

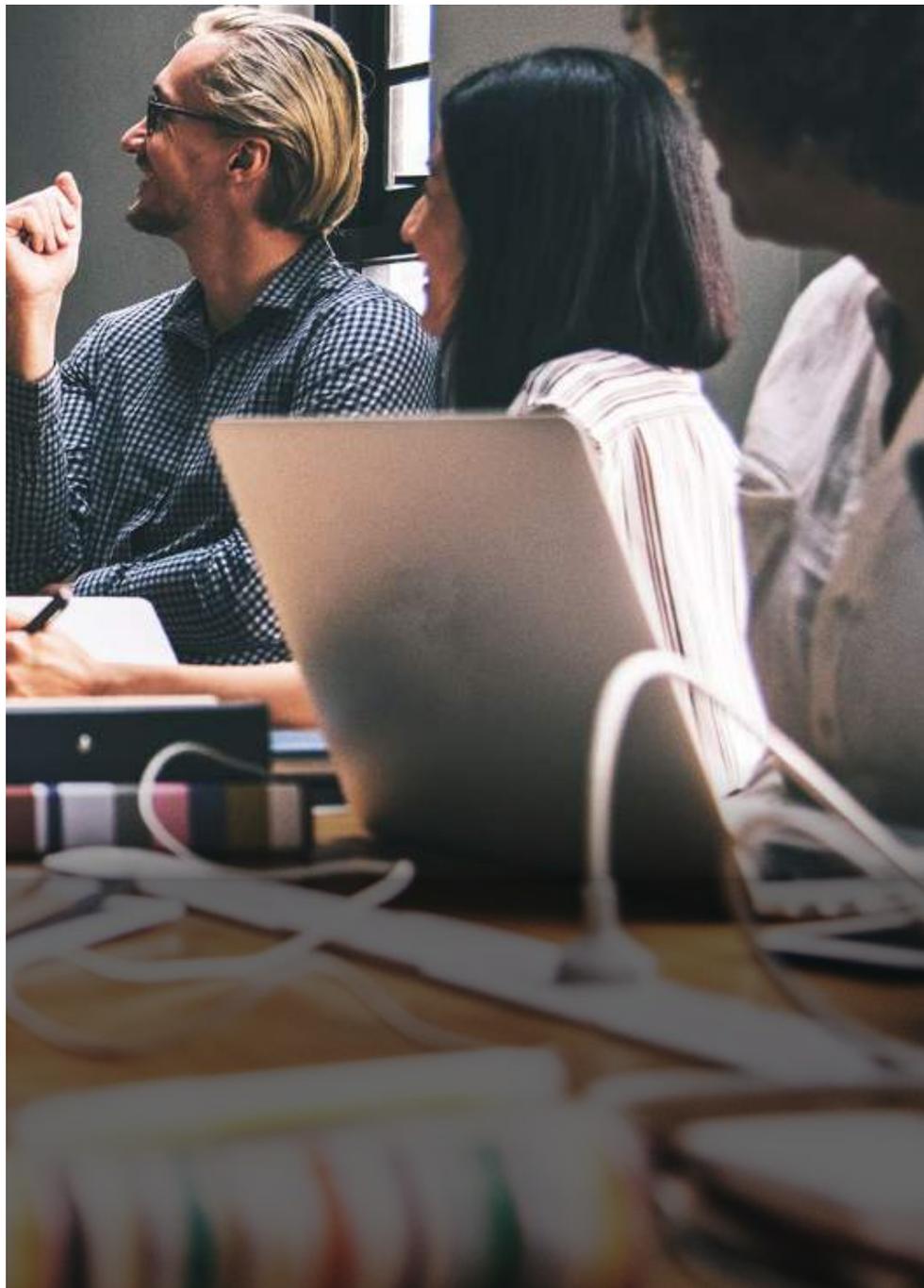
Puoi fidarti **DEL FRANCHISOR?**

Prima di sottoscrivere un contratto di franchising, chi vuole entrare a far parte di una rete dovrebbe svolgere una "due diligence" ad almeno tre livelli. Vediamo quali.

Aprire uno o più store in franchising può essere la mossa vincente per assicurarsi successo imprenditoriale. **Tuttavia, in mancanza di valutazioni corrette, dietro tale scelta potrebbero annidarsi molteplici pericoli, quali un franchisor non economicamente stabile e mal disposto alla comunicazione con il franchisee oppure dei costi molto più alti rispetto a quelli che erano stati inizialmente prospettati.** In tale quadro, bisogna anche tenere in considerazione che esperti e

studiosi del franchising affermano che negli imprenditori interessati al settore – tanto quelli alle prime armi quanto quelli più esperti – si nota una percezione del rischio d'impresa molto più bassa, proprio a causa delle tempistiche e delle modalità con cui le offerte vengono presentate nonché di una intrinseca fiducia nei confronti del franchisor.

Dunque, come minimizzare il rischio di incorrere in un business che potrebbe dimostrarsi essere esclusivamente fonte di perdita?



si impegnano ad analizzare ogni singolo aspetto del potenziale candidato, non meno minuziosa deve essere la due diligence svolta dal futuro franchisee, considerato che essa rappresenta il preludio di una relazione commerciale possibilmente duratura e di successo.

A sussidio di tale attività si pone anche la normativa italiana sul franchising.

Gli obblighi di legge

La l. 129/2004 prevede, infatti, degli obblighi di disclosure e di informazione nei confronti dell'affiliato. Ad esempio, l'**articolo 3** prevede espressamente che all'interno del contratto di franchising sia presente, tra gli altri, anche "l'ammontare degli investimenti e delle eventuali spese di ingresso che l'affiliato deve sostenere prima dell'inizio dell'attività". Tuttavia, ancora più rilevante, è l'**articolo 6** il quale pone in capo al franchisor e al franchisee degli obblighi precontrattuali di comportamento che, con riferimento al tema in esame, si esplicano anche nel fornire ogni dato ed informazione che l'affiliato possa ritenere "necessari o utili ai fini della stipulazione del contratto".

I tipi di analisi più conosciute e diffuse:

- aspetti economici e finanziari del business
- ricerche di mercato
- aspetti legali

L'importanza della due diligence

È qui che entra in campo la due diligence, un processo di investigazione svolto da professionisti, volto ad analizzare tutte le informazioni necessarie per valutare non solo il franchisor ma anche la coerenza dell'opportunità con le aspettative dell'imprenditore candidato franchisee. **E se, durante il processo di firma, i franchisor**

Gli aspetti economici e finanziari

Volgendosi ora verso le tipologie di due diligence, il tipo di analisi più conosciuta e più diffusa è quella relativa agli aspetti economici e finanziari del business. Questa tipologia di verifica è probabilmente la prima ad essere svolta, in virtù della circostanza per cui anche i franchisee di successo non possono naturalmente sopravvivere se

**Da 50 anni a
sostegno delle
imprese con
la forza della
rete**

IL FRANCHISING PER IL RILANCIO DEL PAESE



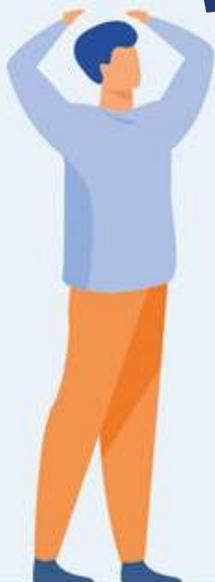
ASSOFRANCHISING
ASSOCIAZIONE ITALIANA FRANCHISING

Assofranchising dal 1971 è il #franchisingdiqualitàinItalia

Associazione Italiana del Franchising
Via Melchiorre Gioia, 70 - 20125 Milano - Italy - www.assofranchising.it

“Se, durante il processo di firma, i franchisor si impegnano ad analizzare ogni singolo aspetto del potenziale candidato, non meno minuziosa deve essere la due diligence svolta dal futuro franchisee”

HOW TO ASPETTI LEGALI



CONTRATTO



il proprio franchisor è sull'orlo dell'insolvenza ovvero (ancora più tragicamente) sull'orlo del fallimento. **La due diligence può anche aiutare a comprendere se le prospettive di affari fornite da parte del franchisor siano effettivamente realizzabili ovvero se sono del tutto irrealistiche.** In tal senso, l'imprenditore dovrà svolgere un'analisi del costo del lavoro prospettato nonché dell'impatto che le royalty fees, ovvero altri costi della medesima natura, potranno avere. Ciò aiuta, infatti, anche a capire quando sarà possibile raggiungere il punto di pareggio tra costi e ricavi.

Le ricerche di mercato

Altra fase dell'analisi da non tralasciare è la sezione relativa alle **concrete ricerche di mercato.** Mediante tale esame, l'imprenditore ha la possibilità di testare le

opportunità del brand sul territorio, verificando come funzioni il marchio, anche mediante il contatto con altri franchisee. Sarà altresì possibile accertarsi delle condizioni di successo dello store proposto dal franchisor: **attraverso l'analisi del punto vendita, della tipologia di clienti che si intende attirare e delle prospettive di crescita nell'area di apertura si può valutare l'opportunità iniziale di persistere nelle trattative con il franchisor nonché come sarà possibile condurre un business di successo.**

Gli aspetti legali

Fondamentale è altresì l'analisi degli aspetti legali del rapporto con il franchisor. Affidarsi a professionisti con esperienza nel settore aiuterà a comprendere in concreto se gli accordi che si sta decidendo di firmare siano effettivamente conformi alla normativa nazionale ed europea

sul tema, ma soprattutto se efficaci rispetto al successo dell'iniziativa. **Inoltre, con l'aiuto ed il supporto di un legale, sarà possibile comprendere a pieno i contratti che si dovranno successivamente firmare nonché negoziare alcune clausole e modificarle di modo che siano rispettose del principio cardine del franchising, ovvero dell'equilibrio nei rapporti tra imprenditori.**

Al di là di quanto prospettato, ulteriori analisi potrebbero essere svolte mediante la due diligence.

Considerata l'importanza dell'investimento, svolgere tale analisi e farlo mediante un adeguato supporto è garanzia dell'inizio di un percorso di successo.



Martina Bruno
Longo&Barelli, Studio legale associato