising nonché gli effetti delle clausole di concorrenza a lungo termine, del diritto di prelazione e del divieto di multifranchising;

<sup>(1)</sup> GU C 468 del 15.12.2016, pag. 140.

<sup>(2)</sup> Testi approvati, P8\_TA(2016)0250.

<sup>(3)</sup> IP/A/IMCO/2015-05, PE 578.978

<sup>(4)</sup> IP/A/IMCO/2016-08, PE 587.317

<sup>(5)</sup> PE 587.325.

Martedì 12 settembre 2017

- C. considerando che il franchising ha tutto il potenziale per essere un modello commerciale in grado di contribuire al completamento del mercato unico nel settore del commercio al dettaglio, in quanto può rivelarsi uno strumento utile per avviare un'impresa mediante un investimento condiviso tra affiliante e affiliato; che è pertanto motivo di delusione constatare che, attualmente, nell'Unione europea i risultati sono inferiori alle potenzialità, poiché il franchising rappresenta solo l'1,89 % del PIL, contro il 5,95 % negli USA e il 10,83 % in Australia, e che l'83,5 % del volume d'affari del franchising è concentrato in appena sette Stati membri <sup>(1)</sup>, motivo per cui è importante incoraggiare una maggiore diffusione di questo modello commerciale in tutta l'UE;
- D. considerando che il franchising presenta, potenzialmente, una significativa dimensione transfrontaliera, è importante per il funzionamento del mercato interno e può dunque contribuire alla creazione di posti di lavoro, allo sviluppo delle PMI e dell'imprenditoria nonché all'acquisizione di nuove capacità e competenze;
- E. considerando che la legislazione vigente che disciplina il franchising come modello commerciale varia notevolmente da uno Stato membro all'altro, il che crea ostacoli tecnici e potrebbe scoraggiare sia gli affilianti che gli affiliati dall'espandere la propria attività oltre confine; che ciò può a sua volta ripercuotersi sui consumatori finali limitando le loro possibilità di scelte;
- F. considerando che vi sono differenze tra formule rigide («hard») e morbide («soft») di franchising, a seconda delle condizioni contenute nell'accordo di franchising; che, inoltre, modelli commerciali alternativi come i «gruppi di dettaglianti indipendenti» presentano caratteristiche peculiari e dovrebbero essere vincolati dalle regole che governano il franchising solo nella misura in cui corrispondono alla definizione di franchising;
- G. considerando che i dati sul funzionamento del franchising nei vari settori sono scarsi, dato che le informazioni importanti non sono messe per iscritto oppure, spesso, sono reperibili solo nelle lettere di accompagnamento dell'accordo di franchising, che sono riservate e quindi non pubbliche; che a livello dell'UE non esiste un meccanismo per raccogliere informazioni sulle clausole contrattuali potenzialmente abusive o sull'esecuzione sleale dei contratti, motivo per cui è necessaria una piattaforma contenente queste importanti informazioni affinché affilianti e affiliati siano maggiormente consapevoli dei loro diritti e doveri;
- H. considerando che il commercio elettronico si sta diffondendo sempre più e viene utilizzato in misura sempre maggiore dai consumatori e che dovrebbe pertanto essere preso maggiormente in considerazione negli accordi di franchising; che nel quadro della realizzazione del mercato unico digitale è dunque opportuno prestare specificamente attenzione alle possibili tensioni fra affilianti e affiliati in relazione al commercio elettronico, ad esempio per quanto concerne il diritto di esclusività dell'affiliato per una determinata zona geografica, e alla crescente importanza che i dati sui consumatori rivestono per il successo dei modelli commerciali di franchising, in particolare in considerazione del fatto che, attualmente, gli accordi di franchising non contengono disposizioni in proposito, dando adito a incertezze e conflitti inutili;
- I. considerando che la Commissione ha definito le pratiche commerciali sleali quali «pratiche che si discostano ampiamente dalla buona condotta commerciale, sono in contrasto con la buona fede e la correttezza e sono imposte unilateralmente da un partner commerciale all'altro partner» <sup>(2)</sup>;
1. ritiene che il franchising, visto il suo attuale sottoutilizzo nell'UE rispetto ad altre economie sviluppate, possa svolgere un ruolo ancora più importante per il completamento del mercato unico nel settore del commercio al dettaglio;
  2. reputa importante che gli Stati membri applichino misure efficaci contro le pratiche commerciali sleali nel settore del franchising, ma rileva che in proposito esistono tuttora notevoli disparità e differenze tra gli Stati membri; ritiene dunque importante formulare orientamenti non legislativi omogenei, che riflettano le migliori prassi sul funzionamento del franchising nel settore del commercio al dettaglio;
  3. invita la Commissione a introdurre orientamenti in materia di contratti di franchising per definire più chiaramente il contesto normativo di tali contratti, garantendo il rispetto delle norme sul lavoro e un servizio adeguato e di qualità;

<sup>(1)</sup> Studio commissionato dalla commissione IMCO dal titolo «Legal Perspective of the Regulatory Framework and Challenges for Franchising in the EU» (prospettiva giuridica del quadro normativo e sfide per il franchising nell'UE), settembre 2016, pag. 12.

<sup>(2)</sup> «Affrontare le pratiche commerciali sleali nella filiera alimentare tra imprese», COM(2014)0472.

**Martedì 12 settembre 2017**

4. ritiene che, data la forte componente frontaliere nel franchising, sia raccomandabile un approccio uniforme per intervenire sulle pratiche commerciali sleali a livello dell'UE;
5. riconosce che, sebbene a livello nazionale siano state adottate disposizioni normative a tutela degli affiliati, l'accento è stato posto sulla fase precontrattuale, imponendo obblighi di comunicazione agli affilianti; deplora che i sistemi nazionali non abbiano previsto meccanismi di esecuzione atti a garantire efficacemente la continuità del rapporto di franchising;
6. osserva che gli affiliati rappresentano spesso la parte contraente più debole, in particolare quando si tratta di PMI, poiché solitamente la formula di franchising viene elaborata dall'affiliante e gli affiliati tendono a essere finanziariamente più deboli e potrebbero dunque essere meno informati dell'affiliante, ritrovandosi di conseguenza a dipendere dalle competenze professionali di quest'ultimo; sottolinea che i sistemi di franchising sono fortemente dipendenti dalla corretta cooperazione tra affiliante e affiliati, dal momento che si basano su una corretta attuazione ad opera di tutte le parti;
7. ricorda che il franchising è una relazione contrattuale tra due aziende giuridicamente indipendenti;
8. sottolinea che la regolamentazione dovrebbe mantenere e accrescere la fiducia del mercato nel franchising quale modello commerciale, in quanto tale modello favorisce l'imprenditorialità non solo a livello delle microimprese e delle piccole e medie imprese che diventano affilianti, ma anche dei soggetti privati che diventano affiliati;
9. osserva che gli affilianti si sono organizzati a livello sia nazionale che europeo per rappresentare i propri interessi, mentre spesso gli affiliati non dispongono di tali organizzazioni rappresentative che difendono i loro interessi collettivi e continuano a operare perlopiù su base individuale;
10. invita la Commissione e gli Stati membri a promuovere il dialogo tra affilianti, affiliati e responsabili decisionali, a favorire la creazione di associazioni di rappresentanza degli affiliati e a garantire che la loro voce sia ascoltata ogni qualvolta si elaborino politiche o leggi che li potrebbero riguardare, al fine di garantire una rappresentanza più equa delle parti, pur ribadendo che l'adesione a tali organizzazioni deve restare facoltativa;
11. sottolinea che vi è una persistente mancanza di informazioni sul funzionamento del franchising nel settore della vendita al dettaglio e invita gli Stati membri a designare, in cooperazione con la Commissione, punti di contatto dove ottenere informazioni, ove disponibili, sui problemi incontrati da affilianti e affiliati; invita altresì la Commissione a migliorare la raccolta di informazioni a livello dell'UE, basandosi tra l'altro sui dati forniti dai suddetti punti di contatto, garantendo al contempo la riservatezza delle informazioni così acquisite;
12. invita la Commissione ad analizzare il funzionamento del franchising nel settore del commercio al dettaglio, anche per quanto concerne l'esistenza di clausole contrattuali abusive o di altre pratiche commerciali sleali, e a chiedere a Eurostat di prestare attenzione a questo modello nel raccogliere informazioni statistiche sul settore, senza ulteriori oneri amministrativi o di altro tipo per gli imprenditori;
13. prende atto del codice deontologico europeo del franchising, elaborato dall'Associazione europea del franchising (EFF), quale strumento potenzialmente efficace per promuovere le migliori prassi nel settore del franchising mediante l'autoregolamentazione, ma osserva anche che esso è stato oggetto di severe critiche da parte degli affiliati, i quali hanno messo in rilievo, tra le altre cose, il fatto che, prima della sua revisione nel 2016, il codice formulava in termini più rigorosi gli impegni dell'affiliante; incoraggia affilianti e affiliati a garantire una rappresentanza equa ed equilibrata di entrambe le parti onde pervenire a una soluzione adeguata;
14. si rammarica, tuttavia, del fatto che il codice riguardi solo una piccola minoranza degli operatori di franchising dell'Unione europea, dal momento che la maggioranza non aderisce né all'EFF né alle associazioni nazionali che l'hanno adottato e che diversi Stati membri non hanno associazioni nazionali di franchising;
15. prende atto delle preoccupazioni esistenti in relazione alla mancanza di un meccanismo di esecuzione indipendente che accompagni il codice deontologico europeo e rileva che, in alcuni Stati membri, questa mancanza ha portato all'introduzione di norme volte a prevenire e contrastare le pratiche commerciali sleali nel settore del franchising;
16. ricorda che il codice deontologico consiste di una serie di regole accettate dagli affilianti che si aggiungono alle regole imposte dalla legge; è convinto che il codice deontologico dovrebbe continuare a rappresentare un valore aggiunto per chiunque sia disposto a rispettare tali regole;

Martedì 12 settembre 2017

17. reputa necessario valutare l'efficacia del quadro di autoregolamentazione e della *Supply Chain Initiative* (iniziativa della catena di approvvigionamento) dell'UE, in quanto l'affiliazione alle associazioni nazionali di franchising è una condizione preliminare per la partecipazione a detta iniziativa;
18. osserva che gli accordi di franchising dovrebbero rispettare pienamente i principi di un partenariato equilibrato, nell'ambito del quale affiliante e affiliato devono mantenere un comportamento reciproco ragionevole e leale e risolvere reclami, vertenze e controversie attraverso una comunicazione sincera, trasparente, ragionevole e diretta;
19. invita gli Stati membri a trasmettere alla Commissione i reclami e le altre informazioni pertinenti ricevuti tramite un punto di contatto o in altro modo; invita la Commissione a elaborare, sulla base di tali informazioni, un elenco non esaustivo di pratiche commerciali sleali, che dovrebbe essere pubblicato e reso accessibile a tutti gli interessati; invita inoltre la Commissione a istituire, se necessario, una piattaforma di esperti per acquisire ulteriori informazioni sulla prassi del franchising nel settore del commercio al dettaglio, e in particolare su qualsiasi tipo di pratica commerciale sleale;
20. segnala, in particolare, la necessità di principi specifici per garantire l'equilibrio dei diritti e obblighi contrattuali delle parti, quali informazioni precontrattuali chiare, corrette e complete, che includano informazioni sul rendimento della formula di franchising, sia in termini generali che relativamente all'ubicazione prevista dell'affiliato, chiare limitazioni circa i requisiti di riservatezza, che dovrebbero essere disponibili per iscritto e con sufficiente anticipo prima della firma dell'accordo, e l'introduzione di un periodo di riflessione di cinque giorni dopo la firma dell'accordo; richiama altresì l'attenzione sulla necessità che l'affiliante assicuri, se del caso, all'affiliato un'assistenza tecnica e commerciale continuativa durante il periodo di validità dell'accordo;
21. sottolinea che l'affiliante dovrebbe fornire agli affiliati una formazione iniziale specializzata, ove necessario, nonché orientamenti e informazioni adeguati durante il periodo di validità dell'accordo;
22. ricorda che gli affiliati hanno l'obbligo di approfondire il massimo impegno per la crescita dell'attività in franchising e per la salvaguardia dell'identità comune e della reputazione della rete di franchising, nonché di collaborare lealmente, a tale fine, con tutti i partner della rete e di rispettare i diritti di proprietà industriale e intellettuale relativi alla formula del franchising così come il diritto di concorrenza;
23. aggiunge, tuttavia, che gli affilianti impongono a volte agli affiliati di acquistare prodotti e servizi non legati alla formula del franchising; ritiene che una siffatta richiesta non debba essere considerata parte dell'obbligo degli affiliati di salvaguardare l'identità comune e la reputazione della rete di franchising, ma che possa facilmente costituire una pratica commerciale sleale;
24. sottolinea che le clausole di non concorrenza dovrebbero essere formulate in maniera chiara, essere ragionevoli e proporzionate e non dovrebbero applicarsi per un periodo di durata superiore a quella strettamente necessaria, tenendo conto, in particolare, dell'esigenza potenziale per gli affiliati di cambiare la formula del franchising nel caso in cui cambi la zona in cui operano e, di conseguenza, la domanda di prodotti o servizi;
25. prende atto delle problematiche che insorgono in relazione alle vendite online, che costituiscono una parte sempre più importante del modello commerciale del franchising, ma che non sono contemplate dagli accordi di franchising tradizionali, che non tengono conto dell'effetto che le vendite online potrebbero avere sulle disposizioni in essi contenute; propone pertanto di inserire, ove opportuno, negli accordi di franchising disposizioni relative alle vendite online, in particolare nei casi in cui vi è uno squilibrio tra il potere dell'affiliante e dell'affiliato, segnatamente quando quest'ultimo è una PMI;
26. invita la Commissione ad avviare una consultazione pubblica al fine di ottenere informazioni imparziali circa la reale situazione del franchising e a elaborare orientamenti non legislativi, che riflettano le migliori prassi, sul funzionamento del franchising nel settore del commercio al dettaglio, in particolare in relazione ai più recenti sviluppi tecnologici e di mercato, come le vendite online, e a presentare tali orientamenti al Parlamento entro gennaio 2018; invita in proposito la Commissione ad analizzare gli strumenti di autoregolamentazione esistenti nonché le prassi giuridiche degli Stati membri in materia di franchising nel settore del commercio al dettaglio e a presentare le proprie conclusioni al Parlamento, incluse raccomandazioni sulle misure da adottare per sviluppare ulteriormente il settore del franchising nell'UE;

Martedì 12 settembre 2017

27. sottolinea che il Parlamento europeo dovrebbe essere coinvolto attivamente in tutti i lavori relativi al franchising nel settore al dettaglio, segnatamente nell'adeguamento dei regolamenti e delle direttive in materia al fine di rendere più coerente e logico il quadro normativo;

#### **Diritto della concorrenza**

28. sottolinea la necessità di un'applicazione omogenea, in tutti gli Stati membri, del regolamento (UE) n. 330/2010 della Commissione, del 20 aprile 2010, relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate<sup>(1)</sup>, e deplora la mancanza di informazioni circa la sua applicazione;

29. ritiene che la Commissione dovrebbe verificare se l'efficacia di tale regolamento non sia compromessa dalla mancanza di omogeneità nella sua applicazione negli Stati membri e se il regolamento sia in linea con i recenti sviluppi del mercato, in particolare per quanto concerne le clausole post-contrattuali oggetto di esenzione e le condizioni di acquisto;

30. è dell'avviso che la Commissione dovrebbe verificare in che misura sarebbe possibile migliorare l'applicazione del regolamento mediante un meccanismo di valutazione nel quadro della rete europea delle autorità garanti della concorrenza; sottolinea che l'incoerenza delle misure di follow-up della Commissione è di ostacolo alle attività transfrontaliere di vendita al dettaglio e non assicura parità di condizioni all'interno del mercato unico;

31. ritiene che una migliore applicazione del regolamento a livello nazionale potrebbe contribuire a migliorare la distribuzione e a incrementare l'accesso al mercato da parte delle imprese di altri Stati membri, e offrirebbe in definitiva maggiori vantaggi al consumatore finale;

32. ritiene che la Commissione dovrebbe anche analizzare gli effetti involontari del diritto della concorrenza nei singoli Stati membri;

33. incoraggia la Commissione ad avviare consultazioni pubbliche e a informare il Parlamento in merito all'idoneità del modello su cui si baserà il futuro regolamento di esenzione per categoria;

34. invita altresì la Commissione a garantire il recupero di eventuali aiuti di Stato illegali ottenuti sotto forma di agevolazioni fiscali nel settore del franchising e a dar prova di fermezza nella conduzione delle indagini in corso; sottolinea inoltre che l'UE deve disporre di una legislazione più chiara in materia di ruling fiscali; invita la Commissione a porre rimedio ad eventuali infrazioni nel settore del franchising al fine di garantire una concorrenza leale in tutto il mercato unico;

35. invita la Commissione a porre rimedio alle carenze del mercato e ad assicurare un efficace contrasto dell'evasione ed elusione fiscale nel settore del franchising;

36. invita la Commissione a valutare la necessità di una revisione del regolamento e, in questo contesto, a procedere a verifiche e a informare il Parlamento in merito agli aspetti seguenti: 1) l'impatto dell'approccio trasversale sul funzionamento del franchising; 2) la corrispondenza alla realtà del mercato del modello di franchising adottato nel regolamento; 3) la misura in cui le cosiddette «restrizioni verticali consentite», vale a dire le condizioni alle quali gli affiliati possono acquistare, vendere o rivendere determinati beni o servizi, siano proporzionate o abbiano un effetto negativo sul mercato e i consumatori; 4) le nuove sfide per affilianti e affiliati nel contesto del commercio elettronico e della digitalizzazione in generale; 5) la raccolta di informazioni di mercato sulle nuove tendenze, l'evoluzione del mercato per quanto riguarda l'organizzazione in rete e i progressi tecnologici;

37. invita la Commissione a rivedere le regole relative all'osservanza del regolamento da parte degli Stati membri, la cui applicazione dovrebbe essere opportunamente adeguata ai fini del raggiungimento della finalità perseguita;

o

o o

38. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio e alla Commissione.

---

<sup>(1)</sup> GU L 102 del 23.4.2010, pag. 1.