



**REPUBBLICA ITALIANA
IN NOME DEL POPOLO ITALIANO**

La Corte d'Appello di Brescia, Sezione Prima civile, composta dai Sigg.:

Dott. Donato Pianta

Presidente

Dott. Giuseppe Magnoli

Consigliere rel.

Dott. Maria Tulumello

Consigliere

ha pronunciato la seguente

SENTENZA

nella causa civile n. 2633/2017 R.G. promossa con atto di citazione notificato in data 6/12/2017 e **posta in decisione all'udienza collegiale del 12/02/2020**

d a

MANCIN PATRIZIA e TRAVAGLIA MIRELLA, con il patrocinio dell'avv. **ADAMO GIOVANNI**,

APPELLANTI

contro

DOG PROJECTS S.R.L. UNIPERSONALE, in persona del legale rappresentante pro tempore, con il patrocinio dell'avv. **ROTA GUIDO**,

APPELLATO

In punto: appello a sentenza del Tribunale di Bergamo in data 9/05/2017 n.1211/2017.

CONCLUSIONI

Delle appellanti

Voglia l'Ecc.ma Corte d'Appello adita, ogni contraria istanza, deduzione ed eccezione integralmente disattesa e respinta, in totale riforma della sentenza impugnata, n. 1211/2017 emessa dal Tribunale di Bergamo il 9/5/2017, ed in accoglimento del presente appello:

In via principale e nel merito

-accogliere per i motivi tutti dedotti in narrativa il proposto appello e riformare la sentenza di primo grado nr. 1211/2017 pubbl. il 9/05/2017 R.G. n. 6760/2015, Tribunale di Bergamo, Quarta sezione civile, dott.ssa Quartarone e per l'effetto,

-condannare la appellata al risarcimento dei danni tutti subiti e subendi dalle appellanti, da determinarsi nella misura documentata nei docc. 18 (Travaglia) e 19

Sent. N.

Cron. N.

Rep. N.

R. Gen. N. 2633/2017

Camp. Civ. N.

OGGETTO:

Franchising



(Mancin) del fascicolo di primo grado, e comunque ed in ogni caso, alla restituzione di tutte le somme indebitamente corrisposte dalle appellanti alla appellata, conformemente alle voci qui di seguito elencate:

- per la ditta Rugg. Di Mancin Patrizia (cfr. doc. 19 fascicolo di primo grado:
 - € 45.000 corrisposti all'affiliante per l'inserimento nel 'sistema' e per l'acquisto delle attrezzature necessarie;
 - € 5.000 pagati per la pubblicizzazione dell'attività;
 - € 13.000,00 per l'installazione delle macchine con impianto di areazione;
- per la ditta Travaglia:
 - €9.000,00 + € 10.988,00 a titolo di fee di ingresso a mezzo assegni del 25 marzo 2009 e 1 aprile 2009(cfr. doc. 10 e 18 fascicolo di parte di primo grado).

Il tutto oltre a tutte le spese sostenute a titolo di canoni di locazione, utenze e tutto quanto direttamente riconducibile all'esercizio dell'attività imprenditoriale in discorso (cfr. doc. ti 18 e 19 fascicolo primo grado).

Il tutto oltre interessi dal di del dovuto al saldo, oltre rivalutazione monetaria.

Si insiste per l'ammissione di tutte le istanze istruttorie richieste in primo grado nella seconda memoria ex art. 183 VI comma c.p.c. che qui si ripropongono:

–ammettere prova per interrogatorio formale, e per testi, sui seguenti capitoli di prova, previa depurazione degli stessi, quanto alla prova per testi, di eventuali elementi valutativi:

1)vero che la convenuta trasmetteva alla Sig.ra Travaglia, copia del contratto di franchising (poi sottoscritto in data 25 marzo 2009) soltanto in data 10 marzo 2009, ed alla Sig.ra Mancin soltanto in data 2 settembre 2009 (contratto poi sottoscritto in data 21 settembre 2009), ed ometteva altresì l'invio degli allegati previsti dalla L. 6 maggio 2004, n. 129, ed in particolare la lista degli affiliati e le variazioni degli stessi intervenute nel corso degli ultimi tre anni;

2)vero che la convenuta rappresentava espressamente, tanto alla Sig.ra Mancin, quanto alla Sig.ra Travaglia, che attraverso l'affiliazione al “sistema” Dog Projects le stesse avrebbero ottenuto ricavi in costante aumento, a partire da Euro 57.539,42 il primo anno, sino a giungere, al quinto anno di attività, alla somma di Euro 123.527,84 per il quinto anno di attività, come da business plan prodotto sub doc. 4.

3) vero che la convenuta ometteva di effettuare, tanto a favore della Sig.ra Mancin, quanto a favore della Sig.ra Travaglia, attività di assistenza in fase di preapertura, quali, a titolo esemplificativo, l'ausilio per la installazione del layout del punto vendita;

4) vero che la convenuta ometteva di presenziare all'inaugurazione dei punti vendita della Sig.ra Travaglia e della Sig.ra Mancin;

5) vero che la convenuta ometteva di prestare l'attività di supporto tecnico prevista all'art. 4.2. dei contratti prodotti sub doc. 1 (Mancin) e doc. 2 (Travaglia);

6) vero che la convenuta veniva in più occasioni informata dalla Sig.ra Travaglia e



dalla Sig.ra Mancin dell'andamento dei punti vendita dalle stesse gestiti;

7) vero che la convenuta ometteva di porre in essere azioni correttive finalizzate all'incremento del fatturato della Sig.ra Travaglia e della Sig.ra Mancin;

8) vero che la convenuta ometteva di fornire alla Sig.ra Travaglia ed alla Sig.ra Mancin un manuale operativo contenente la descrizione esatta del know – how asseritamente oggetto del trasferimento previsto dall'art. 4.2. dei contratti di franchising prodotti sub doc. 1 (Mancin) e doc. 2 (Travaglia).

Si indicano quali testi e per l'interrogatorio formale:

- su tutti i capitoli, il l.r.p.t. di Dog Projects S.r.l., per l'interrogatorio formale;
- su tutti i capitoli, il Sig. Maurizio Ruggero, quanto alle circostanze inerenti la vicenda della Sig.ra Mancin;
- su tutti i capitoli il Sig. Paolo Nucibella, quanto alle circostanze inerenti la vicenda della Sig.ra Travaglia.

Con vittoria di spese e compensi sia del giudizio di primo grado sia del presente giudizio, oltre 15% per spese generali, oltre IVA e CNPA, come per Legge, oltre interessi dal di del dovuto al saldo, oltre rivalutazione monetaria. Con ogni riserva, anche istruttoria, consentita dal rito.

Dell'appellato

Contrariis reiectis, Voglia l'Illustrissima Corte di Appello adita così voler giudicare:

IN VIA PRINCIPALE E DI MERITO

Confermare in toto la sentenza n. 1211/2017 pubblicata il 9 maggio 2017 – RG 6760/2015 emessa dal Tribunale di Bergamo a firma dott. ssa Daniela Quartarone, in quanto corretta, logica e contenente le ragioni in fatto e in diritto a fondamento della assunta decisione e, pertanto, rigettare le domande tutte avanzate da parte appellante in quanto infondate in fatto ed in diritto.

IN VIA ISTRUTTORIA

Solo nella ipotesi in cui la Illustrissima Corte di Appello adita ne ravvisasse la necessità, si chiede l'ammissione per interrogatorio formale e testimoni sui seguenti capitoli di prova:

- 1) Vero che Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unita n. 61 su incarico e per conto della Dog Projects srl ha operato quale società di marketing della Dog;
- 2) Vero che Medusa gestisce per conto della Dog attività di promozione e pubblicità commerciale, contattando gli affiliati alla rete e proponendo iniziative e pubblicità di promozioni locali e sul territorio nazionale;
- 3) Vero che dal 24 maggio 2011 al 8 giugno 2015 furono eseguite comunicazioni globali via e mail alla signora Travaglia, come da report Medusa – Immagini ed Intermediazione di Galimberti Cesare con sede in Caravaggio per conto di casa madre Dog Projects srl, che si producono quale documento n. 9;



- 4) Vero che con e mail del 11.12.14 casa madre, a mezzo Medusa, informava la signora Travaglia della giornata informativa prevista per il giorno 15.12.14 con oggetto presentazione nuova area affiliati, presentazione promozioni per aumento dei fatturati, presentazione campagne nazionali 2015 e ante prima nuovo software per gestione cloud (doc. n. 10);
- 5) Vero che con e mail del 2.7.2013 casa madre inviava comunicazione avente ad oggetto nuova password per accedere area riservata (doc. n. 11);
- 6) Vero che in data 29.9.2011 casa madre inviava e mail alla signora Travaglia con password per accedere all'area riservata (doc. n. 12);
- 7) Vero che in data 18 maggio 2012 veniva inviata e mail da casa madre con comunicazione inerente nuova area affiliati (doc. n. 13);
- 8) Vero che in data 17 febbraio 2012 da casa madre veniva inviata e mail avente ad oggetto comunicazione riduzione rojalites (doc. n. 14)
- 9) Vero che con e mail del 5.12.11 Medusa – per conto casa madre Dog – inviava modulo, su espressa richiesta della attrice Travaglia, per non ricevere più informazioni da Dog (doc. n.15);
- 10) Vero che con e mail del 28 maggio 2009 casa madre e la signora Travaglia intrattenevano corrispondenza circa il merchandising (doc. n. 16);
- 11) Vero che Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unita n. 61 su incarico e per conto della Dog Projects srl ha operato quale società di marketing della Dog a far data dall'anno 2011;
- 12) Vero che dal 6 febbraio 2012 al 8 giugno 2015 furono eseguite comunicazioni globali via e mail al signor Maurizio Ruggero per la signora Mancin, come da report Medusa – Immagini ed Intermediazione di Galimberti Cesare con sede in Caravaggio per conto di casa madre Dog Projects srl, come da report che si produce composto da numero 11 pagine; (doc. n. 17);
- 13) Vero che in data 17 febbraio 2012 da casa madre veniva inviata e mail avente ad oggetto comunicazione riduzione royalties (doc. n. 18);
- 14) Vero che in data 21 maggio 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre con comunicazione inerente nuova area affiliati (doc. n. 19);
- 15) Vero che in data 21 giugno 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto sollecito invio dati store (doc. n. 20);
- 16) Vero che in data 13 luglio 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto sollecito invio dati store (doc. n. 21);
- 17) Vero che in data 5.12.2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto individuazione del campione canino per pubblicità su rivista di tiratura 70.000 copie, rivista riconosciuta ENCI (ente nazionale cinofilia italiana) (doc. n. 22);
- 18) Vero che in data del 5.12.12 e mail da Medusa per conto casa madre veniva pubblicizzata la promozione dei nuovi tesserati (doc. n.22);



19) Vero che e mail del 21.12.12 Medusa sollecitava a Rugg l'invio della adesione alla promozione di cui al capitolo 17) (doc. n. 23);

20) Vero che con e mail del 21.12.12 signor Rugg inviava adesione alla iniziativa tessera in omaggio di cui al capitolo 17) (doc. n. 24);

21) Vero che con e mail del 21.6.2011 Medusa comunicava che era in edicola il nuovo numero delle rivista "il Mio cane" con pagina informativa / pubblicitaria degli store Dog (doc n. 25);

22) Vero che e mail del 29.6.2011 Medusa comunicava la presentazione di una promozione attivabile presso lo store per la fidelizzazione e nuova acquisizione clientela (doc. n.26);

23) Vero che con e mail del 6.10.11 Medusa comunicava "come fidelizzare i clienti" (doc. n. 27); 24) Vero che con e mail 14.10.2009 casa madre chiedeva misure relative alla insegna dello store (doc. n. 28);

25) Vero che con e mail del 11.12.2009 casa madre chiedeva informazioni circa l'insegna dello store (doc. 29);

26) Vero che con e mail del 7.1.2010 casa madre ancora chiedeva informazioni circa l'insegna dello store (doc. n. 30);

27) Vero che alla data del 31 ottobre 2015 l'importo da titolo di royalties dovuto dalla signora Travaglia ammontava ad € 15.831,55=, come da documento 6 allegato alla comparsa di costituzione e risposta;

28) Vero che alla data del 31 ottobre 2015 l'importo da titolo di royalties dovuto dalla signora Mancin ammontava ad € 15.258,74=, come da documento 7 allegato alla comparsa di costituzione e risposta;

29) Vero che a far data dall'anno 2009 Voi in diverse occasioni, quali responsabili commerciali di casa madre, contattavate gli affiliati ai fini di conoscere l'andamento dello store, l'eventuale esistenza di problematiche e per conoscere di eventuali necessità degli stessi;

Si indicano a testimoni:

- Galimberti Cesare quale titolare della Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unita n. 61;
- Morena Frauenrath presso Dog Projects srl in Treviglio;
- Signora Laura Facchetti presso Dog Projects srl in Treviglio;
- Roberta Guerreschi presso Dog Projects srl in Treviglio;
- Marcella Molteni presso Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unita n. 61.

Produzioni documentali tutte allegate agli atti di causa del giudizio di primo grado.

SVOLGIMENTO DEL PROCESSO

La signora Patrizia Mancin, in proprio e quale titolare dell'impresa individuale con ditta Rugg di Mancin Patrizia, con sede in Rovigo, e la signora



Mirella Travaglia, in proprio e nella qualità di titolare della impresa individuale con ditta Travaglia Mirella, offrendo in comunicazione i seguenti documenti: 1) contratto di franchising Rugg; 2) contratto di franchising Travaglia; 3) estratto messaggi pubblicitari; 4) piano economico di esercizio; 5) comunicazione 14/03/2014; 6) comunicazione 13/01/15; 7) estratti siti web; 8) sentenza 23/05/14 tribunale di Trento; 9) sentenza n.657 del 2012 del tribunale di Ferrara, 10) copia assegni relativi alla fee di ingresso versati dalla ditta Travaglia al franchisor; 11) fascicolo corrispondenza intercorsa tra le parti e tra i rispettivi difensori, hanno convenuto innanzi al tribunale di Bergamo la società unipersonale Dog Projects srl, in persona del legale rappresentante pro tempore, con sede in Treviglio (BG) via Brignano 49, esponendo:

1) di aver con essa, rispettivamente in data 21/09/2009 e 25/03/09, sottoscritto un contratto di franchising, avente ad oggetto il diritto di utilizzare il sistema di lavaggio self service di animali a marchio “*Wash Dog Self Service 24 ore*”, nella zona di competenza,

2) che i predetti contratti erano stati trasmessi in visione il primo (Rugg¹) in data 2/09/09, 19 giorni prima della relativa sottoscrizione, ed il secondo (Travaglia) il 10/03/09, 15 giorni prima della relativa sottoscrizione;

3) che, con la stipula dei predetti contratti, le attrici avevano voluto entrare a far parte del franchising “*Wash Dog Self Service 24 ore*”, al fine di sfruttare il know how della convenuta, e, dunque, intraprendere un’attività di impresa con “*riduzione del rischio*”;

4) che la loro determinazione di entrare a far parte del franchising “*Wash Dog Self Service 24 ore*” era stata tuttavia indotta da false informazioni ricevute dal franchisor, in una duplice sede; a) dapprima, mediante le “*roboanti*” affermazioni da esso pubblicizzate nel suo sito web, per il quale il servizio proposto sarebbe stato caratterizzato da elementi non solo di unicità e peculiarità, ma anche, e soprattutto, da elevata redditività, in quanto rientrante in una rete in continua espansione su tutto il territorio nazionale, elemento, quest’ultimo, tale da conferire particolare “*forza*” al marchio (estratto conto messaggi pubblicitari, a doc. 3 di parte attrice):

5) che, successivamente, in sede di trattative pre-contrattuali, il franchisor aveva corroborato le sue affermazioni – dalle attrici ritenute mendaci – con la consegna di un Piano Economico di Esercizio, in cui erano stati prospettati lauti guadagni (doc.4);

6) che, in particolare, nel *business plan*, a doc.4, si era prospettato che l’aspirante affiliato avrebbe potuto raggiungere i seguenti risultati (doc.4, ultima pagina): €.11.748,25, quale utile lordo per il primo anno; €.31.961,30, utile lordo per il secondo anno; €.48.126,16, quale utile lordo per il terzo anno, con *break-even point* (punto di pareggio dell’investimento effettuato) al quarto anno;

7) che, in calce all’ultima pagina del *business plan*, era scritto: <<N.B.: dal VI° anno gli ammortamenti saranno pari a zero, Conseguentemente si assisterà ad un notevole incremento>>;

8) che nel corso del rapporto i guadagni prospettati dal franchisor si erano tuttavia rivelati del tutto difformi dalla realtà, e ciò perché il sistema di affiliazione ideato

¹ Dal cognome “Ruggero” del coniuge della Mancin, cui è indirizzata buona parte della corrispondenza



dalla convenuta era risultato, nonostante gli sforzi degli affiliati, poco attrattivo per la clientela, così che nei fatti vi erano stati solo non marginali, ridotti e fisiologici “scollamenti” dalla realtà imprenditoriale del singolo affiliato, bensì una vera e propria voragine, nell’ordine del 70%, con ricavi del tutto inidonei persino a sostenere finanziariamente l’attività economica intrapresa;

9) che, peraltro, il rapporto contrattuale era caratterizzato non solo dall’antieconomicità dell’idea “imprenditoriale” cui i *franchisees* avevano aderito;

10) che, infatti, nel corso del rapporto erano emersi ulteriori rilevanti problemi atti a comprovare sia l’inidoneità dell’affiliante a svolgere il proprio ruolo sia la conclamata insussistenza di un vero e proprio *know how*, avente le caratteristiche specificamente prescritte dalla legge,

11) che con ciò si era venuto a dimostrare come in effetti non vi fosse stato per le attrici alcun effettivo beneficio nell’affiliarsi al progetto di franchising posto in essere dalla convenuta;

12) che, infatti, quest’ultima aveva omesso di effettuare qualsivoglia attività di assistenza in fase di c.d. *preapertura*, disinteressandosi perfino della stessa inaugurazione del punto vendita delle attrici, a cui non aveva inviato alcun proprio incaricato, a chiara dimostrazione del disinteresse dell’affiliante, una volta incassato il *fee* d’ingresso, per la sorte degli affiliati;

13) che, inoltre, la convenuta non aveva monitorato l’andamento del punto vendita delle attrici ed aveva così omesso di effettuare le conseguenti e doverose azioni correttive, cui il diligente franchisor è tenuto in presenza di situazioni di difficoltà finanziaria;

14) che, poi, essa aveva fornito alle attrici un *know how* del tutto privo financo delle caratteristiche minimali che ne avrebbero consentito l’ingresso (peraltro a caro prezzo), quali affiliate, nell’ambito del sistema di affiliazione commerciale da essa organizzato ed il conseguente accesso alla commercializzazione del servizio proposto, ad essa teoricamente correlato;

15) che, sotto tale specifico profilo, il *know how* ceduto si era rivelato totalmente insussistente, ed infatti: a) era assente un vero e proprio “*manuale operativo*”, che descrivesse compiutamente i metodi operativi dell’affiliante e ne illustrasse le caratteristiche e le potenzialità commerciali e di sviluppo; b) era assente la programmazione e la calendarizzazione dell’attività pubblicitaria, indispensabile per la promozione del marchio dell’affiliante e, con essa, dell’attività dei singoli affiliati; c) era assente la possibilità di risoluzione di qualsivoglia problematica normalmente ricorrente nelle attività commerciali, da quelle di natura tecnica a quelle di natura più eminentemente promozionale e commerciale;

16) che per tali motivi le due attrici, come affiliate, si erano ritrovate del tutto isolate e prive di qualsiasi ausilio nell’esercizio dell’attività commerciale intrapresa, ed in possesso di un *know how* talmente “*basico*” da risultare del tutto inidoneo alle finalità contrattuali ed imprenditoriali avute di mira con la stipulazione del contratto di affiliazione commerciale;

17) che, corrispondentemente, tale rapporto contrattuale non aveva fornito alcun



valore aggiunto all'attività imprenditoriale intrapresa dalle attrici, tanto che in tale prospettiva sarebbe stato per loro meglio operare in autonomia senza aderire ad un "network";

18) che, sulla base delle circostanze testè esposte, con comunicazioni rispettivamente del 14/03/2014 (doc.5) e del 13/01/2015 (doc.6) esse avevano contestato alla controparte, per mezzo del loro legale, tutte le sopra indicate condotte, attive ed omissive, dichiarandosi nel contempo indisponibili a corrispondere all'affiliante le royalties da essa richieste, formulando all'uopo apposita eccezione di inadempimento, ai sensi dell'art.1460 cc.

In diritto le attrici hanno sostenuto, in principalità, che il contratto di affiliazione commerciale avrebbe dovuto esser ritenuto nullo per difetto di causa, per insussistenza del *know how*, quale elemento costitutivo della fattispecie, anche ex artt.1325 e 1346 c.c., e, comunque, per difetto delle caratteristiche prescritte ex lege, sub art.1, comma 3, lett. A) della legge 6/05/2004 n.129.

Il contratto sarebbe stato anzitutto invalido perché privo di un vero e proprio sinallagma, idoneo a renderlo un valido contratto a prestazioni corrispettive, non ravvisandosi nei rapporti contrattuali per cui è causa la presenza di quella "*riduzione del rischio di impresa*", che, secondo la sentenza n.647/2007 della Cassazione, caratterizzerebbe il tipo contrattuale, e comunque risultando assente persino lo stesso sinallagma contrattuale, posto che l'affiliante non aveva trasferito loro alcun effettivo *know how*, nell'accezione di cui all'art.1, comma 3, lett. 1) della legge 129/2004, per la quale lo stesso consiste in un <<*patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dalla affiliante*>>, e che si connota per essere <<*segreto, sostanziale ed individuato*>>, laddove <<*segreto*>> significa <<*che il know how, considerato come complesso di nozioni o nella precisa configurazione e composizione dei suoi elementi, non è generalmente noto né facilmente accessibile*>>, <<*sostanziale*>> vuol dire <<*che il know how comprende conoscenze indispensabili all'affiliato per l'uso, per la vendita, la rivendita, la gestione o l'organizzazione dei beni o servizi contrattuali*>>; <<*individuato*>>, infine, indica <<*che il know how deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità*>>: ciò in quanto la valenza asseritamente innovativa del sistema di lavaggio self-service di animali sarebbe del tutto inesistente, essendo presenti nel mercato diversi sistemi analoghi ("Wahspet", "Spalshdog" ed altri ancora, come estratti siti web a doc.7, taluni anche in franchising), così come inesistente sarebbe la relativa "*segretezza*", che sarebbe da escludere in radice per il fatto che perfino il singolo utente sarebbe in grado di impiegare, in self service, i macchinari oggetto del contratto; per le medesime considerazioni difetterebbe pure il carattere di "*sostanzialità*", nel senso indicato nella legge, non potendosi concepire la presenza se a svolgere il lavoro richiesto è non il titolare del punto vendita ma direttamente l'utente finale; infine difetterebbe la "*individuatezza*", non essendo intervenuta, all'atto dell'ingresso dell'affiliato nella rete, consegna di un "*manuale operativo*", non essendovi alcuna tecnica e/o esperienza, non brevettabile, e/o oggetto di segreto industriale, che possa esser trasferita.

In linea subordinata, le attrici, rilevando esservi stata violazione, da parte della



convenuta, dell'art.4 delle legge n.129/2004, in quanto l'affiliazione sarebbe stata sottoscritta prima del decorso di trenta giorni dalla consegna all'aspirante affiliato di copia completa dell'atto da sottoscrivere (il contratto Mancin era stato stipulato il 21/09/2009, ed il nulla osta per l'inizio della collaborazione il 18/09/2009, mentre la consegna della copia in esame aveva avuto luogo il 2/09/2009, 19 giorni prima della firma; il contratto Travaglia era stato stipulato il 25/03/2009, mentre la consegna della copia in esame aveva avuto luogo il 10/03/2009, 15 giorni prima della firma), ed affermando che il termine dei trenta giorni sarebbe, nella *ratio* della legge, essenziale per consentire all'affiliato, spesso piccolo imprenditore, di formarsi un consenso il più possibile consapevole sulla reale portata della affiliazione commerciale (quantificazione dell'investimento, impegni finanziari, possibilità anche di effettuare indagini, giuridiche e patrimoniali, sul franchisor, possibilità di avvalersi, medio tempore, dei propri consulenti al fine di evidenziare benefici e criticità dell'affiliazione), e perciò sostenendo che esso costituirebbe momento informativo ineludibile a tutela dell'aspirante franchisee, delineato dalla legge alla stregua di "*contraente debole*", hanno affermato che, in ragione del mancato rispetto del termine di cui all'art.4, il contratto di affiliazione avrebbe dovuto essere annullato, ai sensi dell'art.8 della legge (*Annullamento del contratto*), il quale prevede che, <<se una parte ha fornito false informazioni, l'altra parte può chiedere l'annullamento del contratto ai sensi dell'articolo 1439 del codice civile nonché il risarcimento del danno, se dovuto>>.

Alternativamente, le attrici hanno sostenuto che il contratto risulterebbe comunque annullabile, in forza della testè menzionata disposizione (art.8), per comunicazione di informazioni false e per violazione degli obblighi precontrattuali di comportamento, di cui all'art.6 (<<1. L'affiliante deve tenere, in qualsiasi momento, nei confronti dell'aspirante affiliato, un comportamento ispirato a lealtà, correttezza e buona fede e deve tempestivamente fornire, all'aspirante affiliato, ogni dato e informazione che lo stesso ritenga necessari o utili ai fini della stipulazione del contratto di affiliazione commerciale, a meno che non si tratti di informazioni oggettivamente riservate o la cui divulgazione costituirebbe violazione di diritti di terzi. 2. L'affiliante deve motivare all'aspirante affiliato l'eventuale mancata comunicazione delle informazioni e dei dati dallo stesso richiesti. 3. L'aspirante affiliato deve tenere in qualsiasi momento, nei confronti dell'affiliante, un comportamento improntato a lealtà, 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 della stipulazione del contratto di affiliazione commerciale, anche se non espressamente richiesti dall'affiliante>>), e ciò in ragione della seguente duplice condotta: 1) per aver rappresentato alle attrici la possibilità di ricavi estremamente elevati e, tali, in ogni caso, da rendere adeguatamente sostenibile l'attività di impresa nell'ambito del franchising network, laddove, invece, l'attività proposta, anche se svolta in totale conformità alle indicazioni del franchisor, non ne avrebbe garantito neppure l'autosostentamento; 2) per essersi l'affiliante autoattribuite qualità professionali, tecniche, commerciali, idonee alla gestione della rete in franchising, ivi compresa l'assistenza all'affiliato in corso di rapporto e la risoluzione dei problemi inerenti la rete, laddove in concreto nessuna delle predette attività sarebbe stata posta in essere.

La convenuta avrebbe tenuto un comportamento contrario ai doveri di correttezza e buona fede, in violazione degli articoli 1337 c.c. e 6 legge 129/2004, tale da giustificare l'annullamento del contratto per dolo determinante, ex art.1439 cc, ed in via meramente subordinata, per errore essenziale e riconoscibile, ai sensi degli articoli 1327 e seguenti c.c. Ciò in quanto le attrici si sarebbero determinate alla



conclusione del contratto per cui è causa esclusivamente a seguito delle false informazioni trasmesse dalla convenuta in ordine alla sussistenza di un franchising network “solido” e dell’inserimento in un sistema redditizio.

In ulteriore subordine le attrici, affermando la ricorrenza nella specie di un inadempimento contrattuale, secondo la disciplina di cui al contratto di franchising (<<2. **Oggetto.** 2.1 L'affiliante concede all'affiliato, che accetta: a) il diritto di utilizzare il marchio “Wash Dog”, i simboli e/o i segni distintivi dell'affiliante; b) il diritto di utilizzare il sistema di lavaggio self service di animali “Wash Dog Sel Service 24 ore”, mediante utilizzo delle attrezzature fornite dall'affiliante e del know how di quest'ultimo, descritti sinteticamente nell'allegato 2 e dettagliatamente nella documentazione di cui al punto 4.2; c) il diritto di svolgere attività commerciale diretta al pubblico avente ad oggetto la vendita del suddetto servizio di lavaggio, dei servizi integrativi e dei prodotti accessori>> - <<4. **Obblighi dell'affiliante.** 4.1 L'affiliante si impegna a fornire all'affiliato quanto previsto all'art.2. 4.2 In particolare, l'affiliante dalla sottoscrizione del presente contratto fornirà all'affiliato: manuale dell'affiliato, relativo all'utilizzo e alla manutenzione delle attrezzature, nonché alle procedure per l'ottimale gestione del servizio, relazione tecnica illustrativa e certificazioni (manuali), in formato elettronico, consultabili e scaricabili, mediante accesso autenticato al sito internet dell'affiliante (attualmente www.washdog.com) nonché i chiarimenti e il supporto tecnico e commerciale richiesti dall'affiliato, direttamente o attraverso propri incaricati, anche in via telefonica; 4.3 l'affiliante si impegna ad informare tempestivamente l'affiliato, anche in via telematica, delle eventuali modifiche apportate al sistema di lavaggio, a servizi integrati e a prodotti accessori, nonché alle attrezzature e all'utilizzo delle medesime, che l'affiliante rimane libero di apportare a proprio insindacabile giudizio; 4.4 ai fini dell'espletamento dell'attività prevista nel presente contratto, l'affiliante concederà altresì in sub-licenza all'affiliato programma software da installare nel sistema informatico dell'affiliante, utilizzabile nei termini e condizioni indicate nel successivo articolo 7>>), e comunque ai sensi degli articoli 1176, comma 2, 1218 e seguenti e 1375 c.c., hanno chiesto pronunciarsi la risoluzione del contratto per inadempimento della affiliante, resasi responsabile dei seguenti gravi inadempimenti: 1) mancato trasferimento del know how agli affiliati: non solo il know how, quand'anche sussistente, sarebbe risultato privo dei caratteri richiesti dalla legge n.129, ma esso, comunque, non sarebbe stato trasferito alle attrici, quali affiliate; 2) omessa, e comunque insufficiente, erogazione delle prestazioni di assistenza, di cui all'art.4.2 del contratto: il franchisor sarebbe rimasto totalmente inerte pur a fronte di molteplici richieste di interventi correttive formulate dal franchisee, contegno che peraltro avrebbe condotto all'abbandono, da parte di quest'ultima, dell'attività imprenditoriale precedentemente intrapresa.

Infine le attrici, affermando la responsabilità della convenuta, quale che sia la soluzione accolta (nullità, annullamento o risoluzione del contratto), ha chiesto disporsene la condanna alla rifusione, in favore delle attrici, del danno che ne sarebbe derivato, pari, quanto alla Mancin, al costo per l'inserimento nel sistema e per l'acquisto delle attrezzature, a quello sostenuto per la pubblicizzazione dell'attività ed a quello per l'installazione delle macchine con impianto di aerazione; quanto alla Travaglia, a fee ed assegni 25/03/09 e 1/04/09.

Le attrici hanno pertanto concluso come segue:

““In via principale

- accertare e dichiarare la nullità, anche ex artt. 1325 e 1418 c.c., dei contratti di franchising per cui è causa, per le ragioni tutte e per le causali tutte meglio descritte in narrativa:



In via alternativa

- accertata e dichiarata la mancata trasmissione, da parte della convenuta alle attrici, di copia del contratto da sottoscrivere e della documentazione prescritta dall'art. 4, co. 1, L. 6 maggio 2004, n. 129, come meglio esposto in narrativa, ed in ogni caso, e comunque,

- accertati e dichiarati le false informazioni, anche ex artt. 8 e 9, L. 6 maggio 2004, n. 129, e comunque il dolo della convenuta, e comunque l'errore, determinante del consenso e riconoscibile, nel quale sono incorse le attrici in relazione alle circostanze tutte meglio esposte in narrativa, anche ex artt. 1439 e ss. e 1427 e ss. c.c., e conseguentemente, e per l'effetto,

- annullare i contratti di franchising per cui è causa, con ogni ulteriore e conseguente ordine e statuizione.

In via ulteriormente alternativa

- accertare e dichiarare gli illeciti tutti e le responsabilità tutte, anche precontrattuali e contrattuali, anche ex artt. 1176, co. 2, 1218 e ss., 1337, 1338 e 1375 c.c., ascrivibili alla convenuta in relazione ai fatti tutti meglio esposti in narrativa, e conseguentemente, e per l'effetto,

- risolvere i contratti di franchising per cui è causa per inadempimento, fatto e colpa della convenuta, con ogni ulteriore e conseguente ordine e statuizione.

In ogni caso

- condannare la convenuta al risarcimento dei danni tutti subiti e subendi dalle attrici (ovvero, in caso di declaratoria di nullità, alla restituzione delle somme indebitamente corrisposte dalle attrici alla convenuta), danni da determinarsi in corso di causa a seguito della espletanda istruttoria, conformemente alle voci tutte meglio esposte in narrativa”

La società convenuta, costituendosi, ha in primo luogo contestato che il contratto di franchising potesse comportare automaticamente una riduzione del rischio di impresa ovvero che fossero state fornite informazioni false nella fase delle trattative ed ha richiesto, nel contempo, disporsi la cancellazione ex art. 89 c.p.c. delle relative espressioni (proprie mendaci affermazioni, false informazioni); ha evidenziato come i ricavi prospettati fossero oggetto di una mera previsione e ha contrastato come inveritiera la rappresentazione dei fatti di parte attrice circa una omessa attività di assistenza tecnica, monitoraggio, calendarizzazione ecc.; ha negato ricorrere i presupposti per la dichiarazione di nullità del contratto, il cui oggetto doveva invece ritenersi lecito e determinato, né per il relativo annullamento, peraltro se del caso superato in ragione della convalida del contratto per la sua esecuzione, ed ha comunque eccepito l'intervenuta prescrizione quinquennale della relativa azione; nel merito ha sottolineato che le sedi operative delle attrici erano state attive per 6/7 anni prima che venissero sollevate contestazioni, insorte a seguito della richiesta di pagamento delle royalties maturate sino al 31.12.2015; ha infine contestato nell'an e nel quantum i danni lamentati da parte attrice ed in via riconvenzionale ha chiesto



disporsi la condanna delle attrici al pagamento in suo favore, a titolo di royalties, quanto a Mancin Patrizia per l'importo in capitale di € 15.258,74 e quanto a Travaglia Mirella per quello di € 15.831,55, oltre ad accessori e spese, con condanna delle attrici pure al risarcimento, per responsabilità aggravata, ex art. 96 c.p.c.

Ha concluso: "In via principale e di merito

a) Rigettarsi le domande tutte formulate da parte attrice in quanto destituite di ogni e qualsiasi fondamento sia in fatto che in diritto, per i motivi tutti esposti in narrativa.

b) Previo ogni accertamento e/o declaratoria del caso, condannare le odierne attrici, per i motivi esposti tutti in narrativa ex art. 96 c.p.c. al pagamento della somma che l'Illustrissimo Giudicante riterrà di liquidare in via equitativa a favore della società convenuta.

In via riconvenzionale

- Previo ogni accertamento e/o declaratoria del caso, condannare la attrice Mancin Patrizia al pagamento a favore della Dog Projects srl società unipersonale della somma di €15.258,74= a titolo di royalties maturate, oltre interessi e rivalutazione monetaria dal dovuto al saldo. Previo ogni accertamento e/o declaratoria del caso, condannare la attrice Travaglia Mirella al pagamento a favore della Dog Projects srl società unipersonale della somma di € 15.831,55= a titolo di royalties maturate, oltre interessi e rivalutazione monetaria dal dovuto al saldo.

In via riconvenzionale e subordinata

- Previo ogni accertamento e/o declaratoria del caso, condannare la attrice Mancin Patrizia al pagamento a favore della Dog Projects srl società unipersonale della somma di €15.258,74= a titolo di royalties maturate, oltre interessi e rivalutazione monetaria dal dovuto al saldo e o della minor o maggior somma accertanda e o ritenuta di giustizia, compensando–nella denegata e non creduta ipotesi anche di parziale accoglimento delle avversarie domande–gli importi di dare / avere con distrazione della somma risultante in eccesso / difetto in favore della parte beneficiaria. Previo ogni accertamento e/o declaratoria del caso, condannare la attrice Travaglia Mirella al pagamento a favore della Dog Projects srl società unipersonale della somma di €15.831,55= a titolo di royalties maturate, oltre interessi e rivalutazione monetaria dal dovuto al saldo e o della minor o maggior somma accertanda e o ritenuta di giustizia, compensando–nella denegata e non creduta ipotesi anche di parziale accoglimento delle avversarie domande–gli importi di dare / avere con distrazione della somma risultante in eccesso / difetto in favore della parte beneficiaria.

In via istruttoria

Con riserva di ulteriormente dedurre, capitolare, produrre documenti, indicare testimoni, formulare istanze istruttorie nel rispetto dei termini di cui all'articolo 163 comma n. 1 -2 e 3 c.p.c..".

Autorizzato il deposito di memorie integrative ex art.183, 6° comma, cpc, con la memoria n.1 le attrici hanno replicato:



- eccependo l'inammissibilità, per tardività della costituzione in giudizio, della domanda riconvenzionale in quanto la convenuta, in violazione dell'art. 167 c.p.c., si sarebbe costituita in giudizio il 9 novembre 2015, cioè 15 giorni prima dell'udienza di comparizione fissata per il 24 novembre 2015;

- ribadendo l'eccepita violazione dell'art. 4 della L.129/2004, in quanto la convenuta si sarebbe, invero, limitata ad affermare il preteso e non meglio precisato rispetto dei termini previsti ex lege per la trasmissione dei contratti e dei relativi allegati, senza provare alcunché;

- riportandosi, con riferimento alla relazione intercorrente tra la validità del contratto di franchising e l'elemento della riduzione del rischio d'impresa, all'orientamento espresso da Cass. n. 647 del 2007,;

- ribadendo, quanto alla falsità delle informazioni ricevute dalle affiliate, che alla stipulazione dei contratti le attrici sarebbero pervenute proprio in virtù di tali informazioni e sulla base della falsa rappresentazione della realtà che ne sarebbe conseguita;

- rimarcando, con riferimento al dovere della affiliante di prestare assistenza all'affiliato in corso di contratto, e di svolgere attività promozionale anche nell'interesse dell'affiliato, l'inadempimento della convenuta, essendo l'assistenza e la consulenza previste dal contratto come obblighi continuativi a carico dell'affiliante, ed essendo intrinsecamente inerenti alle caratteristiche essenziali della tipologia contrattuale, in correlazione alla cessione del patrimonio di nozioni, informazioni ed importanti conoscenze pratiche dall'affiliante all'affiliato;

- ribadendo l'inesistenza, e comunque l'omesso trasferimento, del know-how, non potendo intendersi come tale un manuale operativo di sole 10 pagine, assolutamente inutile per lo svolgimento dell'attività;

- insistendo nel senso dell'essenzialità di una buona attività promozionale e pubblicitaria per il corretto funzionamento di una rete di franchising, in questo caso del tutto insussistente;

- richiamando l'intervenuta emissione, in data 8 agosto 2006, di un provvedimento sanzionatorio dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato per pubblicità ingannevole a carico della appellata, , proprio sulla base delle vanterie di controparte circa le possibilità di guadagno non corrispondenti ai ricavi realmente conseguibili;

- ribadendo la infondatezza della tesi secondo cui le attrici avrebbero potuto godere dei servizi oggetto di contratto, e la conseguente legittimità del rifiuto di corrispondere le royalties, fermo restando che, in ogni caso, gli inadempimenti reciproci avrebbero dovuto essere sottoposti a valutazione comparativa;

- contestando la sussistenza di validi ragioni per la convalida dei contratti, così come la fondatezza dell'eccezione di prescrizione sollevata da parte convenuta.

Le attrici hanno pertanto così precisato le proprie conclusioni:

“In via preliminare

-rigettare le domande riconvenzionali tutte ex adverso formulate, in quanto formulate



oltre i termini previsti dall'art. 167 c.p.c., e dunque inammissibili improponibili in rito, e comunque, e per quanto occorrere possa, anche in quanto infondate in fatto e in diritto, e comunque non provate, per le ragioni tutte meglio esposte in narrativa.

In via principale

- accertare e dichiarare la nullità anche ex artt. 1325 e 1418 c.c., dei contratti di franchising per cui è causa, per le ragioni tutte e per le causali tutte meglio descritte nell'atto introduttivo

In via alternativa

accertare e dichiarare la mancata trasmissione, da parte della convenuta

alle attrici, di copia del contratto da sottoscrivere e della documentazione prescritta dall'art. 4, co. 1, L. 6 maggio 2004, n. 129, come meglio esposto in narrativa, ed in ogni caso, e comunque,

accertati e dichiarati le false informazioni, anche ex artt. 8 e 9, L. 6 maggio 2004, n. 129, e comunque il dolo della convenuta, e comunque l'errore, determinante del consenso e riconoscibile, nel quale sono incorse le attrici in relazione alle circostanze tutte meglio esposte in narrativa, anche ex artt. 1439 e ss. e 1427 e ss. c.c., e conseguentemente, e per l'effetto, annullare i contratti di franchising per cui è causa, con ogni ulteriore e conseguente ordine e statuizione.

In via ulteriormente alternativa

accertare e dichiarare gli illeciti tutti e le responsabilità tutte, anche precontrattuali e contrattuali, anche ex artt. 1176, co. 2, 1218 e ss., 1337, 1338 e 1375 c.c., ascrivibili alla convenuta in relazione ai fatti tutti meglio esposti in narrativa, e conseguentemente, e per l'effetto,

-risolvere i contratti di franchising per cui è causa per inadempimento, fatto e colpa della convenuta, con ogni ulteriore e conseguente ordine e statuizione.

In ogni caso

Condannare la convenuta al risarcimento dei danni tutti subiti e subendi dalle attrici (ovvero, in caso di declaratoria di nullità, alla restituzione delle somme indebitamente corrisposte dalle attrici alla convenuta), danni da determinarsi in corso di causa a seguito della espletanda istruttoria, conformemente alle voci tutte meglio esposte in atto introduttivo di citazione.”

Con memoria ex art. 183, co. 6, n. 2, le attrici hanno rassegnato le seguenti conclusioni istruttorie:

“In via istruttoria ammettere prova per interrogatorio formale, e per testi, sui seguenti capitoli di prova, previa depurazione degli stessi, quanto alla prova per testi, di eventuali elementi valutativi:

1) vero che la convenuta trasmetteva alla Sig.ra Travaglia, copia del contratto di franchising (poi sottoscritto in data 25 marzo 2009) soltanto in data 10 marzo 2009, ed alla Sig.ra Mancin soltanto in data 2 settembre 2009 (contratto poi sottoscritto in



data 21 settembre 2009), ed ometteva altresì l'invio degli allegati previsti dalla L. 6 maggio 2004, n. 129, ed in particolare la lista degli affiliati e le variazioni degli stessi intervenute nel corso degli ultimi tre anni;

2) vero che la convenuta rappresentava espressamente, tanto alla Sig.ra Mancin, quanto alla Sig.ra Travaglia, che attraverso l'affiliazione al “sistema” Dog Projects le stesse avrebbero ottenuto ricavi in costante aumento, a partire da Euro 57.539,42 il primo anno, sino a giungere, al quinto anno di attività, alla somma di Euro 123.527,84 per il quinto anno di attività, come da business plan prodotto sub Doc.4;

3) vero che la convenuta ometteva di effettuare, tanto a favore della Sig.ra Mancin, quanto a favore della Sig.ra Travaglia, attività di assistenza in fase di preapertura, quali, a titolo esemplificativo, l'ausilio per la installazione del layout del punto vendita;

4) vero che la convenuta ometteva di presenziare all'inaugurazione dei punti vendita della Sig.ra Travaglia e della Sig.ra Mancin;

5) vero che la convenuta ometteva di prestare l'attività di supporto tecnico prevista all'art. 4.2. dei contratti prodotti sub Doc.1 (Mancin) e doc.2 (Travaglia);

6) vero che la convenuta veniva in più occasioni informata dalla Sig.ra Travaglia e dalla Sig.ra Mancin dell'andamento dei punti vendita dalle stesse gestiti;

7) vero che la convenuta ometteva di porre in essere azioni correttive finalizzate all'incremento del fatturato della Sig.ra Travaglia e della Sig.ra Mancin;

8) vero che la convenuta ometteva di fornire alla Sig.ra Travaglia ed alla Sig.ra Mancin un manuale operativo contenente la descrizione esatta del know – how asseritamente oggetto del trasferimento previsto dall'art. 4.2. dei contratti di franchising prodotti sub doc. 1 (Mancin) e doc. 2 (Travaglia).

La convenuta, con la memoria n.2, previa formulazione di eccezione di incompetenza per materia, competente essendo, a suo dire, il tribunale distrettuale delle imprese, così ha concluso in via istruttoria:

“Sin da ora parte convenuta, con riserva di ulteriormente dedurre, capitolare, indicare testimoni e capitoli anche a contro prova e o prova contraria, chiede l'ammissione per interrogatorio formale e testimoni sui seguenti capitoli di prova:

1) Vero che Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unità n. 61 su incarico e per conto della Dog Projects srl ha operato quale società di marketing della Dog;

2) Vero che Medusa gestisce per conto della Dog attività di promozione e pubblicità commerciale, contattando gli affiliati alla rete e proponendo iniziative e pubblicità di promozioni locali e sul territorio nazionale;

3) Vero che dal 24 maggio 2011 al 8 giugno 2015 furono eseguite comunicazioni globali via e mail alla signora Travaglia, come da report Medusa–Immagini ed Intermediazione di Galimberti Cesare con sede in Caravaggio per conto di casa madre Dog Projects srl, che si producono quale documento n. 9;



- 4) Vero che con e mail del 11.12.14 casa madre, a mezzo Medusa, informava la signora Travaglia della giornata informativa prevista per il giorno 15.12.14 con oggetto presentazione nuova area affiliati, presentazione promozioni per aumento dei fatturati, presentazione campagne nazionali 2015 e anteprima nuovo software per gestione cloud (doc. n. 10);
- 5) Vero che con e mail del 2.7.2013 casa madre inviava comunicazione avente ad oggetto nuova password per accedere area riservata (doc. n. 11);
- 6) Vero che in data 29.9.2011 casa madre inviava e mail alla signora Travaglia con password per accedere all'area riservata (doc. n. 12);
- 7) Vero che in data 18 maggio 2012 veniva inviata e mail da casa madre con comunicazione inerente nuova area affiliati (doc. n. 13);
- 8) Vero che in data 17 febbraio 2012 da casa madre veniva inviata e mail avente ad oggetto comunicazione riduzione royalties (doc. n. 14)
- 9) Vero che con e mail del 5.12.11 Medusa- per conto casa madre Dog- inviava modulo, su espressa richiesta della attrice Travaglia, per non ricevere più informazioni da Dog (doc. n.15);
- 10) Vero che con e mail del 28 maggio 2009 casa madre e la signora Travaglia intrattenevano corrispondenza circa il merchandising (doc. n. 16);
- 11) Vero che Medusa Immagine ed intermediazione di Galimberti Cesare, con sede in Caravaggio, viale Europa Unita n. 61 su incarico e per conto della Dog Projects srl ha operato quale società di marketing della Dog a far data dall'anno 2011;
- 12) Vero che dal 6 febbraio 2012 al 8 giugno 2015 furono eseguite comunicazioni globali via e mail al signor Maurizio Ruggero per la signora Mancin, come da report Medusa-Immagini ed Intermediazione di Galimberti Cesare con sede in Caravaggio per conto di casa madre Dog Projects srl, come da report che si produce composto da numero 11 pagine (doc. n. 17);
- 13) Vero che in data 17 febbraio 2012 da casa madre veniva inviata e mail avente ad oggetto comunicazione riduzione royalties (doc. n. 18);
- 14) Vero che in data 21 maggio 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre con comunicazione inerente nuova area affiliati (doc. n.19);
- 15) Vero che in data 21 giugno 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto sollecito invio dati store (doc. n. 20);
- 16) Vero che in data 13 luglio 2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto sollecito invio dati store (doc. n. 21);
- 17) Vero che in data 5.12.2012 veniva inviata e mail da Medusa per conto casa madre avente ad oggetto individuazione del campione canino per pubblicità su rivista di tiratura 70.000 copie, rivista riconosciuta ENCI (ente nazionale cinofilia italiana) (doc. n. 22);
- 18) Vero che in data del 5.12.12 e mail da Medusa per conto casa madre veniva pubblicizzata la promozione dei nuovi tesserati (doc. n.22);



19) Vero che e mail del 21.12.12 Medusa sollecitava a Rugg l'invio della adesione alla promozione di cui al capitolo 17) (doc. n. 23);

20) Vero che con e mail del 21.12.12 signor Rugg inviava adesione alla iniziativa tessera in omaggio di cui al capitolo 17) (doc. n. 24);

21) Vero che con e mail del 21.6.2011 Medusa comunicava che era in edicola il nuovo numero della rivista "il Mio cane" con pagina informativa /pubblicitaria degli store Dog (doc n. 25);

22) Vero che e mail del 29.6.2011 Medusa comunicava la presentazione di una promozione attivabile presso lo store per la fidelizzazione e nuova acquisizione clientela (doc. n.26);

23) Vero che con e mail del 6.10.11 Medusa comunicava "come fidelizzare i clienti" (doc. n. 27);

24) Vero che con e mail del 14.10.2009 casa madre chiedeva misure relative alla insegna dello store (doc. n. 28);

25) Vero che con e mail del 11.12.2009 casa madre chiedeva informazioni circa l'insegna dello store (doc. 29);

26) Vero che con e mail del 7.1.2010 casa madre ancora chiedeva informazioni circa l'insegna dello store (doc. n. 30);

27) Vero che alla data del 31 ottobre 2015 l'importo da titolo di royalties dovuto dalla signora Travaglia ammontava ad € 15.831,55=, come da documento 6 allegato alla comparsa di costituzione e risposta;

28) Vero che alla data del 31 ottobre 2015 l'importo da titolo di royalties dovuto dalla signora Mancin ammontava ad € 15.258,74=, come da documento 7 allegato alla comparsa di costituzione e risposta;

29) Vero che a far data dall'anno 2009 Voi in diverse occasioni, quali responsabili commerciali di casa madre, contattavate gli affiliati ai fini di conoscere l'andamento dello store, l'eventuale esistenza di problematiche e per conoscere di eventuali necessità degli stessi"

Il giudice istruttore, ritenendo la causa matura per la decisione, ne ha disposto il rinvio per la precisazione delle conclusioni.

Con la **sentenza n.1211/2017** il tribunale di Bergamo è pervenuto al rigetto delle domande di parte attrice ed all'accoglimento della domanda riconvenzionale della convenuta, fatta eccezione per la richiesta ex art.96 cpc, con condanna delle attrici alla rifusione delle spese di lite, sulla base delle seguenti considerazioni.

1)

L'**eccezione di decadenza per tardività della costituzione in giudizio**, sull'assunto che la comparsa di risposta della convenuta fosse stata depositata oltre il termine di venti giorni di cui all'art. 167 c.p.c.. è infondata. Dalla consolle del magistrato si



evince invero che il deposito telematico della comparsa risale al 4.11.2015, ore 17.58, a fronte di una prima udienza fissata al 24.11.2015. L'annotazione del relativo incumbente da parte della cancelleria è invece avvenuto il successivo 9.11.2015, ma tale ritardo non inficia la tempestività della comparsa di risposta (cfr. doc. 8 convenuta).

2)

E' **infondata l'eccezione di incompetenza per materia** del giudice adito sollevata dalla società Dog Projects con la seconda memoria ex art. 183 comma 6 c.p.c. in favore del Tribunale delle Imprese: infatti nel caso in esame si controverte della validità ed esecuzione di un contratto di franchising e non di proprietà industriale o diritto di autore.

3)

L'eccezione di nullità del contratto per mancanza del know-how, di sinallagma contrattuale e di riduzione del rischio di impresa è infondata.

Infatti gli assunti attorei sono smentiti dai documenti contrattuali.

Premesso che l'affiliazione commerciale (franchising) è il contratto, comunque denominato, fra due soggetti giuridici, economicamente e giuridicamente indipendenti, in base al quale una parte concede all'altra, verso corrispettivo, la disponibilità di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, disegni, diritti di autore, know-how, brevetti, assistenza o consulenza tecnica e commerciale, inserendo l'altro contraente, quale affiliato, in un sistema costituito da una pluralità di affiliati distribuiti sul territorio, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi, il giudice rileva che nelle premesse dei doc. 1 e 2 attrici (contratti di franchising: ndr) le parti hanno affermato che l'affiliante aveva ideato e perfezionato un sistema di lavaggio self service di animali (cani), denominato Wash Dog Self Service 24 ore, costituito da: a) vasche di lavaggio studiate e realizzate per uso self service con autolavaggio e autodisinfettante, b) sistemi automatizzati per utilizzo delle attrezzature ed accessori dediti alla toelettatura dell'animale; c) sistemi per la vendita automatizzata di prodotti; d) sistemi di lavaggio ecologico all'ossigeno attivo; e) software gestionali studiati appositamente per il servizio self service 24 h; f) servizi integrativi; g) prodotti accessori per la pulizia distribuiti mediante sistemi automatici alla clientela. Il giudice osserva, poi, che nell'art. 2 del contratto (oggetto) si dava atto del fatto che il know how era stato descritto nell'allegato 2, consegnato alle attrici e che si componeva di appositi fascicoli illustrativi (1) il nostro sistema; 2) i nostri prodotti; 3) il nostro franchising); rilevava, infine, la presenza, quale allegato 7, di un contratto di comodato d'uso del software gestionale (controllo locale, data base, sistema accredito card) di cui le attrici avevano ricevuto puntuale consegna, come da ricevuta, e dell'allegato 3, recante indicazione delle attrezzature acquistate con la sottoscrizione dei contratti.

I contratti, quindi, presentano – per il tribunale di Bergamo - un oggetto possibile, lecito, determinato e determinabile e rispettano tutte le ulteriori prescrizioni di cui all'art. 3, comma 4, L. n. 129/2004, ivi compresa quella - sotto pena di nullità - della stipulazione per iscritto del contratto.



4)

Alla stipulazione degli atti negoziali ha fatto seguito, per un consistente lasso di tempo, lo sviluppo tra le parti del rapporto contrattuale di affiliazione.

I contratti hanno infatti conosciuto un'applicazione protrattasi a lungo nel tempo. Le affiliate hanno svolto l'attività oggetto di franchising per ben 6/7 anni e dunque **si sono servite del know how messo a loro disposizione** e costituito da un **patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate**, nonché da un **software** che soddisfa i requisiti indicati all'art. 1, comma 3 lett. a, L. n.129/2004.

5)

L'affiliato, nel giovare del marchio e del prestigio dell'affiliante, **ha solo modo di intraprendere un'attività commerciale e di inserirsi nel mercato con riduzione del rischio** e non certo con eliminazione dell'alea intrinseca all'esercizio dell'impresa.

6)

Una simile organizzazione non prevede la completa identificazione del franchisor con il franchisee, i quali, sebbene legati contrattualmente, **restano indipendenti ed autonomi**, sia dal punto di vista giuridico sia da quello economico.

7)

Il rischio perciò non può essere escluso, **né può essere garantita la misura della sua riduzione.** Sotto questo profilo appaiono inconferenti le doglianze attoree circa il pagamento del fee di ingresso e di royalties mensili (cfr. f. 7 citazione), le quali, infatti, costituiscono il corrispettivo a carico dell'affiliato per il suo inserimento nel sistema di commercializzazione dei servizi e per l'uso del marchio.

8)

Quanto alla domanda di **annullamento**, va anzitutto esaminata **l'eccezione di prescrizione della relativa azione**, formulata da parte convenuta in quanto i contratti per cui è causa sono stati stipulati in data 21.9.2009 (Mancin) e 25.3.2009 (Travaglia), mentre la notifica dell'atto di citazione risale al 10.6.2015.

L'eccezione è **fondata**.

L'azione si è certamente prescritta atteso che anche **con le missive di cui ai doc. 5 e 6** risalenti rispettivamente al **14.3.2014** (Mancin) e **13.1.2015** (Travaglia) le attrici hanno **contestato solo inadempimenti** contrattuali o precontrattuali, **ma non i dedotti vizi del consenso** (dolo o errore).

A fronte della predetta eccezione, **incombeva sulle attrici l'onere della prova della risulenza della scoperta del dolo o dell'errore.**

Per stabilire il **momento dal quale comincia a decorrere la prescrizione** dell'azione di annullamento del contratto per dolo, questo non viene in considerazione nella sua concreta esistenza - la quale formerà oggetto della successiva indagine di merito circa la fondatezza della domanda - **ma è assunto nella sua astratta configurabilità, con riferimento alle allegazioni della parte circa i fatti che lo integrerebbero.**



Pertanto **la scoperta del dolo**, dalla quale decorre il termine quinquennale di prescrizione, non può essere identificata con la percezione del consistente divario tra il valore delle prestazioni dedotte in contratto, ma **deve farsi coincidere con la percezione, da parte dell'attore, dei mezzi fraudolenti stati messi in opera dalle controparti** per carpire il suo consenso, in quanto con l'azione di annullamento si intende tutelare unicamente la libertà del volere dei contraenti, prescindendo da qualsiasi considerazione di equilibrio patrimoniale tra le prestazioni (Cassazione n. 1717/75).

Al riguardo **le attrici non hanno offerto, prima ancora che fornito, alcuna prova**, essendosi limitate a riferire di aver riscontrato i vizi di recente (cfr. f. 12 memoria del 22.12.2015), **omettendo così ogni identificazione del momento esatto della scoperta** per ciascuna delle contraenti.

9)

L'**indicazione dei predetti vizi** del consenso appare peraltro **assolutamente vaga**, in quanto allegata in maniera identica per entrambe le attrici, sebbene le stesse fossero state parti di contratti diversi, ed in ragione dell'omessa specificazione di quali sarebbero state le false informazioni fornite ovvero di quali fossero stati i raggiri usati per stimolare nel preteso deceptus la determinazione di volontà nel senso della conclusione del contratto, così da suscitare una rappresentazione alterata della realtà, tale da generare nel suo meccanismo volitivo un errore essenziale ai sensi dell'art. 1429 c.c., ovvero determinante, ex art.1439 c.c.

Le doglianze di parte attrice si concentrano, invero, sulla **mancata realizzazione delle aspettative di cui al conto economico previsionale** fornito da Wash Dog (cfr. doc. 4): quest'ultimo, tuttavia, **si riferiva ad utili lordi e meramente previsionali**; la cui rappresentazione non era più stata oggetto di censura da parte dell'Autorità Garante dopo quella risalente al 2006 e di cui l'affiliante, in ottemperanza all'art. 4 L. 129/2004, aveva dato contezza nel contratto medesimo (foglio. 12 contratti a docc. 1 e 2).

Peraltro, **il legislatore richiede, a beneficio dei potenziali affiliati, unicamente che il franchisor abbia sperimentato una propria formula commerciale e possa quindi proporre contratti di affiliazione commerciale con un oggetto determinato o determinabile**, senza prevedere particolari forme o modalità di tale sperimentazione al fine di sostenere le previsioni di guadagno.

10)

Per quanto attiene invece alla **consegna in visione del contratto almeno trenta giorni prima della sua sottoscrizione**, anzitutto **la violazione di tale termine non costituisce causa di annullamento ex art. 8 L. n./2004**; in secondo luogo **l'azione sarebbe irrimediabilmente prescritta per la Travaglia, che ha sollevato la questione per la prima volta con missiva del 13.1.2015**, mentre, **nel rapporto con la Mancin, il contratto risulterebbe convalidato ex art. 1444 c.c.** per intervenuta esecuzione da parte sua, nella consapevolezza della presenza del vizio; infine **ambidue i contratti sottoscritti dalle attrici riportano al foglio 2 l'indicazione di date di trasmissione (19.8.09 e 5.1.2008) rispettose del termine prescritto**.



11)

Il capitolo 1 di cui alla memoria istruttoria attorea del 21.1.2016 - <<vero che la convenuta trasmetteva alla sig.ra Travaglia copia del contratto di franchising (poi sottoscritto in data 25 marzo 2009) soltanto in data 10 marzo 2009, ed alla sig.ra Mancin soltanto in data 2 settembre 2009 (contratto poi sottoscritto in data 21 settembre 2009) ed ometteva altresì l'invio degli allegati previsti dalla L.6 maggio 2004 n.129, ed in particolare la lista degli affiliati e le variazioni degli stessi intervenute nel corso degli ultimi tre anni>> - **non reca alcun riferimento alle modalità di trasmissione dei contratti in una data diversa da quella sottoscritta;** la trascrizione della trasmissione via fax, presente solo su uno dei due contratti, in data diversa da quella dichiarata non assume alcun carattere dirimente, ben potendo riferirsi ad altro successivo invio del documento.

12)

E' **infondata** pure la **domanda di risoluzione** dei contratti per inadempimento dell'affiliante.

Anzitutto è **pacifico che i contratti abbiano trovato esecuzione per ben 6/7 anni senza alcuna contestazione da parte delle affiliate**, se non successivamente alla richiesta, da parte dell'affiliante, del pagamento delle royalties risalenti al 2014/2015. Le affiliate, del resto, **non hanno inviato disdetta entro il termine contrattualmente pattuito per la scadenza quinquennale del contratto, così determinandone**, secondo il disposto di cui all'art.10 del contratto, **la proroga a tempo indeterminato.**

Sulla base delle disposizioni contrattuali **a carico dell'affiliante stava l'obbligo della consegna del marchio e del know how, e della messa a disposizione dei manuali, da scaricarsi presso il sito internet dell'affiliante stessa, e di fornire agli affiliati chiarimenti ed il supporto tecnico commerciale da essi eventualmente richiesti anche in via telefonica (art. 4).**

La convenuta ha prodotto **documentazione** (docc. 10-31) da cui risulta **confirmato l'adempimento da parte dell'affiliante ai predetti obblighi:** infatti **le numerose mail e stampe del sito internet agli atti comprovano l'assistenza** fornita nel corso degli anni alle attrici, anche nella fase della inaugurazione e consegna dell'insegna (doc. 10, 28), **ed evidenziano la predisposizione degli aggiornamenti, anch'essi accessibili presso l'area riservata del sito.**

13)

L'esame di tale documentazione ha reso **superflua l'ammissione e l'assunzione dei capitoli di prova - formulati dalla convenuta con memoria del 25.1.2016 - riferiti ai predetti carteggi, non fatti oggetto di contestazione alcuna.**

Per contro i **capitoli di prova formulati dalle attrici con memoria del 21.1.2016** sono stati valutati come **non ammissibili:** infatti **quelli dal n.3 al n. 8 avevano contenuto negativo, mentre il cap. 2 era relativo a circostanza già oggetto di prova documentale.**

14)

Alcune delle inadempienze lamentate tali non possono considerarsi, non rientrando tra gli obblighi assunti dall'affiliante: tali la **presenza di un delegato**



dell'affiliante all'inaugurazione del centro di ciascuna delle due affiliate attrici, l'effettuazione di **telefonate all'affiliata al fine di conoscere l'andamento commerciale dell'attività** da lei intrapresa, ed ancora la **predisposizione di appositi interventi finalizzati a risollevare le sorti dell'impresa affiliata**, in difficoltà finanziaria.

Alcune contestazioni afferiscono a **circostanze non provate**: tra queste, il **documento 17**, da cui si dovrebbe trarre dimostrazione della **consegna** di una **cartina sbagliata per l'inaugurazione**, non risulta esser **mai** stato **depositato** agli atti.

Altre contestazioni, quale quella relativa al **presunto ritardo nel rilascio della password e nell'assistenza tecnica**, riguardavano solo una delle attrici; peraltro, **anche ove confermate, non avrebbero comunque potuto condurre alla risoluzione del contratto per inadempimento, data la scarsa importanza** di quest'ultimo avuto riguardo all'interesse dell'affiliata, tanto che il rapporto contrattuale aveva potuto comunque svilupparsi regolarmente nel tempo..

15)

Tutte le **domande attoree** vanno pertanto **respinte**.

Al contrario, la **domanda riconvenzionale** va **accolta** essendo **pacifica la mancata corresponsione della royalties e non** essendo stata **sollevata alcuna contestazione circa la loro quantificazione** in conformità secondo al prospetto di cui al doc. 4 (piano economico di esercizio).

Non può invece trovare accoglimento la domanda di condanna della convenuta volta alla condanna delle attrici al risarcimento in suo favore del danno, ai sensi dell'art. 96 c.p.c. in assenza di allegazione e prova del danno stesso, diverso dall'anticipazione delle spese legali..

Neppure deve essere disposta, ex art. 89 c.p.c., la cancellazione delle espressioni segnalate come offensive o sconvenienti nella comparsa di Dog Projects in quanto può essere disposta la cancellazione delle sole parole che risultino esser state dettate da un passionale e incomposto intento dispregiativo ..

Avverso la predetta decisione hanno proposto impugnazione le due attrici, rimaste soccombenti, le quali hanno rassegnato le loro conclusioni per i motivi che seguono;

Si è costituita l'appellata, resistendo al gravame.

La causa è stata assegnata a sentenza all'udienza di precisazione delle conclusioni del 12/02/2020, con termini di legge per il deposito di comparse conclusionali e memorie di replica.

MOTIVI DELLA DECISIONE

I MOTIVI DI GRAVAME

Col **primo, articolato, motivo di gravame** la parte appellante lamenta **<<motivazione errata e/o illogica e/o contraddittoria in ordine alla eccezione di nullità del contratto di affiliazione commerciale inter partes – A) difetto di causa –**



B) insussistenza del know how, quale oggetto del contratto, anche ex artt.1325 e 1346 c.c. e comunque difetto delle caratteristiche prescritte ex lege, sub.art.1 comma 3 lett. A) della L. 6 maggio 2004 n.129 – C) assenza di riduzione del rischio di impresa – D) mancanza di sinallagma contrattuale>>

Le appellanti anzitutto individuano quello che a loro dire costituirebbe il tema principale in discussione: <<se sia o meno legittimo attribuire ad un “sistema di vasche di lavaggio self-service per cani” la valenza di “know-how” per come precipuamente e tassativamente descritto ed inteso dalla Legge 129.2004 (“Norme per la disciplina dell’affiliazione commerciale”), e più nello specifico, dall’art. 1), lett. a): “un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall’affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale ed individuato”>>. Sostengono, al riguardo, che, <<già ad una prima lettura>> <<un esperto del settore>> non potrebbe non rendersi conto del fatto che <<nel sistema ideato da Dog Project, non>> è dato rinvenire <<alcuna tecnica e/o esperienza non brevettabile e/o oggetto di segreto industriale che possa essere trasferita>> e ciò per la semplice ragione che detta <<tecnica e/o esperienza>> deve ritenersi nulla più che <<insussistente>>.

Ricordando <<che, ai sensi dell’art. 1), lett. a) della legge 129.2004, per “know-how” si intende “un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall’affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale ed individuato”, laddove per “segreto” si intende dire che il know-how, considerato come complesso di nozioni o nella precisa configurazione e composizione dei suoi elementi, non è generalmente noto né facilmente accessibile; per “sostanziale”, che il know-how comprende conoscenze indispensabili all’affiliato per l’uso, per la vendita, la rivendita, la gestione o l’organizzazione dei beni o servizi contrattuali; per “individuato, ” che il know-how deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità>>, le appellanti si dolgono perciò del diverso giudizio espresso sul punto dal tribunale, il quale, <<a pag. 4) della sentenza>> aveva affermato, <<in tema di “know-how” e di caratteristiche proprie dello stesso all’interno di un contratto di franchising, caratteristiche,.... tassativamente descritte all’art. 1, lettera a) della L. 129/2004>>, <<”quanto alla eccepita nullità del contratto per mancanza del know-how, di sinallagma contrattuale e di riduzione del rischio d’impresa, ... che gli assunti attori>> avrebbero dovuto ritenersi <<smontati dai documenti contrattuali>>, posto che <<nelle premesse dei doc. 1 e 2 attrici>>, si era affermato che <<l’affiliante>> aveva <<ideato e perfezionato un sistema di lavaggio self service animali Wash Dog Self Service 24 ore costituito da vasche di lavaggio studiate e realizzate per uso self service con autolavaggio e autodisinfettante; sistemi automatizzati per utilizzo delle attrezzature ed accessori dediti alla toelettatura dell’animale; sistemi dediti alla vendita automatizzata di prodotti; sistemi di lavaggio ecologico all’ossigeno attivo; software gestionali studiati appositamente per il servizio self service 24 h; servizi integrativi; prodotti accessori per la pulizia distribuiti mediante sistemi automatici alla clientela>> e ancora perché all’<<art. 2 del contratto (oggetto)>> si era dato <<atto>> del fatto <<che il know how era descritto nell’all. 2 consegnato alle attrici e che si componeva di appositi fascicoli illustrativi: (a) il nostro sistema; b) i nostri prodotti; c) il nostro franchising>> ed



ancora del fatto che <<l'all. 7 era ... costituito da un contratto di comodato d'uso del software gestionale (controllo locale, data base, sistema accreditato card) di cui le contraenti>> avevano <<sottoscritto la consegna per ricevuta, mentre l'all. 3 conteneva l'indicazione delle attrezzature acquistate con la sottoscrizione dei contratti de quibus>>, così che <<questi ultimi....>> venivano con ciò a presentare <<un oggetto possibile, lecito, determinato e determinabile nonché tutte le ulteriori previsioni prescritte dall'art. 3, comma 4, L. n. 129/2004, compresa la stipulazione per iscritto a pena di nullità">>.

Le appellanti, in particolare, sulla base delle anzidette considerazioni, contestano al tribunale di aver erroneamente ritenuto che <<l'aver l'affiliante meramente dato atto all'interno del contratto che il know-how esiste in quanto richiamato nell'all. 2) consegnato alle odierne appellanti>> costituirebbe <<prova della presenza all'interno dei suddetti contratti di affiliazione commerciale di "un oggetto possibile, lecito, determinato e determinabile nonché di tutte le ulteriori previsioni prescritte dall'art. 3, comma 4, L. n. 129/2004">>, conclusione, quest'ultima, invece contraddetta dalla <<dottrina maggioritaria di settore>>, per la quale <<il know-how, elemento essenziale nel contratto di franchising, è di prassi racchiuso in un "manuale operativo", in ossequio a quanto disposto dall'art. 3, lett. d) della legge 129.2004, il quale ... prescrive che "il contratto deve indicare la specifica del know-how fornito dall'affiliante all'affiliato">> oppure può essere <<composto da elementi che non si possono mettere per iscritto ed, in quel caso, le c.d. "conoscenze pratiche" vengono trasmesse solo oralmente e con la pratica mediante il training e la formazione...>>, mentre <<nel caso di specie, nessuna delle due ipotesi si>> sarebbe <<avverata: il "manuale operativo"...>> sarebbe <<costituito da...niente (cfr. doc. 3 del fascicolo di primo grado): pochissime righe (10, per l'esattezza) nelle quali non è esplicitato alcun concetto di natura tecnica che non sia alla portata di chiunque>>, giudicato perciò quale <<elemento ... di nessuna utilità per lo svolgimento dell'attività>>.

Le appellanti, inoltre, ricordato che, <<il canale della "formazione" .. costituisce... un altro degli obblighi a carico dell'affiliante (art. 3, lett. F, Legge 129.2004: "il contratto deve indicare le caratteristiche dei servizi offerti dall'affiliante in termini di assistenza tecnica e commerciale, progettazione ed allestimento, formazione")>> lamentano che <<nessuna prova>> della relativa trasmissione in loro favore sarebbe stata fornita dall'affiliante.

Aggiungono che, muovendo dall'esame del <<concept alla base del contratto in questione, non vi>> sarebbe <<da stupirsi>> del fatto che <<"la specifica del know-how" non sia>> stata fatta <<oggetto di una dettagliata descrizione all'interno del contratto e/o non sia stata presa in considerazione neanche nel c.d. "manuale operativo">>, e ciò perché <<l'accordo di affiliazione commerciale di Dog Project consiste un "sistema di lavaggio automatico per cani" aperto 24 h. su 24>>; ebbene, tale progetto <<per la sua stessa natura e per la sua stessa funzionalità, non>> conterrebbe <<alcun elemento innovativo, segreto e sostanziale>> <<anche lontanamente>> avvicinabile <<a quello che dovrebbe essere alla base di un contratto di franchising così come qui .. puntualmente descritto dalla normativa di settore>>, con ciò dovendosi far richiamo al <<precetto contenuto all'art. 1), co. 3),



lett a) della L. 6 maggio 2004 n. 1249 laddove si descrive il know how quale “patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall'affiliante”, patrimonio che deve essere segreto, sostanziale ed individuato: -per “segreto” si intende che non deve essere né “generalmente noto né facilmente accessibile”; -per “sostanziale”, che il know how “comprende conoscenze indispensabili all'affiliato per l'uso, per la vendita, la rivendita, la gestione o l'organizzazione dei beni o servizi contrattuali”; -per “individuato” che il know-how “deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità”>>, elementi questi che difetterebbero nella specie, in quanto: a) <<la valenza asseritamente “innovativa” del sistema di lavaggio self-service di animali>> sarebbe <<del tutto inesistente>>, essendo <<presenti sul mercato, infatti, diversi sistemi perfettamente analoghi>>, ed altrettanto <<inesistente>> sarebbe <<la “segretezza” ..., esclusa in radice dal fatto che perfino il singolo utente>> è <<in grado di impiegare (in self-service) i macchinari oggetto del contratto>>; b) <<per le medesime ragioni non>> potrebbe <<nemmeno parlarsi di “sostanzialità”: non>> potendosi concepire <<alcuna sostanzialità nel senso richiesto dalla Legge, se e nella misura in cui>> sia <<l'utente, e non il titolare del punto vendita, a svolgere il lavoro richiesto>>; ed infine c) dovrebbe parimenti ritenersi <<inesistente la “individuatezza”>>, per la ragione, già più sopra esposta, dell'insussistenza, <<nel caso di specie>, di <<un 'manuale operativo' .. di prassi ... consegnato all'affiliato all'atto dell'ingresso nella rete>>, nella situazione in esame tuttavia in concreto non realizzabile non sussistendo <<alcuna tecnica e/o esperienza non brevettabile e/o oggetto di segreto industriale>> suscettibile di <<essere trasferita>> all'affiliato.

Posto che <<il know- how deve ... avere un preciso contenuto e valore economico>> e <<deve trattarsi di conoscenze utili nella vendita di prodotti o nella fornitura di servizi, nella presentazione delle merci destinate alla vendita, nell'elaborazione di prodotti in connessione con la fornitura di servizi, nel trattamento della clientela, e nella gestione dell'attività sia dal punto di vista amministrativo che finanziario>>, così che <<il know-how deve essere impiegabile per l'affiliato quando la conclusione dell'accordo conferisce un vantaggio sui concorrenti, un aumento del rendimento e una facile penetrazione nel mercato>>, tanto che per la giurisprudenza di merito nel concetto di forma scritta del contratto di affiliazione, sotto pena di nullità, (art. 3, comma 1, della legge 129) sta pure “la specifica del know-how fornito dall'affiliante all'affiliato” (art. 3, co. 4 lett. d), e considerato che <<il know-how deve essere descritto in modo sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità>>, le appellanti affermano che i contratti di affiliazione da loro stipulati sarebbero affetti da nullità, in quanto a loro dire sprovvisti di <<alcuna indicazione relativa allo specifico contenuto del know-how in tesi asseritamente trasmesso da Dog Project agli affiliati>>.

A detta delle appellanti il contratto da loro sottoscritto sarebbe caratterizzato da indeterminatezza: solo nelle premesse (art.2: oggetto, punto b), si sarebbe dato atto della sussistenza del know how, individuato mediante richiamo all'allegato 2), con l'aggiunta della seguente frase: “come dettagliatamente descritto nella documentazione di cui al punto 4.2”, ove si faceva richiamo al “manuale operativo”,



che, secondo le appellanti stesse, non avrebbe presentato un grado di specificità sufficiente per poterlo qualificare come tale.

Le appellanti aggiungono che per il resto il contratto farebbe qua e là ancora riferimento al know-how, <<richiamato quale oggetto della pattuizione, in affiancamento al marchio e al c.d. "Wash dog self service 24 ore">>, e che <<dalla lettura dell'art. 3.1) sembrerebbe di capire che il Sistema comprenda il "marchio Wash Dog", i box di lavaggio, i beni Sistema di lavaggio self service di animali strumentali (attrezzature), i prodotti accessori forniti dall'affiliante (cfr. allegato 3 del contratto: shampoo, panni, balsamo...) ed il software fornito in comodato d'uso (cfr. all. 7 del contratto), beni che>> a loro giudizio non verrebbero a coincidere con il know-how, rimasto ... <<misterioso>>.

Sostengono pertanto esser pertinente al presente caso quanto affermato da altro giudice di merito: <<"Tali espressioni, assolutamente generiche e prive di contenuto, non possono certo valere a costituire una descrizione, per quanto sintetica, del know-how che avrebbe dovuto essere trasferito secondo le prescrizioni di cui al già richiamato art. 1 co. 3 lett. a) della legge 129/2004: tale articolo prescrive e impone una descrizione "sufficientemente esauriente, tale da consentire di verificare se "il know-how "risponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità". Peculiarmente, il criterio della segretezza non significa che il contratto debba restare misterioso-segreto rispetto al contenuto del know-how, cioè che non lo renda manifesto non mettendo nero su bianco; viceversa, il contratto dovrebbe far agevolmente comprendere la ragione per cui il know-how con determinate e specifiche caratteristiche sia "segreto" ma "sostanziale", e come tale trasmesso in modo chiaro all'Aderente con le sue peculiarità, in modo da giustificare compensi e quant'altro questi è tenuto a corrispondere all'Affiliante. Pertanto il contratto sottoscritto dalle parti è nullo per mancanza di indicazione per iscritto di un elemento essenziale, e dunque per indeterminazione dell'oggetto">>

Le appellanti negano, ancora, che il software concesso in comodato possa rientrare nel know-how, essendo descritto in modo separato dal marchio e dal c.d know-how asseritamente a base del contratto, e dichiarano di considerare pertanto errata l'affermazione del giudice di prime cure secondo cui "L'art. 2 del contratto (oggetto) dà atto che il know-how era descritto nell'allegato 2 consegnato alle attrici e che si componeva di appositi fascicoli illustrativi (a) il nostro sistema; (b) i nostri prodotti; c) il nostro franchising. L'all. 7 era poi costituito da un contratto di comodato d'uso del software gestionale (controllo locale, data base, sistema accredito card) di cui le contraenti hanno sottoscritto la consegna per ricevuta, mentre l'all. 3 conteneva l'indicazione delle attrezzature acquistate con la sottoscrizione dei contratti de quibus. Questi ultimi presentano, quindi, un oggetto possibile, lecito, determinato e determinabile nonché tutte le ulteriori previsioni descritte dall'art. 3, co. 3, l. n. 129.2004, compresa la stipulazione per iscritto a pena di nullità".

Sostengono, infatti, che <<il know- how ed il software già per come descritti non possono essere la stessa cosa (cfr. pag. 15 doc. 3)>> e che << la sussistenza di un software gestionale non può superare e/o riempire il vuoto contrattuale attinente al know-how>>, il cui contenuto sarebbe in concreto inafferrabile, <<"in spregio alla specificità descrittiva endo-contrattuale che la normativa di settore impone" (cfr. pag. 15 sub. doc. 3).>>.

Continuano rilevando che << aderendo al preciso orientamento giurisprudenziale evidenziato nella sentenza allegata sub. doc. 3 (cfr. pag. 17), il "Manuale Operativo" dovrebbe formare parte integrante del contratto>> e sul punto osservano che così non può tuttavia essere, perché il manuale << non reca la sottoscrizione



delle parti e quindi non rispetta le prescrizioni normative sulla forma scritta a pena di nullità di ogni elemento essenziale del contratto (quale è, per l'appunto, il know-how)">>

Osservano, poi, <<*che un contratto di affiliazione commerciale privo di alcuni degli elementi essenziali prescritti dalla legge 129/2004 a pena di nullità, anche ove fosse considerato alla stregua di un diverso contratto atipico, non potrebbe mai superare il vaglio di meritevolezza di tutela da parte dell'ordinamento giuridico ex art. 1322 c.c. avendo il legislatore dettato, nel settore negoziale qui in esame, precisi e inderogabili limiti all'autonomia privata*>>

Ricordano di aver in primo grado <<*richiesto, nella memoria ex art. 183, VI comma, nr. 2 c.p.c. l'ammissione del seguente capitolo di prova: "8) vero che la convenuta ometteva di fornire alla Sig.ra Travaglia ed alla Sig.ra Mancin un manuale operativo contenente la descrizione esatta del know – how asseritamente oggetto del trasferimento previsto dall'art. 4.2. dei contratti di franchising prodotti sub doc. 1 (Mancin) e doc. 2 (Travaglia)">> e lamentano che il giudice di prime cure non avesse accolto tale richiesta istruttoria disponendo il rinvio della causa per la precisazione delle conclusioni.*

Sulla base delle anzidette considerazioni, le appellanti chiedono dichiararsi nullo il contratto di affiliazione da ciascuna di loro stipulato, per mancanza di indicazione per iscritto di un elemento essenziale, e dunque per difetto di causa, indeterminazione dell'oggetto ed assenza del sinallagma contrattuale.

Sotto altro profilo, sottopongono a censura l'affermazione del giudice di prime cure secondo cui: <<*"... l'affiliato nel giovare del marchio e del prestigio dell'affiliante ha solo modo di intraprendere un'attività commerciale e di inserirsi nel mercato con riduzione del rischio e non certo con eliminazione dell'alea intrinseca all'esercizio dell'impresa. Tuttavia, una simile organizzazione non prevede affatto la completa identificazione del franchisor con il franchisee, i quali, sebbene legati contrattualmente, restando(?) indipendenti ed autonomi sia dal dal punto di vista giuridico che dal punto di vista economico. Il rischio perciò non può essere escluso, ne garantita la misura della sua riduzione sicché sotto questo profilo appaiono inconferenti le doglianze attoree circa il pagamento della fee di ingresso e di royalties mensili (cfr. f. 7 citazione) che costituiscono invece il corrispettivo a carico dell'affiliato per il suo inserimento nel sistema di commercializzazione dei servizi e per l'uso del marchio">>.*

Segnalano, a tal proposito, che le doglianze da loro sollevate non corrispondono a quanto richiamato dal giudice di prime cure, non essendosi mai da parte loro sostenuto che l'ingresso in una rete di franchising avrebbe dovuto porle al riparo dall'alea intrinseca all'esercizio dell'impresa, né che col contratto di affiliazione si sarebbe venuto ad escludere il rischio d'impresa; si era invece affermata la <<*connessione automatica ... tra i contratti di franchising ... e l'elemento della "riduzione del rischio di impresa">>, avendo la SC di Cassazione affermato che: : "con il contratto di affiliazione commerciale(o "franchising") un produttore o rivenditore di beni od offerente di servizi ("franchisor") ed un distributore ("franchisee"), al fine di allargare il proprio giro commerciale e di aumentare le proprie capacità di penetrazione nel mercato - creando una rete di distribuzione senza dover intervenire direttamente nelle realtà locali - concede, verso*



corrispettivo, di entrare a far parte della propria catena di produzione o rivendita di beni o di offerta di servizi ad un autonomo ed indipendente distributore ("franchisee"), che, con l'utilizzarne il marchio e nel giovare del suo prestigio ha modo di intraprendere un'attività commerciale e di inserirsi nel mercato con riduzione del rischio" (Cass. Civ., sez. III, sentenza 15 gennaio 2007, n. 647; si rinvia anche a Cass. Civ., sez. III, sentenza 15 gennaio 2007, n. 64; Trib. Monza, sez. II, sentenza 20 marzo 2007), con ciò andando a configurare la riduzione del rischio per l'affiliato quale elemento causale del tipo negoziale, così che, alla riscontrata assenza di esso avrebbe dovuto conseguire l'accertamento della nullità del contratto per difetto di causa. A sostegno dell'assunto esse fanno richiamo a quanto esposto nel provvedimento dell'Autorità Garante della concorrenza e del Mercato (cfr. doc. 12 fascicolo di primo grado), che ha sanzionato la Dog Project per avere pubblicizzato i ricavi conseguibili attraverso l'affiliazione.

Col **secondo motivo di gravame** le appellanti denunciano motivazione errata e/o illogica e/o contraddittoria in ordine all'eccezione di **annullamento** dei contratti di franchising per falsa informazione ex artt. 6 e 8 legge 6 maggio 2004 n.129, nonché per dolo contrattuale, ex artt.1439 e 1440 c.c., ovvero, in subordine, per errore essenziale e riconoscibile, ai sensi degli articoli 1427 e seguenti c.c.

Affermano anzitutto al riguardo la presenza nella sentenza impugnata di un vizio con riferimento alla asserita prescrizione della domanda di annullamento dei contratti in ordine alle violazioni sopra richiamate, ossia falsa informazione ex artt. 6 e 8 l. 129.2004, nonché, comunque, ed in ogni caso, dolo contrattuale ex artt. 1439 e 1440 c.c. ed, in via subordinata, errore determinante del consenso ex art. 1427 c.c. Richiamano la motivazione sul punto della sentenza: <<“*Passando quindi alla domanda di annullamento, va rilevato quanto all'eccezione di prescrizione della relativa azione che i contratti per cui è causa sono stati stipulati in data 21.9.2009 (Mancin) e 25.3.2009 (Travaglia), mentre la notifica dell'atto di citazione risale al 10.6.2015.L'azione si è dunque certamente prescritta atteso che anche con le missive di cui ai doc. 5 e 6 risalenti rispettivamente al 14.3.2014 (Mancin) e 13.1.2015 (Travaglia) le attrici hanno contestato solo inadempimenti contrattuali o precontrattuali, ma non i dedotti vizi del consenso (dolo o errore). Dunque, a fronte della predetta eccezione, spettava alle attrici fornire la prova della risale della scoperta del dolo o l'errore...Ebbene, al riguardo le attrici non hanno offerto, prima ancora che fornito, alcuna prova essendosi limitate a riferire di aver riscontrato i vizi di recente (cfr. f. 12 memoria del 22.12.2015) omettendo così ogni identificazione del momento esatto della scoperta per ciascuna delle contraenti. Ad ogni modo, non può sottacersi la vaghezza delle contestazioni circa la sussistenza dei predetti vizi del consenso, allegata in maniera identica per entrambe le attrici seppur contraenti di contratti diversi e senza alcuna specificazione delle false informazioni fornite ovvero dei raggiri usati da una parte per determinare la volontà a contrarre del deceptus, avendo ingenerato in lui una rappresentazione alterata della realtà, che abbia provocato nel suo meccanismo volitivo un errore essenziale ai sensi dell'art. 1429 c.c.”>>. Sostengono che, invece, le due diffide prodotte in primo grado, ossia quella del 14 marzo 2014 (cfr. doc. 5 fascicolo di primo grado) e quella del 13 gennaio 2015 (cfr. doc. 6 del fascicolo di primo grado), risulterebbero idonee quali atti interruttivi della prescrizione, in quanto in entrambe era fatto espresso riferimento alla relativa efficacia interruttiva della prescrizione ai sensi dell'art. 2943 e ss. c.c.:*

- nella lettera del 14 marzo 2014 (doc. 5 fascicolo primo grado) inviata dall'avv. Adamo per conto della sig.ra Mancin Patrizia, era presente una prima contestazione



relativa alla mancata consegna del contratto nel rispetto dei 30 giorni, termine previsto dall'art. 4, legge 129.2004, a pena di annullamento del contratto: *“In primo luogo è bene sottolineare che il contratto per cui è causa è invalido, e comunque inefficace, e tanto già sotto il profilo squisitamente formale. La Dog Projects S.r.l., infatti, ha inviato all'aspirante affiliato, in data 2 settembre 2009, il contratto di affiliazione commerciale, che veniva sottoscritto in data 21 settembre 2009. Conseguentemente risulta violato il disposto di cui all'art. 4, L. 6 maggio 2004, n. 129, a tenor del quale: “Almeno trenta giorni prima della sottoscrizione di un contratto di affiliazione commerciale l'affiliante deve consegnare all'aspirante affiliato copia completa del contratto da sottoscrivere”;*

-identico passaggio era presente nella lettera del 13 gennaio 2015 (doc. 6 fascicolo primo grado) inviata dall'avv. Adamo per conto della sig.ra Travaglia: *“In primo luogo è bene sottolineare che il contratto per cui è causa è invalido, e comunque inefficace, e tanto già sotto il profilo squisitamente formale. La Dog Projects S.r.l., infatti, ha inviato all'aspirante affiliato, in data 10 marzo 2009, il contratto di affiliazione commerciale, che veniva sottoscritto in data 21 settembre 2009. Conseguentemente risulta violato il disposto di cui all'art. 4, L. 6 maggio 2004, n. 129, a tenor del quale: “Almeno trenta giorni prima della sottoscrizione di un contratto di affiliazione commerciale l'affiliante deve consegnare all'aspirante affiliato copia completa del contratto da sottoscrivere”.). Vi si affermava, ancora, che “... la società Dog Projects Srl si è resa, altresì, protagonista di un comportamento decisamente contrario ai doveri di correttezza e di buona fede, in violazione degli artt. 1337 c.c. e 6 della L. 129/2004. Essa, infatti, in sede di trattativa precontrattuale consegnava alla Sig.ra Patrizia Mancin un Piano Economico d' Esercizio nel quale venivano prospettati guadagni particolarmente allettanti ma che si rivelavano del tutto difforni dalla realtà, ed anche dalla realtà della maggior parte dei punti vendita affiliati alla medesima rete. Elemento questo, che la giurisprudenza formata in materia di contratto di franchising giudica del tutto patologico ed indice di difettosa e/o carente progettazione del network” : chiara, dunque, doveva ritenersi la presenza della denuncia dei vizi di “falsa informazione”, che sulla base dell'art. 8 legge 129.2004, avrebbero giustificato l'annullamento del contratto, se richiesto (art. 8 legge 129.2004: “Se una parte ha fornito false informazioni, l'altra parte può chiedere l'annullamento del contratto ai sensi dell'articolo 1439 del codice civile nonché il risarcimento del danno, se dovuto”).*

Ciò premesso quanto al tema della prescrizione quinquennale e della relativa interruzione, le appellanti passano ad individuare quelli che esse definiscono <<i mendaci posti in essere dalla appellata in sede precontrattuale>>, indicati, << in buona sostanza ed in estrema sintesi>>, nei seguenti due:

a) il fatto che l'affiliante avesse rappresentato alle appellanti, che sarebbero divenute affilianti, la possibilità di ottenere con l'affiliazione ricavi elevati, tali, in ogni caso, da rendere adeguatamente sostenibile l'attività di impresa nell'ambito del franchising network, laddove, invece, i risultati economici effettivamente ottenuti avrebbero dimostrato che l'attività intrapresa, sebbene svolta in piena conformità con le prescrizioni del Franchisor, non si sarebbe rivelata idonea nemmeno alla produzione di ricavi tali da assicurarne l'autosostentamento;

b) l'auto-attribuzione, da parte dell'affiliante, di qualità, professionali, tecniche, commerciali, idonee alla gestione della rete in franchising, ivi compresa l'assistenza da prestare all'affiliato in corso di rapporto e la risoluzione di tutte le problematiche inerenti la rete, laddove in concreto nessuna tra tali attività sarebbe stata effettivamente posta in essere, e nessun rilevante ricavo ne sarebbe conseguito in loro favore.

I contratti di affiliazione commerciale per cui è causa sarebbero stati stipulati proprio



in virtù delle false informazioni trasmesse dall'affiliante a) sia in merito alla possibilità per le appellanti di ottenere ricavi estremamente elevati, b) sia in ordine alla sussistenza di un franchising network “solido” e idoneo a fornire assistenza e supporto da esperto medio di settore a franchisee alla prima esperienza commerciale e comunque privi di know-how nello specifico settore: Dog Project vantava infatti una leadership nel settore di competenza e sosteneva di aver dato vita ad un sistema fortemente produttivo e remunerativo, e corroborava tali asserzioni con l’affermazione del possesso di un robusto apparato di materiali, di un Piano economico di esercizio assai vantaggioso e di un sito web.

Le appellanti lamentano che, a fronte delle contestazioni da loro sollevate circa la rispondenza al vero di siffatte informazioni, il giudice di prime cure si fosse limitato ad affermare che *“le doglianze attoree sono invero concentrate sulla mancata realizzazione delle aspettative di cui al conto economico previsionale fornito da Wash Dog (cfr. doc. 4) che però si riferiva ad utili lordi e meramente previsionali, appunto, la cui rappresentazione non era stata oggetto di alcuna censura da parte dell’Autorità Garante successivamente a quella risalente al 2006 e di cui l’affiliante aveva dato contezza nel contratto medesimo (cfr. ff. 12 doc. 1 e 2) in ottemperanza all’art. 4 L. 129/2004”*.

Conclusione quest’ultima che a loro dire sarebbe contraddetta dal provvedimento dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (pag. 3, doc. 12 del fascicolo di parte di primo grado), del quale riportano alcuni passaggi, al fine di dimostrare che l’ingannevolezza del messaggio proveniente da Dog Project si sarebbe riferita proprio ai *“vantati”* utili economici conseguibili con l’attività in oggetto: *<< Nel caso di specie, ci si trova indubbiamente di fronte ad una comunicazione con oggetto pubblicitario, il materiale utilizzato dal giornalista nonché i dati economici, infatti, provengono dalla società Dog Project ed anzi fanno parte del materiale pubblicitario impiegato dalla stessa società...Per quanto riguarda la possibile ingannevolezza del contenuto dei messaggi pubblicitari in esame, le comunicazioni pubblicitarie sono volte ad informare i destinatari della possibilità di intraprendere una nuova attività economica nel mondo dei servizi di pulizia degli animali. Punto centrale dei messaggi è la prospettazione delle condizioni economiche ed in particolare della redditività dell’attività in franchising pubblicizzata. I messaggi lasciano intendere, infatti, che attraverso l’apertura in franchising di questi nuovi centri per la pulizia automatizzata degli animali sia possibile ottenere, a fronte di un investimento iniziale, rendimenti elevati: appare legittimo ritenere, quindi, per la categoricità delle affermazioni (nel messaggio via internet è riportato un apposito specchietto con i dati economici) che anche il consumatore più avveduto possa ritenere che il fatturato prospettato nel messaggio sia sempre e comunque conseguibile.....omissis ...i messaggi in esame, esaltando soltanto i rendimenti conseguibili, a fronte di bassi investimenti e omettendo di specificare che l’attività pubblicizzata è comunque un’attività imprenditoriale soggetta a possibili rischi derivanti dalle più disparate circostanze è in grado, conseguentemente, di indurre in errore i consumatori/investitori, generando false aspettative sui risultati economici conseguibili, orientandone indebitamente le scelte di investimento. Appare necessario evidenziare, infatti, che nell’avvio di un’attività imprenditoriale è sempre insita l’aleatorietà dei rendimenti futuri, che dipenderanno da fattori e variabili di cui non è ovviamente possibile prevedere con certezza l’andamento. Di conseguenza i messaggi appaiono idonei ad indurre in errore i consumatori, laddove, pongono in risalto, assolutizzandola, solo la positività redditività dell’iniziativa economica”>>*

Proprio in relazione alla natura previsionale l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato avrebbe infatti sanzionato Dog Projects srl per pubblicità ingannevole, affermando, fra l’altro, che i messaggi pubblicitari da essa diffusi *“esaltano soltanto i rendimenti conseguibili, a fronte di bassi investimenti e omettendo di specificare che l’attività pubblicizzata è comunque un’attività imprenditoriale soggetta a possibili*



rischi.”

Facendo richiamo a precedenti giurisprudenziali di merito, le appellanti sostengono che ,il riferimento alle dimensioni della rete e dell'esperienza maturata dall'affiliante nel settore dei prodotti da commercializzare, le prospettive di guadagno certo con investimenti contenuti sarebbero elementi idonei a ritenere la sussistenza di tutti gli elementi richiesti per ritenere realizzata la fattispecie delle false informazioni di cui all'art 8 L. 129/04 con conseguente annullabilità del contratto, ai sensi dell'art 1439 c.c., e responsabilità dell'affiliante per i danni che ne sarebbero derivati all'affiliato.

Gli obblighi di informazione a carico dell'affiliante, che mirano ad assicurare una tutela effettiva all'aspirante franchisee, non sarebbero stati adempiuti; Dog Project avrebbe omesso di fornire le informazioni dovute ed anzi avrebbe fornito false indicazioni al fine di indurre gli affiliati a sottoscrivere il contratto così da poter incassare le ingenti fees di ingresso: ci si troverebbe, quindi, in presenza di una condotta non solo in violazione del chiaro disposto di cui all'art.6 legge 129/2004, ma anche tale da integrare gli estremi del dolo contrattuale, con conseguente diritto all'annullamento del contratto di affiliazione secondo il disposto di cui all'art.8 della legge e di cui all'art.1439 c.c. Assumono a tale propositi doversi presumere che, ottenuta una chiara e corretta rappresentazione della realtà, tale da far percepire la sostanziale antieconomicità dell'operazione, esse non avrebbero sottoscritto l'affiliazione loro proposta.

Le appellanti, poi, contestano come erronea la seguente affermazione del giudice di prime cure: <<“Per quanto attiene invece alla consegna in visione del contratto almeno trenta giorni prima della sua sottoscrizione va rilevato, da un lato, che la violazione di tale termine non costituisce causa di annullamento ex art. 8 L. n./2004 (e comunque l'azione sarebbe irrimediabilmente prescritta per la Travaglia che ha sollevato la questione per la prima volta con missiva del 13.1.2015, mentre il contratto risulterebbe convalidato ex art. 1444 c.c. da parte della Mancin) e, dall'altro, che i contratti sottoscritti riportano al foglio 2 l'indicazione di date di trasmissione (19.8.09 e 5.1.2008) rispettose del termine prescritto”>>. Sostengono che , la violazione del termine dei 30 gg. per la consegna del contratto costituisce violazione non dell'art. 8), ma dell'art. 4, L.129.2004, e comporta, per l'appunto l'annullamento del contratto.

Affermano, inoltre, quanto al richiamo operato dal Giudice al foglio 2) del contratto ove è contenuta l'indicazione di date di trasmissione (19.08.2009 e 5.01.2008) rispettose del termine prescritto, che tale circostanza non sarebbe da se sola sufficiente, secondo la giurisprudenza più recente formatasi in argomento, a soddisfare l'obbligo di informazione previsto dalla normativa di settore ex art. 4, l. 6 maggio 2004, 129. e 1439 c.c; citano sul punto una sentenza di un tribunale dell'anno 2014, per la quale “l'adempimento di un obbligo informativo in un settore negoziale ad alto contenuto tecnico quale quello in esame non può mai essere dimostrato mediante la sottoscrizione di dichiarazioni generiche, unilateralmente predeterminate e predisposte in via generale, essendo necessaria l'allegazione e la prova del contenuto e delle concrete modalità di messa a disposizione dell'affiliato della documentazione dettagliatamente elencata nel citato art. 4 L. 129/2004 in relazione alla quale vi è l'obbligo di preventiva consegna”

I contratti di franchising stipulati dalle appellanti andrebbero pertanto annullati ai



sensi dell'art.8 della legge, così che, in linea subordinata rispetto alla domanda principale di declaratoria della nullità contrattuale, dovrebbero trovare accoglimento le domande, proposte in via alternativa, di annullamento dei contratti per la mancata trasmissione di copia del contratto da sottoscrivere e della documentazione prescritta dall'art. 4, co. 1, L. 6 maggio 2004, n. 129, e di annullamento per le false informazioni utilizzate da Dog Project, in violazione degli artt. 8 e 9, L. 6 maggio 2004, n. 129, e comunque per dolo della appellata, e comunque di annullamento per errore, determinante del consenso e riconoscibile, nel quale sarebbero incorse le appellanti, anche ex artt. 1439 e ss. e 1427 e ss. c.c.

Col **terzo motivo di gravame** le appellanti lamentano motivazione errata e/o illogica e/o contraddittoria in ordine alla **domanda di risoluzione** ex artt.1176, comma 2, 1218 e seguenti e 1375 c.c. **dei contratti di affiliazione** per cui è causa per **inadempimento dell'affiliante** Dog Project srl .

Affermano essere contraddittoria ed illogica l'analisi compiuta dal tribunale in ordine alla domanda di risoluzione dei contratti, proposta in via ulteriormente alternativa, per gli illeciti tutti e le responsabilità tutte, anche precontrattuali e contrattuali, anche ex artt. 1176, co. 2, 1218 e ss., 1337, 1338 e 1375 c.c., ascrivibili a Dog Project in relazione ai fatti tutti meglio esposti in narrativa.

Riportano il brano della sentenza che riguarda il tema in questione, sostenendo che la motivazione del rigetto di tale domanda subordinata sarebbe illogica e meramente "apparente": <<"*Ai sensi di contratto gli obblighi dell'affiliante consistevano nella consegna del marchio e del know how, dei manuali scaricabili dal sito internet e dei chiarimenti e del supporto tecnico commerciale richiesti dall'affiliato anche in via telefonica (cfr. art. 4). La documentazione versata in atti dalla convenuta (cfr. doc. 10-31) conferma l'adempimento dell'affiliante ai predetti obblighi nel corso della sua esecuzione. La numerose mail e stampe del sito internet prodotte attestano l'assistenza fornita nel corso degli anni alle attrici anche nella fase della inaugurazione e consegna dell'insegna (doc. 10, 28) oltre che la predisposizione degli aggiornamenti accessibili sull'area riservata del sito.*">>

Le appellanti, riprendendo Cass. Civ., II Sez., sentenza n. 4488 del 25/02/2014 - Corte di Cassazione, Sezione Sesta 29.09.2014 n. 20533, sostengono trattarsi di "*brevi proposizioni (...) assolutamente inidonee al raggiungimento dello scopo di evidenziare una motivazione percepibile come tale, cioè come ragionamento che, partendo da determinate premesse pervenga con un certo procedimento enunciativo a spiegare il risultato cui si perviene sulla res decidendo*"

In ogni caso le premesse dalle quali era partito il giudice sarebbero errate, in quanto gli obblighi dell'affiliante nei confronti dell'affiliato non si esauriscono di certo in quelli elencati nel capoverso sopra riportato ossia: 1.consegna del marchio e del know how; 2.consegna dei manuali scaricabili dal sito internet e dei chiarimenti e del supporto tecnico commerciale richiesti dall'affiliato anche in via telefonica (cfr. art. 4), posto che, come previsto dalla Legge 129.2204, esistono sia obblighi di informazione pre-contrattuale sia numerose altre obbligazioni da attuarsi nella fase di esecuzione del contratto: quella di concedere al franchisee la licenza dei segni distintivi che devono caratterizzare il suo punto vendita oltre che tutta la rete e non solo i prodotti (art. 1 L. 129.2004); quella di concedere al franchisee la licenza del



know-how (art. 1 L. 129.2004); quella di fornire assistenza e consulenza tecnica e/o commerciale continuativa, formazione, al franchisee; quella della somministrazione (supply) nei confronti del franchisee (art. 1 L. 129.2004); quella di garantire una esclusiva territoriale nei confronti del franchisee (art. 3, co. 4. L. 129.2004), quella di svolgere attività di promozione pubblicitaria della rete, da intendersi tra l'altro quale naturale negotii del franchising e da differenziarsi dalla pubblicità c.d. "locale" che viene invece realizzata dal singolo franchisee a proprio esclusivo beneficio.

Le appellanti ricordano di aver - sin dall'atto introduttivo del giudizio di primo grado - lamentato una serie di gravi inadempimenti contrattuali del franchisor, contestando, nello specifico, (cfr. pag. 4 della citazione) che Dog Project avesse omesso l'effettuazione: a) di qualsivoglia attività di assistenza in fase di c.d. preapertura, disinteressandosi perfino della stessa inaugurazione del punto vendita delle appellanti alla quale non presenziava alcun incaricato del Franchisor (elemento, questo, estremamente significativo del disinteresse del Franchisor per la sorte degli affiliati, soprattutto una volta percepita la rilevante fee d'ingresso pagata da questi ultimi); b) di qualsiasi attività di assistenza, tecnica, commerciale, formativa, di marketing, a favore degli affiliati, che in questo modo venivano di fatto 'lasciati soli' nella gestione del punto vendita;; c) delle necessarie attività di monitoraggio dell'andamento del punto vendita ed omesso le conseguenti e doverose azioni correttive che il 'diligente franchisor' avrebbe dovuto effettuare in presenza di un punto vendita che versa in difficoltà finanziarie.

Esse inoltre lamentano l'assenza: a) di una programmazione e calendarizzazione dell'attività pubblicitaria, del tutto indispensabile per la promozione del marchio dell'affiliante, e, conseguentemente, dell'attività dei singoli affiliati, e b) della possibilità di risoluzione di qualsivoglia problematica normalmente ricorrente nelle attività commerciali (da quelle di natura tecnica a quelle di natura più eminentemente promozionale e commerciale).

Ricordano di aver nella memoria nr. 2 ex art 183 VI comma c.p.c. dedotto prova per testi ed interrogatorio formale proprio su tali circostanze (cfr. capitoli 3, 4, 5, 6, 7 della seconda memoria ex art.183 VI comma c.p.c.), e lamentano che il giudice in un primo momento, all'udienza di ammissione mezzi istruttori, avesse ritenuto la causa matura per la decisione e l'avesse rinviata per la sola precisazione delle conclusioni, e che, quindi, in sentenza, esprimendo (secondo loro) un diverso avviso, avesse invece negato l'ammissibilità dei *"i capitoli formulati dalle attrici con memoria del 21.1.2016... per avere contenuto negativo i capitoli dal n. 3 al n. 8 e per essere documentale il cap. 2"*.

Si dolgono, ancora, del fatto che il giudice di prime cure, ritenendo che gli unici obblighi a carico dell'affiliante Dog Project dovessero essere quelli da essa stessa riconosciuti, e cioè (1) quello della consegna del marchio e del know how e (2) quello della consegna dei manuali scaricabili dal sito internet e dei chiarimenti e del supporto tecnico commerciale richiesti dall'affiliato anche in via telefonica, avesse motivato il rigetto della domanda attorea di risoluzione circoscrivendo l'esame delle obbligazioni a carico dell'affiliante ai soli obblighi contrattuali sopra indicati (*"La documentazione versata in atti dalla convenuta (cfr. doc. 10-31) conferma l'adempimento dell'affiliante ai predetti obblighi nel corso della sua esecuzione"*), non prendendo invece in



considerazione né le ulteriori contestazioni per inadempimento sollevate, né rendendo possibile approfondimento di tali tematiche mediante sviluppo della fase istruttoria.

La sentenza, anche sotto tale profilo, risulterebbe connotata da motivazione – a loro dire - omessa o “apparente”, per aver il giudice pretermesso la indicazione degli elementi da cui aveva tratto il proprio convincimento, ovvero per averli sì indicati ma senza compierne alcuna approfondita disamina logica e giuridica (Corte di Cassazione, Sezione Sesta 29.09.2014 n. 20533).

LE VALUTAZIONI DEL COLLEGIO

SULLA PRESUNTA TARDIVITA' DEL DEPOSITO DELLA COMPARSA CONCLUSIONALE DI PARTE APPELLATA

Nella sua memoria di replica l'appellante chiede dichiararsi inammissibile la comparsa conclusionale avversaria, in quanto depositata in data 17/06/2020, quindi oltre il termine del 15/06/2020. L'eccezione è infondata, in quanto, sebbene dallo storico del fascicolo tale atto risulti datato 17/06/2020, non di meno è agli atti prova documentale del relativo deposito in data 15/06/2020, e perciò tempestivamente.

SULLE DEDUZIONI ISTRUTTORIE

L'appellante ripropone i capitoli di prova da 1) ad 8) delle conclusioni riportate in epigrafe.

Il collegio condivide il giudizio espresso dal tribunale in sentenza circa la loro inammissibilità.

Quanto al capitolo 1 di cui alla memoria istruttoria attorea del 21.1.2016 - <<vero che la convenuta trasmetteva alla sig.ra Travaglia copia del contratto di franchising (poi sottoscritto in data 25 marzo 2009) soltanto in data 10 marzo 2009, ed alla sig.ra Mancin soltanto in data 2 settembre 2009 (contratto poi sottoscritto in data 21 settembre 2009) ed ometteva altresì l'invio degli allegati previsti dalla L.6 maggio 2004 n.129, ed in particolare la lista degli affiliati e le variazioni degli stessi intervenute nel corso degli ultimi tre anni>> - correttamente il tribunale ha osservato che lo stesso non reca alcun riferimento alle modalità di trasmissione dei contratti in una data diversa da quella sottoscritta; appare senz'altro condivisibile pure l'ulteriore affermazione del giudice di prime cure secondo cui la trascrizione della trasmissione via fax, presente su uno dei due contratti, in una data non coincidente rispetto a quella dichiarata in contratto non costituisce elemento di prova a confutazione della veridicità del dato dichiarato, ben potendo riferirsi ad altro e successivo invio del documento.

Correttamente il tribunale ha poi osservato che i capitoli dal n.3 al n. 8 devono ritenersi inammissibili in ragione del loro contenuto negativo. Gli stessi, infatti, data l'assoluta genericità della relativa formulazione, si risolvono nella richiesta della conferma della non verifica di un fatto, non accompagnata da alcuna idonea descrizione dello stesso, in un ben preciso ambito, delimitato sul piano spaziale, temporale e personale, tale quindi da rendere compatibile la negazione della circostanza con la sfera di conoscenza potenzialmente propria del soggetto chiamato a deporre.



Altrettanto correttamente il tribunale non ha ammesso il cap. 2, relativo a circostanza già oggetto di prova documentale, perché con ciò ovviamente superfluo, in assenza di contestazione del relativo contenuto,

SULL’AFFERMATA NULLITÀ DEI CONTRATTI DI FRANCHISING (PRIMO MOTIVO DI GRAVAME).

La questione circa la rilevanza ai fini della validità del rapporto contrattuale di affiliazione commerciale della presenza e della trasmissione del cosiddetto “know how” si pone su due diversi piani: su quello giuridico, in relazione al quale è d’uopo il richiamo alla sentenza 10/05/2018 n.11256 della SC di Cassazione – che la parte appellante definisce come “isolata” – la quale ha trattato ex professo del tema, e quello di fatto, assumendo per ipotesi come decisiva la presenza di un effettivo know how in capo alla affiliante ed il relativo utilizzo da parte dell’affiliata, in relazione al concreto sviluppo degli accadimenti nei due rapporti per cui è causa.

Sul piano del diritto, la SC, rispondendo alle sollecitazioni dell’affiliato, secondo il quale la pretesa assoluta mancanza di determinazione del contenuto del know-how in contratto avrebbe reso nulla la relativa clausola, e dell’affiliante, secondo cui, data la natura di contenuto accessorio del know-how rispetto al contratto di franchising, quest’ultimo avrebbe quindi potuto validamente sussistere anche senza detto elemento, ha affermato, prendendo le mosse dalla definizione normativa contenuta nell’art. 1, comma 3, lett. a) della L.129/2004, secondo cui si intende “*per know-how, un patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e da prove eseguite dall’affiliante, patrimonio che è segreto, sostanziale ed individuato*”, che **il requisito del know how, ai fini della stipula del contratto di franchising, non deve ritenersi costituire elemento indefettibile del tipo**, posto che l’art. 1, comma 1, della citata legge espressamente stabilisce che “*1. L’affiliazione commerciale (franchising) è il contratto, comunque denominato, fra due soggetti giuridici, economicamente e giuridicamente indipendenti, in base al quale una parte concede la disponibilità all’altra, verso corrispettivo, di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale relativi a marchi, denominazioni commerciali, insegne, modelli di utilità, disegni, diritti di autore, know-how, brevetti, assistenza o consulenza tecnica e commerciale, inserendo l’affiliato in un sistema costituito da una pluralità di affiliati distribuiti sul territorio, allo scopo di commercializzare determinati beni o servizi*”. In forza del disposto normativo – ha osservato la S.C. - **il contratto di affiliazione commerciale non deve quindi riguardare cumulativamente tutti gli aspetti regolati dalla norma, essendo di rilievo solo la concessione all’affiliato della disponibilità di un insieme di diritti di proprietà industriale o intellettuale - ossia, la sperimentata formula commerciale, che può concernere uno o più profili elencati dalla norma stessa - nell’ottica dell’inserimento dell’impresa dello stesso affiliato in una articolata rete territoriale riferibile all’affiliante e composta da una pluralità di altri affiliati, con lo scopo di commercializzare determinati beni o servizi. Sussistendo tale insieme- ha concluso la S.C. - ben può quindi configurarsi un contratto di franchising privo della clausola concernente la trasmissione del know-how dal franchisor al franchisee.** La Cassazione ha quindi preso le distanze dalla contraria tesi, sostenuta dalla dottrina maggioritaria, secondo cui invece il know-how costituirebbe elemento indefettibile



del contratto di affiliazione commerciale, rilevando in proposito che **detta tesi anzitutto non tiene conto del chiaro disposto del citato art. 1, comma 1, che tale indefettibilità non prevede**, ed in secondo luogo **non può trarre spunto dal disposto di cui all'art. 3, comma 4, lett. d), della stessa legge n. 129/2004, a mente del quale il contratto deve espressamente indicare "la specifica del know-how fornito dall'affiliante all'affiliato"**: tale previsione normativa, infatti, non consente di far assurgere il requisito in discorso ad elemento essenziale del tipo, ma solo a disciplinare il contenuto della relativa clausola, se prevista in contratto.

Sul piano del fatto, in contratto si afferma, nelle premesse:

A) che l'affiliante **Dog Projects srl** soc. unipersonale, con sede in Treviglio, <<**ha ideato e perfezionato un sistema per il lavaggio self-service di animali "Wash Dog Self Service 24 ore"**, costituito da: 1) vasche di lavaggio studiate e realizzate per uso self-service, con sistema di autolavaggio e autodisinfettante incorporato e sistema di apertura per agevolare l'ingresso degli animali; 2) sistemi automatizzati per l'utilizzo delle attrezzature ed accessori dediti alla toelettatura dell'animale; 3) sistemi dediti alla vendita automatizzata di prodotti; 4) sistemi di lavaggio ecologico all'ossigeno attivo; 5) software gestionali studiati appositamente per un servizio self-service 24 h; 6) servizi integrativi (quali toelettatura tradizionale, dog sitter, tappeti rotanti); 7) **prodotti accessori sia per la pulizia** (quali shampoo, balsami, accessori per l'igiene) **distribuiti mediante sistemi automatici alla clientela, anche in kit, sia per gli animali** (quali guinzagli e collari) **sia per la clientela** (gadgets)>>;

B) che l'affiliante è **proprietaria del marchio Wash Dog, registrato in Italia il 31/06/2002**, registro n° 002718757 presso Dott. Ing. Giorgio Milani;

C) che l'affiliante è **presente sul mercato dal maggio 2001** sia attraverso la **gestione diretta dell'attività** sia attraverso una **rete di affiliazione commerciale**, descritta nell'allegato 1 (**elenco degli affiliati operanti nel sistema e dei punti vendita diretti dall'affiliante alla data di sottoscrizione del contratto e delle variazioni del numero degli affiliati negli ultimi tre anni**);

e si conviene, all'articolo 2, di determinare l'**oggetto dell'accordo** come segue:

<<2.1 **L'affiliante concede all'affiliato, che accetta:**

a) **il diritto di utilizzare il marchio "WASH DOG", i simboli e/o i segni distintivi dell'affiliante;**

b) **il diritto di utilizzare il sistema di lavaggio self service di animali "Wash Dog Self Service 24ore"** mediante **utilizzo delle attrezzature** fornite dall'affiliante e del **know how** di quest'ultimo, descritti **sinteticamente** nell'allegato 2 – costituito da **"fascicoli illustrativi del sistema WASH DOG: a) il nostro sistema; b) i nostri prodotti; c) il nostro franchising"** – e **dettagliatamente** nella documentazione di cui al punto 4.2 (**"MANUALE DELL'AFFILIATO, relativo all'utilizzo e alla manutenzione delle ATTREZZATURE, nonché alle procedure per l'ottimale gestione del servizio, RELAZIONE TECNICO ILLUSTRATIVA e CERTIFICAZIONI (MANUALI) in formato elettronico, consultabili e scaricabili, mediante accesso autentificato al sito internet dell'AFFILIANTE**



(...www.washdog.com) nonché **CHIARIMENTI e SUPPORTO TECNICO e COMMERCIALE RICHIESTI DALL’AFFILIATO**, direttamente o attraverso propri incaricati, anche in via telefonica);

c) **il diritto di svolgere attività commerciale diretta al pubblico avente ad oggetto la vendita del suddetto servizio di lavaggio, dei servizi integrativi e dei prodotti accessori**>>

All’inserimento nella rete commerciale dell’affiliante ha fatto perciò seguito l’acquisizione per l’affiliata del diritto all’utilizzo del sistema di lavaggio automatizzato per cani, mediante impiego degli strumenti e delle tecniche, posti a sua disposizione dall’affiliante, come sopra indicati e descritti, dalla cui combinazione è derivata la possibilità per l’affiliata di effettuare l’erogazione in favore della clientela finale di un servizio, quello del lavaggio automatico del cane, **24 ore su 24, che si presenta come fortemente innovativo**, e che risulta particolarmente utile per tutta la clientela che, in possesso di animale di affezione, non disponga nel proprio alloggio di vasche adatte per la relativa pulizia. **Tale servizio, inoltre, si caratterizza per l’autonomo utilizzo da parte del cliente, senza necessità di apposito ausilio di un operatore**, e ciò grazie alla presenza ed al coordinamento di vasche ed altre apparecchiature automatiche, il che presenta offre all’esercente **l’opportunità di produrre reddito con scarso - o addirittura nullo - impiego di manodopera**.

Il know how è invero **rappresentato appunto dalla combinazione di elementi materiali** (attrezzature, anche elettroniche) **ed informativi** (software che ne regolano il funzionamento), **che rende possibile all’esercente l’erogazione all’utenza del servizio di pulizia autonoma del cane, senza necessità della presenza di un operatore, 24 ore su 24, e quindi senza necessità di previo appuntamento**, contro il corrispettivo, in favore dell’esercente il punto vendita, normalmente costituito dal prezzo della singola prestazione ovvero dal costo dell’abbonamento periodico (mediante card, tessera o con altra modalità).

Contrariamente a quanto sostenuto dalle appellanti, trattasi con ogni evidenza di un sistema complesso, il cui funzionamento dipende dall’utilizzo coordinato di più elementi, di elevato livello tecnologico, proprio perché destinati all’esercizio di un’attività in se stessa non sempre agevole – qual è il lavaggio di un animale, che, come tale, diversamente da una cosa inerte, può assumere condotte imprevedibili, specie se in un ambiente cui non è abituato – **e da condursi autonomamente dal cliente finale, senza alcun aiuto da parte di personale a ciò addetto**. E’ chiaro quindi che **il sistema, per funzionare correttamente, deve essere progettato in tutti i singoli particolari, e deve essere concepito con criteri tali da poter soddisfare le esigenze di una clientela non omogenea** (anche solo in relazione alla diversa taglia dei cani, a seconda della razza di appartenenza).

Per converso, e parallelamente, è altrettanto chiaro che, **in assenza di un progetto e quindi di un sistema già precedentemente predisposto**, atti a coordinare gli elementi strutturali e funzionali necessari, **risulterebbe assai arduo**, per il potenziale esercente, **procedere autonomamente all’organizzazione del proprio punto vendita con offerta alla clientela del servizio di lavaggio automatico degli**



animali.

Non si vuol con ciò negare la relativa possibilità; è tuttavia indiscutibile che nel caso contrario - in cui cioè l'esercente, anziché farsi carico del problema da solo, si rivolga ad altri, che il sistema di lavaggio automatico dei cani già abbiano attuato, per ottenere l'autorizzazione al relativo utilizzo - l'accoglimento di siffatta richiesta porti con sé, inevitabilmente, l'attribuzione al richiedente proprio di quel <<patrimonio di conoscenze pratiche non brevettate derivanti da esperienze e prove eseguite>> che costituisce il "know how", proprio del rapporto di affiliazione, e che si caratterizza per essere "segreto", proprio perché non generalmente noto - ed infatti l'organizzazione del servizio di lavaggio automatico dei cani non è di comune conoscenza, e, volendo vedere, neppure di larga diffusione - e perché non facilmente accessibile - e già si è visto che l'organizzazione autonoma di un punto vendita con tale servizio sia di ben difficile attuazione -. Ancor più evidente è, in correlazione a ciò, il carattere della cosiddetta sostanzialità, per tale intendendosi l'imprescindibilità degli elementi di conoscenza acquisiti ai fini dell'esercizio dell'attività che si intende intraprendere. Delle due l'una, o il potenziale esercente il progetto per la realizzazione di tale obiettivo ce l'ha già, o non ce l'ha. E se non ce l'ha, o è in grado di predisporlo autonomamente, oppure deve rivolgersi ad altri perché lo predispongano nel suo interesse o perché, avendolo già loro predisposto, autorizzino il richiedente all'utilizzo del sistema da loro già precedentemente attuato ed sperimentato. Con la conseguenza che la predisposizione del progetto ovvero l'autorizzazione all'utilizzo del sistema risultano comunque indispensabili per l'avvio dell'attività che si intende intraprendere. Col che è chiaramente dimostrata la presenza anche del secondo elemento del know how. Cui si correla il tema relativo alla contestata trasmissione di quest'ultimo. Contestazione che appare tuttavia inconsistente perché confutata dalla realtà dei fatti. Ciascuna delle odierne appellanti ha infatti aperto un punto vendita di lavaggio automatico dei cani, a tal fine utilizzando il sistema posto a sua disposizione dalla società appellata; ciò ha fatto dopo esser entrata in possesso delle nozioni e delle competenze a ciò necessarie, grazie all'acquisizione dall'appellata dei vari elementi materiali ed informativi a ciò strumentali (attrezzature, software di funzionamento) e dell'istruzione tecnica indispensabile (tramite manuali ed assistenza), sempre fornita dall'appellata; appare quindi ovvio ed indiscutibile che quest'ultima non si sia trattenuta per sé il know how al riguardo acquisito, ma lo abbia posto a disposizione dell'aspirante affiliata. Da ultimo, con riferimento al tema dell'individualità dei caratteri del know how, terzo elemento richiesto, la cui presenza è richiesta al fine di consentire la verifica circa il rispetto dei criteri di segretezza e di sostanzialità, è appena il caso di rilevare, che, trattandosi nella specie di un franchising più di servizio che di distribuzione il dato che appare al riguardo maggiormente significativo è costituito proprio dall'acquisizione del bagaglio di competenza tecnica necessario per l'effettivo esercizio dell'attività avuta di mira. La cui incontrovertita esecuzione dimostra di per se stessa l'intervenuta trasmissione all'affiliato - nel quadro delle informazioni poste a sua disposizione secondo il disposto di cui all'art.4.2 del contratto - delle specifiche tecniche indispensabili, altrimenti risultando impossibile pervenire al risultato



sperato.

Conclusivamente, tenuto conto: a) delle anzidette considerazioni; b) del fatto che la società appellata, come risulta dallo stesso contratto, ha ideato e perfezionato un sistema per il lavaggio self service di animali costituito da vari elementi a tal fine appositamente combinati e coordinati, regolati da un sistema software gestionale, destinato ai centri Wash Dog, prodotto in esclusiva per l'appellata medesima, e utilizzabile solo con schede masterizzate Wash Dog; c) del fatto che l'appellata è presente fin dall'anno 2001 con tale sistema sul territorio nazionale, sia in proprio sia attraverso una rete di affiliazione commerciale, d) che, nell'ambito di siffatta rete, essa ha posto a disposizione dei suoi affiliati, oltre al diritto all'utilizzo del marchio WASH DOG, di cui è proprietaria, il manuale dell'affiliato, il manuale tecnico, l'attività di consulenza, ove richiesta, ed infine, in regime di comodato, l'accesso al sistema software gestionale, nessun dubbio può sussistere in ordine all'effettiva sussistenza, in concreto, del know how, di cui alla legge n.129/2004, anche se inteso nel senso proposto da parte appellante, né in ordine al fatto che l'appellata l'abbia posto a disposizione delle appellanti perché se ne servissero nel quadro dell'attività economica che grazie ad esso andavano ad intraprendere, e che, si noti, hanno continuato ad esercitare per diversi anni, sino a superare la soglia della scadenza quinquennale del contratto senza comunicarne la disdetta entro il termine concordato, così da provocarne la trasformazione in rapporto a tempo indeterminato.

Va poi sottolineato che, per le medesime considerazioni più sopra esposte, l'acquisizione mediante affiliazione degli strumenti e delle conoscenze a ciò necessarie, e, soprattutto, l'acquisizione del diritto all'utilizzo del marchio della preponente ed alla predisposizione del punto vendita con impiego della corrispondente insegna, hanno senz'altro agevolato l'avvio da parte di entrambe le appellanti dell'attività di lavaggio automatico dei cani, così che l'affiliazione è certamente venuta a costituire elemento di riduzione del rischio per l'esercizio di tale attività.

Non può pertanto pervenirsi all'invocata declaratoria di nullità del contratto né per difetto di causa né per carenza di forma. Quanto a quest'ultimo tema, è peraltro appena il caso di rilevare che la forma scritta è richiesta ad substantiam per la stipulazione del contratto e non per altri adempimenti di esso attuativi. Non è pertanto richiesta la sottoscrizione dell'affiliato a comprova della consegna in suo favore del manuale tecnico-illustrativo.

Il primo motivo di gravame va pertanto respinto.

**SULL'AZIONE DI ANNULLAMENTO E SULL'ECCEPITA PRESCRIZIONE.
SULL'ECCEZIONE DI ANNULLABILITA' (IN RELAZIONE ALLA
DOMANDA RICONVENZIONALE DI CONDANNA AL PAGAMENTO DELLE
ROYALTIES).**

Il primo giudice ha respinto l'azione di annullamento anzitutto perché prescritta, da un lato affermando di non esser stato posto in grado di individuare la decorrenza del termine prescrizione in relazione alla data della scoperta del vizio del consenso (con ciò quindi implicitamente riportando il dies a quo alla data del contratto) e dall'altro negando efficacia interruttiva alle lettere raccomandate 14/03/2014, per



Mancin Patrizia, e 13/01/2015 per Travaglia Mirella, ritenendo che le stesse, contenendo doglianze soltanto con riferimento alla fase attuativa del rapporto, non potessero essere assunte quali altrettanti atti di costituzione in mora, ex art.2943 c.c., per i lamentati vizi del consenso.

Le appellanti contestano la correttezza (solo) di tale conclusione, nulla obiettando quanto al tema del dies a quo, sul semplice rilievo che, diversamente da quanto ritenuto dal primo giudice, il richiamo ai vizi del consenso nelle predette comunicazioni sarebbe stato ben presente e chiaramente intellegibile.

L'obiezione appare tuttavia inconferente perché, anche a voler ammettere che quanto sostenuto corrisponda al vero, non perciò ne potrebbe conseguire l'efficacia interruttiva dei predetti atti. Com'è noto, infatti, <<la costituzione in mora del debitore può avere tale efficacia limitatamente ai diritti cui corrisponde un obbligo di prestazione della controparte e non anche rispetto ai diritti potestativi, quali sono quelli miranti alla pronuncia di inefficacia, di annullamento o di risoluzione di un atto, ai quali corrisponde nella controparte una posizione di mera soggezione all'iniziativa altrui. Ne consegue che **per l'azione di annullamento del contratto di vendita². la domanda giudiziale costituisce l'unico strumento per realizzare l'interesse protetto dall'ordinamento, restando irrilevante ogni atto stragiudiziale di costituzione in mora ai sensi dell'art.2943 cod. civ.³.**>> (Cass. 16/12/2010 n.25468),

L'azione di annullamento è pertanto preclusa in ragione della relativa prescrizione.

La questione dell'annullabilità del contratto resta comunque da prendere in esame, sia pure soltanto sotto il profilo della relativa eccezione, in relazione al disposto di cui all'ultimo comma dell'art.1442 c.c., il quale dispone che <<l'annullabilità può essere opposta dalla parte convenuta per l'esecuzione del contratto, anche se è prescritta l'azione per farla valere>>, e ciò in relazione alla proposizione, in primo grado, da parte della convenuta, ed odierna appellata, l'affiliante Dog Projects srl unipersonale, di azione riconvenzionale di condanna delle affiliate, ed odierne appellanti, Mancin Patrizia e Travaglia Mirella, al pagamento di somma di danaro a titolo di royalties, secondo disciplina contrattuale,

L'annullabilità è opposta dalle affiliate per violazione dell'art.4 L.129/2004, per aver ricevuto in consegna il contratto di affiliazione, come da proposta della affiliante, meno di trenta giorni prima della sottoscrizione dell'atto, pacificamente avvenuta per la Mancin il 21/09/2009 e per la Travaglia il 25/03/2009; è inoltre invocata per violazione del combinato disposto degli articoli 6 e 8 di tale legge, e dell'art.1439 c.c., per aver ricevuto false informazioni, trasmesse mediante il business plan a loro consegnato, circa i preventivati margini di redditività che l'esercizio dell'attività di lavaggio automatico dei cani avrebbe potuto loro garantire, ed inoltre per l'autoqualificazione, da parte della affiliante, in contrario rispetto alla realtà, come

² Ma ovviamente vale la medesima considerazione anche per l'azione di annullamento del contratto di affiliazione commerciale

³ Nello stesso senso: Cass.18/01/2018 n.1159; Cass.04/09/2017 n.20705; Cass. 17/03/2017 n.6974; Cass. 27/04/2016 n.8417; Cass.08/01/2016 n.121; Cass. 21/12/2010 n.25861 ed altre ancora



titolare di un sistema di distribuzione “*solido*”, e perciò capace di garantire agli affiliati adeguate possibilità di sviluppo della propria azione commerciale e con essa l’acquisizione di un reddito adeguato; l’annullabilità dei contratti è infine richiesta, in relazione al medesimo presupposto di fatto, ma inteso quale errore essenziale, e certamente riconoscibile dalla controparte.

Con riferimento al primo tema, va anzitutto premesso che appare senz’altro condivisibile l’affermazione del giudice di prime cure secondo cui il mancato rispetto del termine di 30 giorni di cui all’articolo 4 della legge non può essere assimilato alla trasmissione di comunicazioni non veritiere e non può pertanto essere assoggettato alla sanzione dell’annullamento, prevista dall’articolo 8, che richiama all’uopo l’art.1439 c.c., per il caso in cui una parte abbia fornito all’altra <<*false informazioni*>>. La prospettata stipulazione del contratto prima dei canonici 30 giorni dalla consegna non può quindi essere posta a fondamento della richiesta di accertamento dell’annullabilità del contratto, neppure nella prospettiva della relativa eccezione, ai sensi dell’ultimo comma dell’art.1442 c.c.

In ogni caso, come correttamente rilevato dal tribunale, nel contratto 21/09/2009 della Mancin, alla clausola E) delle premesse, si dà conto della consegna in visione all’affiliata di contratto e relativi allegati in data 19/08/2009 e nel contratto 25/03/2009 della Travaglia, alla clausola E) delle premesse, si dà conto della consegna in visione all’affiliata di contratto e relativi allegati in data 05/01/2008, perciò in entrambi i casi più di 30 giorni prima della data di stipulazione del contratto stesso. Tale dichiarazione, se non è da intendersi a contenuto confessorio (difettandone l’animus), produce comunque, dato il suo carattere ricognitivo, l’effetto dell’astrazione processuale, di cui all’art.1988 cc. Così che certamente spetta alle affiliate l’indicazione e la prova della diversa data in cui effettivamente avrebbero ricevuto in consegna contratto e documenti allegati. Sennonché, come si è visto, l’unico capitolo di prova dedotto in proposito è certamente da ritenersi inammissibile. E quindi deve aversi per ferma la data indicata in contratto.

Con riferimento al secondo tema, il primo comma dell’art.6 della legge n.129/2004 (**obblighi precontrattuali di comportamento**) stabilisce che <<*l’affiliante deve tenere in qualsiasi momento, nei confronti dell’aspirante affiliato, un comportamento ispirato a lealtà, correttezza e buona fede e deve tempestivamente fornire, all’aspirante affiliato, ogni dato e informazione che lo stesso ritenga necessari o utili ai fini della stipulazione del contratto di affiliazione commerciale, a meno che non si tratti di informazioni oggettivamente riservate o la cui divulgazione costituirebbe violazione di diritti di terzi*>>; l’art.8 della legge (**annullamento del contratto**) stabilisce che <<*se una parte ha fornito false informazioni, l’altra parte può chiedere l’annullamento del contratto ai sensi dell’articolo 1439 del codice civile nonché il risarcimento del danno, se dovuto*>>.

L’art. 6 pone dunque a carico dell’affiliante, anche per quanto concerne la fase di trattative antecedente la stipulazione del contratto di franchising, un dovere di trasparenza nei confronti dell’interlocutore, il quale deve poter pervenire alla conclusione dell’accordo ben consapevole delle connotazioni oggettive che caratterizzando la struttura commerciale in cui egli andrebbe ad inserirsi in caso di adesione alla proposta di affiliazione, mentre l’art.8 attribuisce all’affiliato il potere



di liberarsi dal vincolo contrattuale nel caso in cui abbia ricevuto al riguardo dall'affiliante dichiarazioni non veritiere, assimilate per volontà di legge ai raggiri di cui all'art.1439 c.c.

Ciò posto, va anzitutto sgombrato il campo dall'accusa riferita all'autoproclamata, in contrasto col vero, solida organizzazione del sistema di vendita, trattandosi di contestazione che per la sua assoluta genericità non può esser presa in considerazione, non consentendo neppure lo svolgimento dalla parte avversa di un'adeguata difesa.

Va invece presa in considerazione, quale unica dichiarazione che le appellanti invocano a fondamento dell'eccezione di annullabilità, in quanto asseritamente non veritiera, quella esposta nel <<*piano economico d'esercizio franchisee Italia sub plus con toelettatura in subaffitto*>>, a doc.4.

Con tale documento, sulla base di un piano di investimenti per punto vendita di €.66.439,75 (di cui €.8.000,00 per fee d'ingresso, €.46.439,75 ed €.12.000,00 per impiantistica), ammortizzabili in cinque anni, pari alla durata del contratto, e della previsione per il primo anno di n.750 nuovi tesserati, tessere n.750, di cui effettivi utilizzatori 625, per il secondo di n.480 nuovi tesserati, tessere n. 1230, di cui effettivi utilizzatori 881, per il terzo di n.300 nuovi tesserati, tessere n. 1530, di cui effettivi utilizzatori 1071, per il quarto di n.200 nuovi tesserati, tessere n. 1730, di cui effettivi utilizzatori 1211 e per il quinto di n.100 nuovi tesserati, tessere n. 1830, di cui effettivi utilizzatori 1281, si è ipotizzato per il primo anno un incasso complessivo di €.57.739,42 (di cui €.29.893,50 per self service 24h, €.12.096,00 per trattamento eco-wash, €.10.000,00 per subaffitto ed €.5.749,92 per vendita prodotti automatizzata), per il secondo anno un incasso complessivo di €.81.315,26 (di cui €.49.025,34 per self service 24h, €.15.120,00 per trattamento eco-wash, €.10.250,00 per subaffitto ed €.6.919,92 per vendita prodotti automatizzata), per il terzo anno un incasso complessivo di €.100.412,65 (di cui €.62.546,40 per self service 24h, €.19.440,00 per trattamento eco-wash, €.10.606,25 per subaffitto ed €.7.920,00 per vendita prodotti automatizzata), per il quarto anno un incasso complessivo di €.110.977,23 (di cui €.70.722,40 per self service 24h, €.20.736,00 per trattamento eco-wash, €.10.768,91 per subaffitto ed €.8.749,92 per vendita prodotti automatizzata), e per il quinto ed ultimo anno un incasso complessivo di €.123.527,84 (di cui €.77.615,79 per self service 24h, €.25.704,00 per trattamento eco-wash, €.11.038,13 per subaffitto ed €.9.169,92 per vendita prodotti automatizzata). Nel piano economico sono stati delineati i costi preventivati per riassortimento prodotti di consumo e tessere self service: il costo totale preventivato per il riassortimento dei prodotti di consumo è risultato per il primo anno di €.4.374,71, di cui €.1.319,75 per self service 24h (la cui prima fornitura era compresa nel pacchetto franchising), €.2.875,00 per vendita automatizzata ed €.179,36 per igienizzanti, per il secondo anno di €.6.409,69, di cui €.2.655,54 per self service 24h, €.3.460,00 per vendita automatizzata ed €.294,15 per igienizzanti; per il terzo anno di €.7.723,21, di cui €.3.387,93 per self service 24h, €.3.960,00 per vendita automatizzata ed €.375,28 per igienizzanti; per il quarto anno di €.8.630,13, di cui €.3.830,80 per self service 24h, €.4.375,00 per vendita automatizzata ed €.424,33 per igienizzanti; per il quinto anno di €.9.254,88, di cui €.4.204,19 per self service 24h,



€4.585,00 per vendita automatizzata ed €465,69 per igienizzanti; il costo totale preventivato per il riassortimento tessere self service è stato indicato per il primo anno di €1.008,60, per il secondo, di €1.209,60, per il terzo di €756,00, per il quarto di €504,00 e per il quinto di €252,00. E' stato poi preventivato il costo per le royalties dovute all'affiliante, che sono state indicate per il primo anno, ragguagliate ad un mensile di €220,00, ad €1.980,80, per il secondo anno, ragguagliate ad un mensile di €224,40 (calcolato sulla base di un'inflazione annua del 2%), ad €2.692,80, per il terzo anno, ragguagliate ad un mensile di €228,89 (calcolato sulla base di un'inflazione annua del 2%), ad €2.746,66; per il quarto anno, ragguagliate ad un mensile di €233,47 (calcolato sulla base di un'inflazione annua del 2%), ad €2.801,59, e per il quinto ed ultimo anno, ragguagliate ad un mensile di €238,14 (calcolato sulla base di un'inflazione annua del 2%), ad €2.857,62. Sulla base dei dati testè indicati il piano economico di esercizio per il franchisee si è concluso all'ultima pagina con un conto economico previsionale, nel quale, tenuto conto degli incassi dei singoli servizi, dei costi sopra indicati nonché delle spese preventivabili per affitti, utenze, pubblicità locale ed ammortamenti, si è preventivato un utile lordo annuo per il primo anno di €11.748,25, per il secondo anno di €31.961,30, per il terzo anno di €48.128,16, per il quarto anno di €56.761,17 e per il quinto ed ultimo anno di €65.423,68.

Trattasi con ogni evidenza non della rappresentazione di dati presenti ma della previsione di dati futuri, in relazione alla quale non è neppure predicabile, sul piano logico, una valutazione in termini di veridicità o non veridicità. L'affermazione come esistente di un fatto attuale o passato può essere, o no, veritiera; la previsione di un fatto futuro può essere più o meno attendibile, ma di certo non può essere falsa. Il che esclude di per sé l'annullabilità del contratto ai sensi dell'art.8 della legge 129/2004, che richiede la presenza di <<false informazioni>>.

Ma non può neppure costituire raggio, ai sensi dell'art.1439 cc, in assenza di qualsiasi dimostrazione della relativa inattendibilità e della consapevolezza in capo all'affiliante di tale inattendibilità.

Il <<*piano economico d'esercizio franchisee Italia sub plus con toelettatura in subaffitto*>>, già nella sua stessa denominazione, appare quale schema base generalmente valevole per il territorio nazionale, e, quindi, destinato ad ogni possibile affiliato in qualunque parte d'Italia si trovi ed in qualunque contesto spaziale egli intenda operare.

Non ne emerge, infatti, alcun collegamento specifico con l'area di Rovigo (contratto Rugg di Mancini Patrizia) né con quella di Conselve, in provincia di Padova (contratto Travaglia).

Ora, è evidente che la supposizione- nel piano - del fatturato preventivato (e dei correlati utili), poggia sulla duplice ipotesi dell'immediata presa sul mercato della nuova proposta, costituita dallo "store" per il lavaggio automatico dei cani, tale da determinare l'acquisizione già nel primo anno di un numero consistente di tesserati, pari a 750, e dell'incremento nel tempo del numero di questi ultimi, sino a pervenire nel quinto anno a 1830.

E' chiaro che il maggiore o minore successo dell'iniziativa prospettata è correlato ad



una serie di fattori difficilmente valutabili a priori, quali la maggiore o minore presenza di animali di affezione ed ancora la maggiore o minore disponibilità, da parte dei proprietari di essi, di spazi domestici disponibili per il relativo lavaggio (dato quest'ultimo che rende obiettivamente più appetibile il servizio proposto nelle aree altamente urbanizzate, dove la maggior parte delle persone vive in appartamenti di non grandi dimensioni, normalmente sprovvisti di un vero e proprio locale lavanderia, ove collocare una vasca ove effettuare il lavaggio del cane); è altrettanto chiaro che, in presenza di un piano che, con ogni evidenza, si fonda su supposizioni di penetrazione commerciale astratte e generali, sta al singolo potenziale interessato, quale possibile franchisee, valutare le caratteristiche della realtà territoriale in cui andrebbe ad aprire il punto vendita, e considerare le caratteristiche e le esigenze del territorio e di chi lo abita.

Ne consegue che il parziale insuccesso dell'operazione – nel senso dell'acquisizione di un numero di tesserati inferiore a quello indicato nel piano – non può costituire di per sé dimostrazione dell'inattendibilità delle supposizioni in esso contenute, che – lo si ripete – sono riferibili ad una situazione tipo concepita con riferimento all'intero territorio nazionale.

Non è perciò possibile, sulla base di tale solo dato, pervenire alla qualificazione di tale documento come strumento di raggirio né ancor meno all'affermazione di un intento decettivo in capo all'affiliante.

Neppure può peraltro ipotizzarsi, in relazione al predetto “*piano economico d'esercizio*”, la presenza in capo all'aspirante affiliata di un errore idoneo a fondare l'eccezione di annullabilità del contratto; per essere rilevante, ai sensi dell'art.1428 c.c., l'errore deve essere essenziale e riconoscibile; è riconoscibile, secondo il disposto di cui all'art.1431 c.c., <<*quando, in relazione al contenuto ed alle circostanze del contratto, ovvero alla qualità dei contraenti, una persona di normale diligenza avrebbe potuto rilevarlo*>>, ed è essenziale, secondo il disposto di cui all'art.1429 c.c., se cade sulla natura o sull'oggetto del contratto, sull'identità dell'oggetto della prestazione ovvero sopra una qualità dello stesso che, secondo il comune apprezzamento o in relazione alle circostanze, deve ritenersi determinante del consenso, sull'identità o sulle qualità della persona dell'altro contraente, se l'una o le altre siano state determinanti del consenso, ed infine se, trattandosi di errore di diritto, sia stata la ragione unica o provinciale del contratto; nella specie quello che lamentano le appellanti sarebbe nulla più se non un errore di previsione sulla profittabilità dell'iniziativa economica che andavano ad assumere con l'apertura del punto vendita di lavaggio automatico dei cani in regime di franchising, ipotesi sostanzialmente assimilabile a quello sulla maggiore o minore convenienza economica dell'affare, come tale irrilevante, in quanto non compreso tra le ipotesi di cui al citato art.1429 c.c..

Si rileva, infine, che, in ogni caso, essendosi il rapporto di affiliazione commerciale protratto per l'intero arco temporale previsto in contratto, di cinque anni, tanto da trasformarsi in rapporto a tempo indeterminato, in conseguenza del mancato invio della disdetta entro il termine di otto mesi dalla scadenza, previsto nell'articolo 10 della convenzione, nessun dubbio può sussistere in ordine alla ricorrenza nella specie dei presupposti per la convalida, ai sensi dell'art.1444, secondo comma, c.c. -



riproposta in via di eccezione, ex art.346 cpc, dalla parte appellata - in quanto indiscutibilmente ciascuna delle odierne appellanti, per lo meno al tempo in cui avrebbe dovuto inviare la disdetta, era a conoscenza dell'effettiva maggiore o minore profittabilità dell'iniziativa economica assunta, e tuttavia, non inviando la disdetta, ha dimostrato di voler proseguire nell'esercizio di essa, così come in effetti ha proseguito, senza peraltro sollevare contestazione alcuna, se non a seguito della richiesta da parte dell'affiliante del pagamento delle royalties ad esso dovute in forza di contratto⁴.

Da ultimo si rileva che nessun addebito può essere mosso sul piano soggettivo all'affiliante in relazione al procedimento amministrativo definito con l'irrogazione di una sanzione, posto che dello stesso essa ha correttamente fornito segnalazione in calce al contratto.

Per le considerazioni che precedono il secondo motivo di gravame va respinto non solo in funzione dell'azione di annullamento con esso riproposta, che si è visto essersi prescritta, per le ragioni dianzi esposte, ma anche in funzione dell'eccezione di annullabilità, per gli effetti di cui all'ultimo comma dell'art.1442 c.c., in relazione alla domanda riconvenzionale di condanna al pagamento delle royalties, accolta dal tribunale di Bergamo, e da intendersi, sia pur implicitamente, investita dal motivo di gravame proposto, in relazione appunto agli effetti di tale disposizione.

SULL'AZIONE DI RISOLUZIONE DEL CONTRATTO PER INADEMPIMENTO.

L'appellata – come dimostrato dal contratto e dalla documentazione prodotta (docc.9-31 memoria n.2) – ha con la convenzione posto le affiliate in condizioni di poter aprire nei rispettivi territori un punto vendita nel quale esercitare l'attività di lavaggio automatico dei cani, con le caratteristiche e le modalità sopra indicate, ponendo a loro disposizione il know how necessario, fornendo loro le attrezzature necessarie e dotandole gratuitamente dell'accesso al sistema informatico (docc.11-12 Travaglia; doc.19 Mancin); ha, quindi, consentito alle affiliate di utilizzare il marchio, oltre ai simboli ed ai segni distintivi dell'affiliante (in particolare l'insegna: docc.28-29-30, Mancin); ha, inoltre, fornito assistenza commerciale con consulenza e contatti periodici con gli affiliati (docc.23-24 e 26 Mancin per promozione; doc.27, Mancin: come fidelizzare i clienti?) e con continue informazioni, tanto che ad un certo punto la signora Mirella Travaglia ha chiesto l'invio del modulo per la richiesta di cessazione dell'invio delle informazioni stesse (doc.15).

Le contestazioni mosse dalle appellanti – per aver l'affiliante 1) omesso di trasferir loro il know how, perché insussistente, e, se sussistente, privo dei caratteri richiesti dalla legge n.129; 2) omesso di erogare, o erogato inadeguatamente, le prestazioni di

⁴ **Corte di Cassazione – sezione III – 27 marzo 2001 – n. 4441:** “ l'esecuzione volontaria che da luogo alla convalida tacita del contratto annullabile, ai sensi dell'articolo 1444 comma 2 c.c., consiste in un comportamento negoziale, il quale si risolve in una attività che, tendendo a realizzare la situazione che si sarebbe dovuta determinare per effetto del negozio annullabile, presuppone per implicito una volontà incompatibile con quella di chiedere l'annullamento. Elemento rivelatore della volontà di convalidare il contratto può essere qualsiasi comportamento attinente all'esecuzione del contratto, cioè non soltanto quello di stretto adempimento proprio del soggetto passivo di una obbligazione nascente dal contratto stesso, ma anche quello posto in essere dalla controparte di accettazione e adesione alla prestazione dell'obbligato”



assistenza, di cui all'art.4.2 del contratto, per essere il franchisor rimasto totalmente inerte pur a fronte di molteplici richieste di interventi correttive formulate dal franchisee – risultano con ogni evidenza totalmente prive di fondamento, quanto alla prima per le ragioni già più sopra esposte, dalle quali si evince l'esatto contrario, e, quanto alla seconda, per l'assoluta genericità dell'affermazione, in assenza di qualsiasi specifica indicazione in ordine a singole richieste di informazione, collaborazione o consulenza che sarebbero rimaste inevase.

Non senza rilevare, con riferimento alle ulteriori doglianze di cui alla narrativa dell'atto di citazione, che è senz'altro condivisibile quanto ritenuto dal giudice di prime cure, secondo il quale non può addebitarsi all'affiliante l'omessa effettuazione di adempimenti non previsti a suo carico né dal contratto né dalla legge (la presenza di un delegato dell'affiliante all'inaugurazione del centro di ciascuna delle due affiliate attrici, l'effettuazione di telefonate all'affiliata al fine di conoscere l'andamento commerciale dell'attività da lei intrapresa, la predisposizione di appositi interventi finalizzati a risollevare le sorti dell'impresa affiliata, in difficoltà finanziaria).

Deve pertanto concludersi nel senso dell'esatto adempimento da parte dell'affiliante di tutte le obbligazioni assunte con la stipulazione del contratto di affiliazione.

Le appellanti lamentano, inoltre, l'omesso adempimento di ulteriori obbligazioni poste a carico dell'affiliante direttamente dalla legge; tuttavia, con riferimento a quelle delineate nell'art.4, e relative alla fase di trattativa antecedente la stipulazione del contratto, le stesse risultano totalmente adempiute, essendo documentalmente dimostrata – per le ragioni sopra esposte – l'avvenuta consegna all'aspirante affiliata di copia completa del contratto da sottoscrivere, recante in allegato: a) i principali dati relativi all'affiliante (ragione e capitale sociale) b) indicazione dei marchi utilizzati nel sistema, con gli estremi della relativa registrazione; c) sintetica illustrazione degli elementi caratterizzanti l'attività oggetto dell'affiliazione; d) lista degli affiliati e dei punti di vendita diretti dell'affiliante; e) indicazione delle variazioni anno per anno del numero degli affiliati con relativa ubicazione negli ultimi tre anni; f) descrizione sintetica dei procedimenti giudiziari o arbitrari promossi, sia da affiliati sia da terzi privati o da PA, nei confronti dell'affiliante e che si siano conclusi negli ultimi tre anni in relazione al sistema di affiliazione commerciale. Sempre sul piano degli obblighi precontrattuali di comportamento (art.6), si è visto che, quand'anche fosse vero che le previsioni contenute nel piano a doc.4 fossero risultate eccessivamente ottimistiche non perciò si potrebbe ritenere inadempito il contratto da parte dell'affiliante, trattandosi, per l'appunto, di previsioni.

Quanto, infine, alle doglianze relative all'assenza di qualsiasi attività di assistenza, tecnica, commerciale, formativa, di marketing, a favore degli affiliati, ... di fatto 'lasciati soli' nella gestione del punto vendita, è appena il caso di rilevare che dalla documentazione prodotta da parte appellata con la memoria n.2, sopra richiamata, risulta dimostrato l'esatto contrario. Il monitoraggio dell'andamento del punto vendita l'esecuzione di azioni correttive, come rilevato dal giudice di prime cure, non rientrano tra gli obblighi posti in contratto a carico del franchisor.



Quanto, infine, alla lamentata assenza: a) di una programmazione e calendarizzazione dell'attività pubblicitaria, del tutto indispensabile per la promozione del marchio dell'affiliante, e, conseguentemente, dell'attività dei singoli affiliati, e b) della possibilità di risoluzione di qualsivoglia problematica normalmente ricorrente nelle attività commerciali (da quelle di natura tecnica a quelle di natura più eminentemente promozionale e commerciale), emerge anche qui dalla documentazione epistolare la dimostrazione della presenza di frequenti contatti e segnalazioni su entrambi i temi in questione.

Ad ogni modo, e comunque si vogliano valutare tali presunte condotte omissive dell'affiliante, si tratterebbe della mancata attuazione di obbligazioni accessorie, non idonea ad incidere sulla sostanza economica del rapporto contrattuale, tanto è vero che il rapporto di affiliazione commerciale è poi continuato protraendosi nel tempo per tutta la durata quinquennale pattuita ed è proseguito oltre la scadenza, trasformato in contratto a tempo indeterminato, senza che vi fosse stata contestazione alcuna delle predette presunte inadempienze, se non dopo la richiesta loro rivolta dall'affiliante di procedere al pagamento delle royalties dovute secondo contratto.

Il che dimostra che se una qualche inadempienza fosse comunque da imputarsi all'affiliante, la stessa non avrebbe in ogni caso assunto quel carattere di non scarsa importanza, avuto riguardo all'interesse dell'altro contraente, che è richiesto per la pronuncia di risoluzione per inadempimento dall'art.1455 c.c.

La domanda di risoluzione ex art.1453 c.c. non può pertanto trovare accoglimento e quindi anche il terzo motivo di gravame deve essere respinto.

La sentenza n.1211/2017 del tribunale di Bergamo deve pertanto essere integralmente confermata.

Al rigetto dell'appello segue la condanna della parte appellante a rimborsare alla società appellata le spese del grado, alla cui liquidazione, di cui al dispositivo, si provvede in conformità ai criteri di cui alla tabella A recentemente approvata con decreto ministeriale 10 marzo 2014, n. 55 (scaglione di valore indeterminabile, complessità media).

Atteso il rigetto integrale del gravame, va disposta a carico dell'appellante la duplicazione del contributo unificato ai sensi dell'art.13 comma 1 quater DPR 115/2002 come modificato dall'art.1 comma 17 legge 228/2012,

P.Q.M.

La Corte d'Appello di Brescia – Prima Sezione Civile, definitivamente pronunciando:

respinge l'appello avverso l'impugnata sentenza n.1211/2017 del tribunale di Bergamo.

Condanna la parte appellante a rimborsare alla parte appellata le spese del grado, che si liquidano in euro 2.398,00 per la "fase di studio", euro 1.585,00 per la "fase introduttiva" ed euro 4.083,00 per la "fase decisionale", oltre rimborso forfettario ed accessori di legge.



Con duplicazione del contributo unificato ai sensi dell'art.13 comma 1 quater DPR 115/2002

Così deciso in Brescia nella camera di consiglio del 22/07/2020

IL CONSIGLIERE EST.

Giuseppe Magnoli

IL PRESIDENTE

Donato Pianta

