

&gt;&gt; Newsletter [ Anno VII, numero 1, gennaio 2001 ]

## Sommario

- [ [Editoriale](#) ]
- [ [Il punto](#) ]
- [ [Agenda](#) ]
- [ [Legislazione](#) ]
- [ [Giurisprudenza](#) ]
- [ [Schede](#) ]

### [ Editoriale ]

-----  
-----

#### *Ancora una riflessione sull'Europa unita*

La costruzione dell'Europa procede: a velocità diverse, magari, ma procede.

In taluni settori (quello politico, ad esempio, come ha dimostrato il recente incontro di Nizza) va a rilento, in altri (si veda il caso del Brevetto Comunitario) accelera, superando -o credendo di superare- difficoltà tecniche che obiettivamente sussistono e non si possono cancellare con un Regolamento o una Direttiva. Di certo, uno degli ostacoli più ingombranti è quello della lingua.

Personalmente, sono arciconvinto che fintanto che gli europei non potranno comunicare l'un l'altro attraverso una lingua unica, l'Europa sarà un'entità più virtuale che reale.

L'Italia costituisce un vistoso precedente; prima dell'unificazione, nei vari Stati si parlavano dialetti diversi di derivazione latina, che l'unificazione del Paese non ha bandito, ma ha sicuramente penalizzato imponendo l'uso della lingua italiana, allora usata in Toscana, cioè in uno degli Stati preunitari.

Ho motivo di ritenere che anche allora siano state fraposte serie resistenze da parte di chi, abituato a parlare e scrivere in piemontese, in veneto, in siciliano o altro, sia stato costretto ad esprimersi in una lingua diversa da quella imparata a scuola e parlata in famiglia, ma la mancanza di alternative ha fatto il miracolo: gli italiani hanno imparato a comunicare in un'unica lingua ufficiale, sia pur a scapito dei dialetti, che infatti stanno inaridendosi.

Lo stesso percorso attende ora l'Europa: il fatto che gli europei siano numericamente assai di più e che ben maggiore sia la differente origine dei vari idiomi, rende il passaggio più complicato e difficile, ma non lo rende eludibile.

Occorre dunque cominciare; da dove è difficile dire, anche se - probabilmente- dalle Leggi, che impongano l'insegnamento di una lingua comune in tutte le scuole dell'Europa; non però come insegnamento minore rispetto alla lingua del Paese, ma come insegnamento del tutto paritetico e con l'obbligo per la Pubblica

Amministrazione di accettare istanze e/o documenti anche nella lingua comune.

Questo il compito del legislatore. Ma siccome il modo di essere e la mentalità di un Paese non sono formati solo dalla legge e da coloro che di fatto lo dirigono (cioè i governanti, ma anche gli imprenditori, gli insegnanti, i giornalisti della carta stampata e non, i giudici, i sindacati ed in genere tutti colori che detengono una posizione di potere) anche costoro, se ritengono che l'Europa sia un obiettivo da raggiungere, debbono attivarsi per favorire l'adozione di una lingua unica.

I giornali, per esempio, potrebbero iniziare a pubblicare anche articoli in inglese, oppure lo stesso articolo nelle due lingue; la RAI-TV potrebbe mandare in onda programmi nella lingua alternativa, filmati nella lingua comune con dialoghi sottotitolati in italiano e viceversa.

Certamente ci vorrà del tempo per raggiungere uno standard di comunicazione accettabile, ma dobbiamo convincerci -e convincere i nostri discendenti, figli o nipoti che siano- che nei prossimi anni chi saprà comunicare soltanto in italiano sarà tagliato fuori, più o meno come lo è oggi chi sappia esprimersi esclusivamente in un dialetto locale.

*Avv. Giovanni Pellegrino*

[Torna al Sommario](#)

[ **Il punto** ]

-----

-----

### ***New Economy, Old problems: proprietà intellettuale e nuovo millennio***

Arriva il 2001, e la celebratissima "Nuova Economía" sembra già vecchia.

Nei mercati borsistici, i titoli tecnologici hanno chiuso l'annata con dei risultati a dir poco catastrofici. L'indice Nasdaq, che raggruppa le maggiori compagnie del settore a Wall Street ha perso quasi il 40% del suo valore.

Le imprese di telecomunicazioni, allettate dal miraggio delle licenze di telefonia mobile UMTS, si sono immerse in un mare di debiti. I tassi di crescita delle economie occidentali rallentano. Sembra ormai chiaro che Internet non sia più la panacea in grado di assicurare grandi benefici.

Per il mondo della proprietà industriale non è certamente una buona notizia. Le imprese legate allo sviluppo di Internet si distinguono infatti per la loro immaterialità. Ed è sopra tutto questo patrimonio

l'oggetto principale di tutela del diritto d'impresa. Ogni volta che una compagnia della nuova tecnologia batte la ritirata o mostra difficoltà finanziarie, vi sono meno soggetti da proteggere e, per certi versi, meno problematiche da affrontare e diritto da creare.

Il 2001 si annuncia più che altro come un terreno fertile per gli esperti di diritto societario, occupati a sanare i dissesti delle imprese della new economy, e per gli studi specializzati in diritto del lavoro, obbligati ad assistere migliaia di licenziati provenienti dalle famose "start-up". Ma sarà davvero così?

In questi anni abbiamo assistito alla nascita di un modello economico nuovo, portatore di problemi inediti. Pensiamo per esempio alla proteggibilità dei domain names, alla tutela del diritto d'autore nella Rete, alle ardite frontiere raggiunte dalla biotecnologia. Il consolidamento dell'Unione Europea ha moltiplicato la portata di queste questioni a livello transazionale e obbligato il mondo giuridico ad ipotizzare soluzioni, dove prima vi era soltanto il deserto.

Si tratta di vedere se nel quadro di un contesto economico più pessimista, sopra tutto per l'economia nordamericana, che poi è sempre il motore trainante della nostra, queste sfide potranno continuare a ripetersi. Com'è noto, il diritto arriva sempre un po' in ritardo rispetto alla realtà, ma prima o poi, salvo numerose eccezioni arriva. La WIPO si è scatenata, con una lunga serie di arbitrati, a porre ordine nelle dispute sui nomi di Internet. La ICANN ha deciso finalmente di intervenire per creare nuovi suffissi per dare respiro al saturatissimo "punto com". I governi hanno deciso di autorizzare sperimentazioni genetiche fino a qualche tempo fa impensabili e pensato nuove leggi. Nuovi sistemi di controllo hanno introdotto una maggiore attenzione alla protezione della privacy, la firma elettronica guadagna ogni giorno maggiore spazio.

Occorre allora chiedersi se, dopo l'entusiasmo iniziale, il sorgere di questa nuova "rivoluzione" non abbia esaurito la sua spinta propulsiva nel porre nuove interrogativi su questo nuovo modello economico imprenditoriale, che non è altro che la linfa della quale si nutre il mondo giuridico della proprietà industriale. Ebbene, all'orizzonte di questa tanto attesa odissea del 2001, c'è quella che gli esperti chiamano la "fase 2 di Internet". Ovvero, le fibre ottiche, la banda larga, i telefonini multimedia, i computer interattivi. Tutta una fonte di altre tecnologie da sviluppare, regolare ed assimilare. Nuovi valori d'impresa, con nuovi segni e modalità d'espressione attendono la definizione di nuovi diritti.

Tutto questo è probabile che accada, anche se non sappiamo quando. Ma una cosa possiamo ipotizzare con una certa sicurezza. L'Europa sta per intraprendere un passo, del quale forse noi stessi non abbiamo valutato la portata. Infatti, con l'allargamento a Est, storicamente inevitabile, arriveranno nuove lingue, culture, idee. Un impatto umano, prima che tecnologico. Un cambio di mentalità, più che un confronto di economie e sistemi giuridici. Una rivoluzione

in carne ed ossa, un incontro di persone, dal quale nasceranno, forse, nuovi realtà possibili.

< Questa è la vera speranza per il millennio che inizia. A pensarci bene, in fondo, il mondo è sempre andato avanti così ?.

*Piergiorgio M.Sandri*

[Torna al Sommario](#)

[ Agenda ]

---

*Lo sviluppo del franchising in Italia.*

Non esiste azienda che, in un'ottica di sviluppo di medio/lungo periodo, non ragioni in termini di "creazione di una Rete" in franchising. I dati statistici non lasciano dubbi in proposito: al 31 dicembre 1999 erano operativi in Italia 536 affiliati (502 al 31.12.1998) con un incremento di 34 insegne pari ad un + 6,8 %, rispetto all'anno precedente. I migliori risultati sono stati ottenuti nel settore dei servizi, alberghi e ristorazione, articoli per la persona. Il settore dei servizi, in particolare, ha raggiunto nell'ultimo anno una quota significativa rispetto al volume di affari raggiunto sfruttando la formula del franchising (34,9 %), specie con riguardo al mercato della ristorazione rapida e dei servizi Internet.

Un ultimo dato statistico, ad hoc per i più indifferenti al fenomeno affiliazione: il giro di affari dei punti vendita affiliati italiani ha superato nel 1999 i 22.000 miliardi di lire (+5,6% rispetto al 1998).

La distribuzione italiana si pone allora sulla scia di una "modernizzazione/globalizzazione" già sperimentata dai mercati franchising oriented (Usa, Gran Bretagna, Francia).

Il franchising, in versione super moderna, è stato presentato durante l'ultimo Salone Internazionale delle Formule Innovative nel Commercio e nei Servizi (Milano, 9-12 novembre 2000). La fiera sul mondo della distribuzione, alla sua quindicesima edizione, si è infatti ampliata e moltiplicata in tre aree:

- a. reti consolidate e nuove proposte in franchising (tutto per iniziare una nuova attività o per renderla più attuale e redditizia);
- b. soluzioni e formule organizzative per il retail online (le nuove tecnologie per il retail);
- c. servizi e fornitori delle reti distributive del futuro (le proposte per il punto vendita del futuro).

Mentre il primo spazio costituisce l'area storica dell'Expo, i secondi due hanno rappresentato la vera novità del Salone 2000 che si è presentato, in questa versione moderna, anche a coloro che

desiderano fare business in rete. Hanno così esposto a Milano non solo siti e-commerce, mail e provider ma anche aziende che forniscono servizi, infrastrutture, supporti finanziari, consulenza per progettare, realizzare, lanciare e controllare il business commerciale online.

*Raffaella Arista*

[Torna al Sommario](#)

## [ Legislazione ]

---

### **Verso una disciplina legislativa del franchising**

La proposta di legge dell'Associazione Italiana del Franchising ("Assofranchising"), con alcune parziali modifiche, ha ottenuto la approvazione da parte della Commissione del Senato. Il progetto di Assofranchising rispecchia l'esigenza di stabilire una qualche forma di controllo/regolamentazione su questo sistema di vendita di prodotti e offerta di servizi che ha travolto - insieme alla new economy - le logiche del marketing, a tutti i livelli e in tutti i mercati.

Il testo della Proposta, costituito di soli cinque articoli, non vuole "tipizzare" questa formula contrattuale, perché rischierebbe di essere imbrigliata in un'armatura troppo stretta rispetto ai molteplici e diversificati settori nei quali trova oggi copiosa applicazione.

Diversamente, si propone l'obiettivo, oltre che di definire il concetto di franchising (articolo 1), di disciplinare il momento delle trattative che precedono la stipula del contratto di affiliazione commerciale (fase precontrattuale) e gli obblighi spettanti, in tale fase, al franchisor (articoli 2 e 3) e al franchisee (articolo 4).

Ciò significa che la normativa proposta, qualora venisse approvata, dovrebbe coordinarsi con i principi sulla responsabilità precontrattuale (artt. 1337 e 1338 Codice Civile) e sul contratto preliminare (artt. 1351 e 2932 Codice Civile), spesso utilizzato in questo contesto negoziale.

Il Progetto si conclude con una previsione - ritenuta assolutamente eccessiva - sulle conseguenze di un inadempimento degli obblighi ivi descritti, rispetto alla validità ed efficacia del successivo contratto di affiliazione (articolo 5).

*Raffaella Arista*

[Torna al Sommario](#)

## [ Giurisprudenza ]

---

-----

### ***Codici di linguaggio e brevettazione***

Singolare controversia avanti al Tribunale di Roma che ha visto il diniego di una misura cautelare nel corso di un giudizio di merito, tuttora pendente, intentato dal titolare di una domanda di brevetto di modello d'utilità nei confronti di un presunto contraffattore. Date le circostanze, ci limitiamo a riportare i meri termini della questione, così come emergono dal testo dell'ordinanza di rigetto del Tribunale, resa in sede di reclamo. La domanda di brevetto (non ancora concesso) ha per oggetto cinque modelli di indicazioni per non vedenti ed ipovedenti costituiti da scanalature, sbalzi e bolli posti su di un qualsiasi pavimento tali da orientare i destinatari che tali indicazioni possono rilevare direttamente (con i plantari) o indirettamente (con il bastone di accompagnamento).

La controparte fabbrica e commercializza piastrelle che realizzano la stessa funzione. Il Tribunale ha innanzitutto applicato al caso in esame l'art. 12 legge brevetti, estendibile ai modelli d'utilità, che vieta la brevettabilità della presentazione di informazioni, nell'ambito delle quali sono da ricomprendere secondo il Tribunale i linguaggi artificiali, l'allestimento di tabelle ed i sistemi di segnalazione. La domanda di brevetto è stata infatti interpretata non come rivolta all'applicazione pratica del sistema di segnalazione ma piuttosto "come una combinazione inventiva dei cinque segnali che formano la sintassi del sistema Loges e quindi di regole sintattiche di linguaggio", come tali non brevettabili.

In ogni caso, l'idea di incorporare tale sistema di segnalazione attraverso pavimentazioni era già nota al momento della domanda di brevetto.

Il ricorso cautelare è stato quindi rigettato in sede di reclamo per difetto del fumus. La causa prosegue per il merito.

S. S.

[Torna al Sommario](#)

[ Schede ]

-----

***Adriano Vanzetti- Vincenzo Di Cataldo, "Manuale di diritto industriale", 3a Edizione, Giuffrè Ed., pp.579, L.75.000***

Nuova edizione del fortunato 'Manuale' innovato ed ampliato come imposto dalla continua evoluzione legislativa in una materia 'ancora lontana da un consolidamento', dalla giurisprudenza e dalla dottrina in cui 'le opinioni degli Autori che 'sono andate in parte modificandosi'. Queste affermazioni , che si leggono nella presentazione, sono particolarmente significative del rigore scientifico e della onestà intellettuale degli Autori, del resto ben nota, con cui si è inteso affrontare il problema dell'aggiornamento

continuo di una materia come la proprietà intellettuale in tumultuoso, ma anche affascinante sviluppo, la cui disciplina nazionale appare sempre più stretta sotto il pressante pulsare del diritto comunitario e delle convenzioni internazionali alle quali viene data attenta considerazione. Ma anche gli aspetti del nostro diritto, in particolare in tema di marchi, concorrenza, antitrust, e della società dell'informazione trovano non solo adeguato spazio ma esprimono anche le posizioni personale dei due autorevoli Autori.

Questo fa del 'Manuale' per certi versi un prodotto singolare rivelandosi, nonostante l'apparenza dimessa, un indispensabile mezzo di apprendimento non solo per gli studenti ma anche un prezioso sussidio scientifico per tutti gli operatori e giuristi.. Se è vero, come dice Eduardo, che gli esami non finiscono mai, sono ben lieto di annoverarmi ancora una volta tra gli studenti più diligenti ed attenti di questo lavoro fondamentale.

[Torna al Sommario](#)

## **PROPOSTA DI LEGGE SUL FRANCHISING dell'Assofranchising**

### **ART. 1**

Nel franchising o affiliazione commerciale, ai fini della presente legge, rientrano, anche se diversamente definiti, tutti quei rapporti che sono caratterizzati dalla presenza di un soggetto ("franchisor" o affiliante) che mette a disposizione di un altro soggetto ("franchisee" o affiliato) una formula già sperimentata con successo e costituita da un complesso di conoscenze, capacità tecniche (know how), assistenza e consulenza tecnica e commerciale ed, inoltre, l'utilizzo di un'insegna e/o di uno o più marchi, allo scopo di inserire tale soggetto (Affiliato) in un sistema costituito da una pluralità di soggetti (Affiliati) distribuiti sul territorio, che applicano, in modo uniforme, la formula, con l'obiettivo di sviluppare e migliorare costantemente tale formula e l'intero sistema.

### **ART. 2**

Almeno 30 giorni prima della sottoscrizione di un contratto che abbia le caratteristiche del franchising, anche se diversamente definito dalle parti, l'Affiliante deve consegnare, all'aspirante Affiliato, la seguente documentazione:

1. copia completa del contratto da sottoscrivere, inclusi i relativi allegati, ad eccezione di quelli per i quali sussistano obiettive e specifiche esigenze di riservatezza, che però dovranno essere menzionati nel contratto;
2. documentazione contenente:
  - a. tutti i principali dati relativi all'Affiliante, tra cui ragione e capitale sociale;
  - b. la data di inizio dell'attività, da parte dell'Affiliante, ed una sintetica descrizione dell'evoluzione successiva

- della stessa;
- c. l'indicazione dei marchi utilizzati nel sistema, con gli estremi della relativa registrazione o deposito, o della licenza concessa all'Affiliante, dal terzo, che abbia eventualmente la proprietà degli stessi;
  - d. una sintetica illustrazione della formula e del sistema;
  - e. una lista degli Affiliati al momento operanti nel sistema e dei punti vendita diretti dell'Affiliante, completa di indirizzi e numeri telefonici;
  - f. l'indicazione della variazione, anno per anno, del numero degli Affiliati, negli ultimi tre anni, o dalla data di inizio della sua attività, qualora esso sia avvenuto da meno di tre anni;
  - g. la descrizione sintetica degli eventuali procedimenti giudiziari o arbitrari, promossi nei suoi confronti, negli ultimi tre anni, relativamente al sistema di franchising in esame, sia da Affiliati che da terzi privati o da pubbliche autorità;
  - h. un'ipotesi di budget previsionale fondata, se possibile, su esperienze di Affiliati in posizione analoga; tale ipotesi non costituisce, in alcun modo, garanzia o promessa di risultato;
  - i. l'indicazione dell'esclusiva territoriale, concessa all'Affiliato e contenuta nel contratto, o l'esposizione delle ragioni ostative alla concessione della stessa.

### **ART. 3**

**3.1** L'Affiliante deve tenere, in qualsiasi momento, nei confronti dell'aspirante Affiliato, un comportamento ispirato a trasparenza, correttezza e buona fede e deve tempestivamente fornire, all'aspirante Affiliato, ogni ulteriore dato e informazione che lo stesso ritenga necessari o utili, ai fini di una decisione sulla sottoscrizione del contratto di franchising, a meno che non si tratti di informazioni oggettivamente riservate, o la cui divulgazione costituirebbe violazione di legittimi diritti di terzi.

**3.2** L'Affiliante deve motivare, all'aspirante Affiliato, l'eventuale mancata comunicazione delle ulteriori informazioni e/o dati dallo stesso richiesti.

### **ART. 4**

L'aspirante Affiliato deve tenere, nei confronti dell'Affiliante, un comportamento improntato a trasparenza, correttezza e buona fede e deve fornire, tempestivamente ed in modo esatto e completo, all'Affiliante, ogni informazione e dato la cui conoscenza risulti necessaria o opportuna, ai fini dell'instaurazione del rapporto di franchising, anche se non espressamente richiesti dall'Affiliante.

### **ART. 5**

**5.1** In caso di violazione di una qualsiasi delle previsioni, contenute nell'Art. 2, il contratto di franchising, successivamente



sottoscritto, potrà essere annullato, su iniziativa della parte interessata.

**5.2** La violazione di una qualsiasi delle previsioni, contenute negli Artt. 3 e 4, ad opera di una delle parti, se di determinante importanza, ai fini della sottoscrizione del contratto da parte dell'altro contraente, dà diritto, allo stesso, di risolvere il contratto, salvo, in ogni caso, il diritto al risarcimento degli eventuali danni subiti.

[Torna al Sommario](#)

-----  
-----  
Hanno collaborato a questo numero e ringraziamo:

piergiorgio m. sandri, raffaella arista

*N.B. :Il NEWSLETTER è aperto ad ogni contributo, segnalazione o informazione da parte degli Associati.*

*I contributi firmati impegnano unicamente i loro autori. I contributi non firmati impegnano unicamente la redazione. Gli Associati sono invitati a frequentare il sito Internet dell'Associazione*

*Il presente NEWSLETTER é destinato unicamente alla circolazione interna tra gli Associati AIPPI-Gruppo italiano.*

