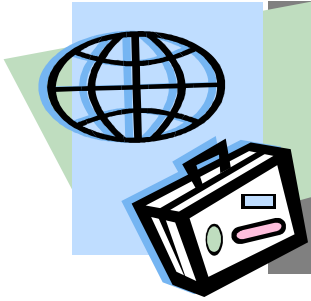


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Begriff des Franchising in Italien

- Seit Inkrafttreten des FranchiseG (2004) ist das Franchising (**affiliazione commerciale**) in Italien ein typischer, d.h. gesetzlich geregelter, Vertrag
- Damit erhöhte Rechtssicherheit für ausländische Franchisegeber, die auf dem italienischen Markt tätig werden wollen
- Beim Franchisevertrag handelt es sich gemäß Art 1 des FranchiseG um einen Vertrag zwischen zwei unabhängigen Rechtssubjekten, aufgrund dessen eine Partei der anderen eine Gesamtheit von Rechten zur Verfügung stellt.
- Darunter fallen etwa
 - Marken (**marchi**)
 - Unternehmensbezeichnungen (**denominazioni commerciali**)
 - Bezeichnungen von Geschäftslokalen (**insegne**)
 - Urheberrechte (**diritti d'autore**), know-how usw.

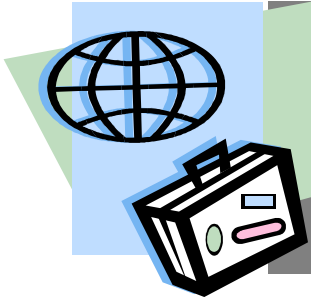


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Schriftform und Transparenz Franchising in Italien

- Vertrag ist schriftlich abzuschließen
- Ansonsten absolute Nichtigkeit des Vertrages
- Erhöhte Transparenzpflichten in der vorvertraglichen Phase
- Franchisegeber hat den Franchisenehmer umfassend über das Vertriebssystem zu informieren
- Risiken sind offenzulegen
- Franchising für Franchisegeber seit Inkrafttreten des FranchiseG risikoreich.
- Bei Gestaltung des Vertrages Vorsicht geboten, da auch Rechtsprechung zunehmend franchisenehmerfreundlich

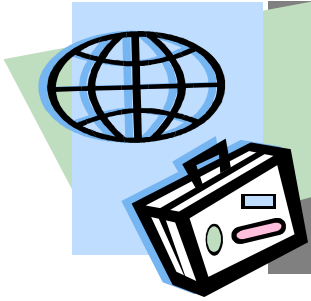


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Rechte und Pflichten Franchising in Italien

- Die Pflichten der Vertragsparteien sind im Lichte des Schutzes von Treu und Glauben zu sehen
- Der Franchisegeber (**affiliante**) hat die Pflicht, dem Franchisenehmer (**affiliato**) nicht nur alle Mittel (z.B. **Produktionsanleitungen, Vertriebslogos** usw.) mitzugeben, sondern er hat auch die Pflicht, dem Franchisenehmer das erforderliche Wissen in verständlicher Art und Weise zu vermitteln.
- Der Franchisegeber hat sich dem System unterzuordnen und sich voll in die **corporate identity** des Franchisegebers einzufügen

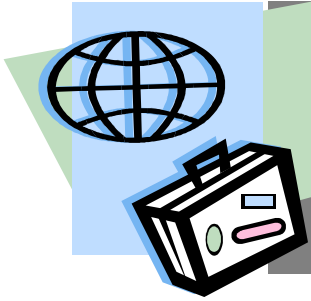


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Definition des Handelsvertretervertrages in Italien

- Beim Handelsvertretervertrag (**contratto di agenzia**, Art 1742 Codice Civile) verpflichtet sich eine Partei, d.h. der Handelsverteter (**agente commerciale**), dauerhaft für Rechnung der anderen Partei und gegen Vergütung den Abschluss von Verträgen in einem Gebiet zu fördern
- Dabei ist der Handelsvertreter in vollem Umfang selbstständig
- Er ist dem Unternehmen nicht untergeordnet

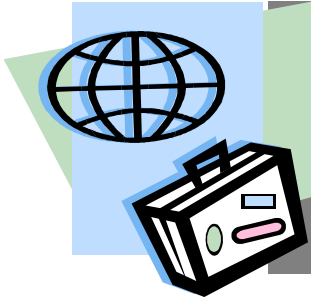


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Pflichten des Handelsvertreters in Italien

- Der Handelsvertreter hat die Interessen des Unternehmens wahrzunehmen
- Damit hat er das Gebot der **Redlichkeit** (correttezza) zu beachten.
- Er hat sich loyal (**leale**) und nach dem Gebot von Treu und Glauben (**buona fede**) zu verhalten.
- Hieraus abgeleitet wird eine allgemeine Pflicht zur Solidarität, deren Verletzung zu gravierenden Sanktionen (z.B. des Vertrages, Schadensersatz usw.) führen kann.

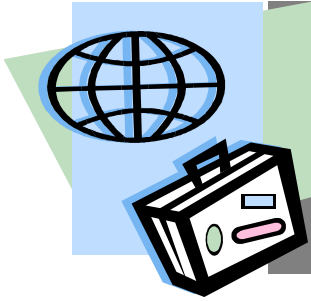


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Pflichten des Handelsvertreters in Italien

- Der Handelsvertreter kann vom Unternehmen, für das er tätig ist, Weisungen (**istruzioni**) erhalten
- Er muss diese auch befolgen.
- Gratwanderung jedes Handelsvertreters zwischen der Weisungsgebundenheit einerseits und der gesetzlich verbrieften Unabhängigkeit andererseits
- Oftmals erhöhtes Konfliktpotential.
- Die Unabhängigkeit ist wiederum eine notwendige Folge des wirtschaftlichen Risikos, das der Handelsvertreter zu tragen hat.

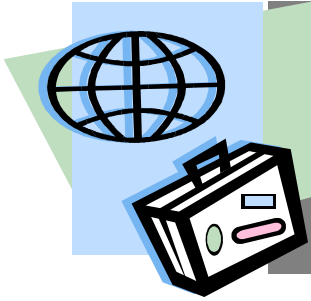


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Form des Handelsvertretervertrages in Italien

- Der Vertrag ist schriftlich abzuschließen.
- Der unter Missachtung der Schriftform geschlossene Vertrag ist wirksam
- Die Existenz des Vertrages kann aber nur mithilfe einer Urkunde und bei Fehlen einer solchen gar nicht bewiesen werden kann.

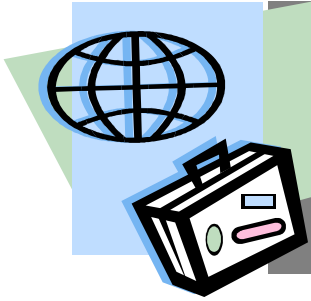


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Provisionsanspruch des Handelsvertreters in Italien

- Der Handelsvertreter hat Anspruch auf eine Provision (**provvigione**)
- Darin besteht die Gegenleistung des Unternehmers an den Handelsvertreter.
- Grundsätzlich fällt eine Provision für all diejenigen Geschäfte an, die auf die Tätigkeit des Handelsvertreters zurückzuführen sind.
- Das bedeutet, dass auch in den Fällen, in denen der Unternehmer selbst mit Dritten Geschäfte abschließt, ein Provisionsanspruch entstehen kann, wenn der Handelsvertreter zuvor im entsprechenden Gebiet bzw. Kundenkreis Werbungsmaßnahmen getroffen hat.

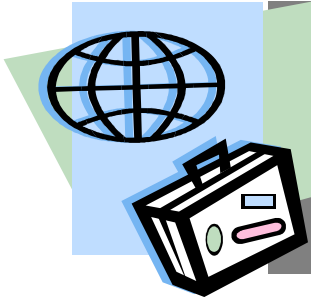


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Abgrenzung des Handelsvertreters in Italien

- In der italienischen Sprache wird der Handelsvertreter (**agente commerciale**) umgangssprachlich oftmals als *rappresentante commerciale* bezeichnet.
- Bei der Differenzierung zwischen dem echten Handelsvertreter und dem reisenden Angestellten (**commesso viaggiatore**), der für seinen Arbeitgeber Verträge abschließt, ist auf die Unterordnung und auf das Risiko abzustellen.
- Von einem echter Handelsvertreter (**agente commerciale**) ist nur auszugehen, wenn dieser nicht untergeordnet ist (**senza subordinazione**) und das unternehmerische Risiko der erforderlichen Organisation, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis von Einnahmen durch die Provision und Ausgaben für die Tätigkeit, selbst trägt.

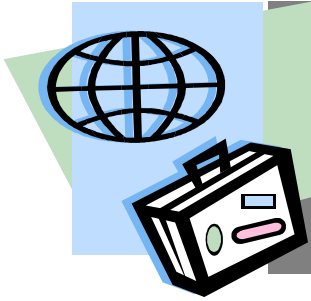


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Abgrenzung des Handelsvertreters in Italien

- In der italienischen Sprache wird der Handelsvertreter (**agente commerciale**) umgangssprachlich oftmals als *rappresentante commerciale* bezeichnet.
- Bei der Differenzierung zwischen dem echten Handelsvertreter und dem reisenden Angestellten (**commesso viaggiatore**), der für seinen Arbeitgeber Verträge abschließt, ist auf die Unterordnung und auf das Risiko abzustellen.
- Von einem echter Handelsvertreter (**agente commerciale**) ist nur auszugehen, wenn dieser nicht untergeordnet ist (**senza subordinazione**) und das unternehmerische Risiko der erforderlichen Organisation, insbesondere im Hinblick auf das Verhältnis von Einnahmen durch die Provision und Ausgaben für die Tätigkeit, selbst trägt.

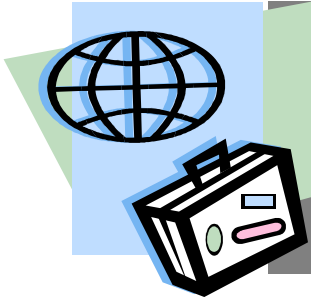


VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Wettbewerbsverbot beim Handelsvertretervertrag in Italien

- In der Regel wird für die Zeit nach Beendigung des Handelsvertretervertrages ein Wettbewerbsverbot (**divieto di concorrenza**) vereinbart.
- Dies erklärt sich damit, dass der Unternehmer ein Interesse daran hat, dass sich der Handelsvertreter alle wertvollen Kontakte zu Kunden nicht anderweitig – etwas für ein konkurrierendes Unternehmen, das in der selben oder einer ähnlichen Branche tätig ist, zu nutze macht.
- Das Wettbewerbsverbot ist an strikte Grenzen geknüpft.
- Zunächst nur wirksam, wenn es schriftlich vereinbart wurde.
- Auch im Hinblick auf die Höchstdauer (**durata massima**) ist die Privatautonomie hier zum Schutz des Handelsvertreters als dem typischerweise schwächeren Vertragsteil dahingehend eingeschränkt, dass das Wettbewerbsverbot nicht länger als zwei Jahre gelten darf.



VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Ideales Vertriebssystem innerhalb der EU? Entscheidungsparameter

- Entscheidungsfaktor 1 => Verteilung des Risikos (Risk Management)
- Entscheidungsfaktor 2 => Kosten des Vertriebssystems
- Entscheidungsfaktor 3 => Kontrolle und Steuerung
- Entscheidungsfaktor 4 => Vertrauen zu den Partnern (Franchisenehmer, Handelsvertreter)
- Entscheidungsfaktor 5 => Franchising als Übergangsmodell zur eigenen Niederlassung?



VERTRIEB INTERNATIONAL STÄRKEN!

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Prof. Dr. Francesco A. Schurr
Rechtsanwalt & Avvocato

www.wall-legal.de

Copyright by

WALLSAHA
RECHTSANWÄLTE

Karlsplatz 7
80335 München

FON 089 30 90 589-0
FAX 089 30 90 589-11
info@wall-legal.de
www.wall-legal.de