

## **A550 - CATENA DI FRANCHISING ORIGINAL MARINES**

Provvedimento n. 30221

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 5 luglio 2022;

SENTITO il Relatore, Presidente Roberto Rustichelli;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 14-ter;

VISTA la legge 18 giugno 1998, n. 192 e, in particolare, l'articolo 9;

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287", adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino del 17 settembre 2012, n. 35;

VISTO il proprio provvedimento del 3 dicembre 2021, n. 29930, con il quale è stata avviata un'istruttoria, ai sensi dell'articolo 9, comma 3-bis, della legge 18 giugno 1998, n. 192 e dell'articolo 14 della legge 10 ottobre 1990 n. 287, nei confronti della società Original Marines S.p.A., in relazione a condotte applicate nei confronti della propria rete di affiliati;

VISTA la comunicazione del 10 marzo 2022, con la quale la società Original Marines S.p.A ha presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito "Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90";

VISTA la propria delibera del 5 aprile 2022, n. 30084, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 7 aprile 2022, degli impegni proposti dalla società Original Marines S.p.A sul sito *internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTE le osservazioni sugli impegni presentate dai terzi interessati in data 9 maggio 2022;

VISTE le modifiche accessorie agli impegni presentate da Original Marines S.p.A in data 7 giugno 2022;

VISTI gli atti del procedimento e la documentazione acquisita nel corso dell'istruttoria;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

**1.** Original Marines S.p.A. (di seguito Original Marines, OM o la Società) è una importante azienda di moda, avente una rete commerciale, in Italia, di circa 480 negozi, la maggior parte in *franchising*. Nel 2018 è avvenuta la fusione con Trader S.r.l., società attiva nella gestione di punti vendita; nel 2019 la Società ha cambiato denominazione sociale da Imap Export S.p.A. a Original Marines. Il fatturato totale relativo al 2020 realizzato da Original Marines è stato pari a circa 134 milioni di euro.

**2.** I segnalanti Angym di Costa Maurizio, Dilla s.r.l., Edma s.r.l., E. S., Feluca s.r.l., FEDEP di Magagnin Catia; MB di Massimo Migliaccio, MA.BE Sas di Migliaccio Massimo e co, Riccardo S.n.c. di Perico Gian Paolo & c., S.M. e Scolastica s.r.l. sono imprenditori titolari di contratti di franchising con Original Marines, ormai cessati.

### **II. LA SEGNALEZIONE**

**3.** La segnalazione pervenuta in data 4 marzo 2021, successivamente integrata nelle date del 24 marzo, 8 novembre e 15 novembre 2021, raccoglieva le lamentele di diversi ex operatori nella vendita al dettaglio di abbigliamento a marchio Original Marines.

**4.** In particolare, la ricostruzione del "sistema Original Marines" fornita dai segnalanti identificava un insieme di condizioni contrattuali gravose, grazie alle quali Original Marines avrebbe accentrato su di sé tutte le principali scelte imprenditoriali del punto vendita, riversando sugli affiliati i propri rischi di impresa e condizionando la loro possibilità di operare efficacemente sul mercato. Original Marines avrebbe definito il valore e la composizione degli ordini attraverso un controllo di tipo informatico sul punto vendita, avrebbe imposto promozioni e prezzi di rivendita e, al contempo, impedito di effettuare campagne promozionali di vendita se non a seguito di espressa e preventiva autorizzazione, proprio al fine di "evitare la concorrenza con gli altri punti vendita aderenti al programma Original Marines".

**5.** Original Marines avrebbe, inoltre, operato sul mercato, fino al 2017, con una società consociata – Trader S.r.l. – attiva in zone spesso limitrofe a quelle dei punti vendita, affiliati con un contratto di *franchising*, la quale avrebbe beneficiato di condizioni più favorevoli rispetto agli altri affiliati cannibalizzando, così, i punti vendita concorrenti.

### III. LE CONDOTTE CONTESTATE NEL PROVVEDIMENTO DI AVVIO

6. Nel provvedimento di avvio, deliberato dall’Autorità in data 3 dicembre 2021, sono state ipotizzate, come possibile abuso di dipendenza economica, ai sensi dell’articolo 9 della Legge 198/1992, una serie di condotte poste in essere da Original Marines nei confronti dei propri affiliati, consistenti nell’imposizione di un insieme di condizioni e di obblighi idonei a condizionarne in debitamente l’attività imprenditoriale. Con specifico riferimento al rapporto negoziale con Original Marines, nel provvedimento di avvio si erano evidenziate una serie di clausole idonee a radicare una situazione di dipendenza economica dell’affiliato e altre potenzialmente abusive, quali quelle che sembravano assegnare speciali prerogative a Original Marines consistenti nella definizione del valore e della composizione degli ordini, anche attraverso un controllo di tipo informatico sul punto vendita e meccanismi di riassortimento automatico, nella imposizione di promozioni e prezzi di rivendita e, al contempo, nell’impedire di effettuare campagne promozionali di vendita (articolo 8, 9.2).

### IV. IL PROCEDIMENTO ISTRUTTORIO

7. In data 15 dicembre 2021 si sono svolte ispezioni nella sede di Original Marines.

8. Nel corso del procedimento istruttorio, in data 19 gennaio 2022<sup>1</sup>, Original Marines ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede ispettiva e, in data 17 febbraio 2022, ha presentato una memoria preliminare, contestualmente ad una prima versione degli impegni<sup>2</sup>, depositati in via definitiva il 10 marzo 2022<sup>3</sup>.

9. Le Parti hanno effettuato l’accesso al fascicolo in diverse occasioni<sup>4</sup>.

### V. GLI IMPEGNI DI ORIGINAL MARINES

#### *i) Il sub-procedimento di valutazione degli impegni*

10. Con delibera del 5 aprile 2022, n. 30084, l’Autorità ha ritenuto non manifestamente infondati gli impegni presentati in data 10 marzo 2022, disponendone la pubblicazione sul proprio sito *internet* in data 7 aprile 2022, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le proprie osservazioni.

11. Entro il termine fissato per la conclusione del *market test*, sono pervenute esclusivamente le osservazioni dei denunciati.

12. In risposta all’esito della consultazione pubblica, in data 7 giugno 2022, Original Marines ha presentato la versione definitiva dei propri impegni, allegata al presente provvedimento e di cui costituisce parte integrante; in tale versione gli impegni originari sono stati integrati con modifiche accessorie.

13. Original Marines ha, altresì, depositato una memoria di accompagnamento delle modifiche accessorie, nella quale ha illustrato le stesse a valle della consultazione pubblica, nonché dato conto delle motivazioni per le quali ha ritenuto di non dare seguito ad alcune osservazioni formulate dai partecipanti al *market test*<sup>5</sup>.

#### *ii) Il contenuto degli impegni sottoposti a market test*

14. Gli impegni originariamente proposti da Original Marines, e sottoposti a *market test*, consistevano, in sintesi, nelle misure descritte di seguito.

**Impegno 1:** al fine di chiarire l’autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione degli ordini di acquisto della merce, nonché l’assenza di quantitativi minimi di acquisto, ferma restando la facoltà del *franchisor* di formulare una proposta non vincolante per l’affiliato, OM si impegnava a modificare gli artt. 8.1 e 8.2 dei contratti di *franchising* espungendo dal testo ogni riferimento a “quantità minime” e prodotti da acquistare obbligatoriamente.

**Impegno 2:** al fine di chiarire l’assenza di automatismi nei meccanismi di riassortimento delle merci che non siano stati previamente pattuiti tra le parti, OM si impegnava ad aggiungere nei contratti di *franchising* il comma 8.2-*bis* che esplicitamente definisce il riassortimento “facoltativo” e senza obblighi di acquisto minimo, salva la facoltà di stabilire forme di automatismo di comune accordo con le parti<sup>\*6</sup>.

---

<sup>1</sup> [Cfr. doc. 89.]

<sup>2</sup> [Cfr. doc. 95.]

<sup>3</sup> [Cfr. doc. 102.]

<sup>4</sup> [Cfr. docc. 87, 101, 108 e 110.]

<sup>5</sup> [Cfr. doc. 111]

\* [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.]

<sup>6</sup> [Si ricorda che O.M. ha precisato, nella memoria depositata, che fino al 2017 il riassortimento per il campionario moda operava automaticamente: quando un articolo “veniva venduto per oltre il [50-60%] dell’ordine iniziale (o, nel caso di articolo acquistato in quantitativi più importanti, per oltre il [50-60%] + [omissis]), veniva riassortito in modo automatico dall’azienda con uno sconto del [40-50%], tale da garantire all’affiliato una maggiore marginalità”.

1. Tale meccanismo è stato abbandonato e attualmente “prevede che l’affiliato abbia a disposizione, mediante il sistema informatico, l’elenco delle giacenze del magazzino di OM. Consultando l’elenco e in funzione delle esigenze del punto vendita, l’affiliato può inviare l’ordine di acquisto del singolo capo nella taglia e nel colore richiesti e trasmetterlo ad OM. Pertanto, si tratta di un meccanismo

**Impegno 3:** al fine di chiarire l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione dei prezzi di rivendita, ferma restando la facoltà del *franchisor* di raccomandare prezzi di rivendita (in considerazione del *know-how* dell'affiliante e della strategia commerciale del programma ORIGINAL MARINES), OM si impegna a modificare l'articolo 9.1 dei contratti di *franchising* espungendo ogni riferimento a listini prezzi "ufficiali".

**Impegno 4:** sempre al fine di chiarire l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento all'attuazione delle campagne promozionali (autonomamente definite o raccomandate dal *franchisor*), nonché l'esigenza di tenere conto della strategia commerciale del programma ORIGINAL MARINES, OM si impegna a modificare l'articolo 9.2 dei contratti di *franchising* espungendo ogni riferimento al divieto di concorrenza tra rivenditori e a eventuali autorizzazioni richieste per l'attuazione o il rifiuto di svolgere campagne promozionali.

### **iii) Tempi e modalità di implementazione degli impegni proposti**

**15.** Entro 30 giorni dalla notifica del provvedimento di accoglimento impegni da parte dell'Autorità, OM si è impegnata a comunicare a tutti i *franchisee* titolari di contratti vigenti di *franchising* la disponibilità ad apportare al contratto le modifiche sopra illustrate, concedendo un termine di 30 giorni per comunicare l'eventuale adesione; la modifica del contratto sarà perfezionata entro 30 giorni dalla comunicazione di adesione del *franchisee*. OM si impegna altresì a proporre le formulazioni alternative delle clausole ai nuovi soggetti con cui stipulerà in futuro contratti di *franchising*.

### **iv) Le principali osservazioni dei terzi interessati**

**16.** Come si è anticipato le uniche osservazioni pervenute sono quelle degli *ex franchisee* segnalanti.

**17.** Nel dettaglio i segnalanti contestano i seguenti punti degli impegni.

#### **Impegno 1**

a) L'impegno 1 non sarebbe idoneo perché non comprenderebbe i prodotti "Intimo" e "Basic Fundamental", ma solo i prodotti facenti parte del c.d. "Campionario". Per l'"Intimo" e per il "Basic fundamental" l'affiliante fornisce un pacchetto di base obbligatorio e tale obbligatorietà non sarebbe minimamente intaccata dalle modifiche *ex adverso* proposte tramite l'"Impegno n. 1";

b) permane il riferimento all'"assortimento standard" che sarebbe totalmente indeterminato ed indeterminabile;

c) l'"Impegno n. 1" e la modifica proposta da Original Marines alle clausole n. 8.1 e 8.2 non concernerebbe l'articolo 6.1<sup>7</sup> dei Contratti, che costituirebbe uno strumento per l'ingresso nel contratto di ulteriori obblighi di adeguamento del Franchisee a direttive del Franchisor che hanno contenuto indeterminato ed indeterminabile;

d) l'impegno non eliminerebbe la figura dell'"agente di zona" che essendo retribuito mediante una provvigione proporzionale a quanto venduto, si troverebbe in una posizione portatrice di interessi in radicale conflitto con il *franchisee*.

#### **Impegno 2**

**18.** Anche con riferimento all'impegno 2, i denunciati sottolineano che lo stesso si riferirebbe esclusivamente ai prodotti di campionario e che non inciderebbe sugli obblighi di adeguamento a quanto previsto nelle comunicazioni di cui all'articolo 6.1.

#### **Impegno 3**

**19.** Rimarrebbe impossibile per il *franchisee* determinare liberamente il prezzo di rivendita al pubblico in quanto:

a) i capi arriverebbero già prezzati;

b) il prezzo dei prodotti è indicato anche sul sito *internet*;

c) l'articolo 6.1 renderebbe possibile l'invio di "comunicazioni vincolanti" riguardanti proprio il prezzo di vendita dei prodotti, che finirebbero per frustrare anche la portata delle modifiche proposte con l'Impegno n. 3;

d) l'imposizione dei prezzi di rivendita sarebbe una finalità dichiarata dal Presidente di OM nel corso di un'udienza del novembre 2019.

#### **Impegno 4**

**20.** L'impegno non sarebbe efficace in quanto:

a) non prevede l'abrogazione dell'articolo 6.1, e dunque delle "comunicazioni vincolanti" dallo stesso e spessamente previste. È proprio attraverso tale ultimo meccanismo contrattuale che Original Marines Spa ha potuto inviare centinaia di comunicazioni impositive ai Franchisee delle continue promozioni;

b) può essere reso del tutto non operativo mediante pubblicazione sul sito *web* del Franchisor (come per i prezzi di rivendita) del prezzo dei prodotti in promozione.

**21.** I segnalanti, infine, sostengono che gli impegni non coprono tutte le criticità contemplate in avvio quali:

---

*'manuale' privo di automatismi di sorta. Con tale modalità, OM man mano che la stagione volge al termine o prima di eventuali promozioni tipiche (ad esempio la mid season sale) applica sconti che vanno dal [20-30%] al [40-50%] ed in alcuni casi anche oltre".*  
*2. Con riferimento al riassortimento di Intimo e Basic Fundamental, che sono commerciabili tutto l'anno, in base a quanto riferito da O.M. "l'affiliato sceglie poi liberamente se e come proseguire nei riassortimenti, utilizzando la seguente procedura di programma: [omissis]". Cfr. doc. 95.]*

<sup>7</sup> [Art. 6.1: "Il Franchisor metterà a disposizione del Franchisee il proprio know-how commerciale e tecnico per l'avviamento e la gestione del Punto Vendita, anche attraverso l'attività dell'Agente di zona se esistente, fornendo all'uopo comunicazioni, guide operative e manuali il cui contenuto avrà carattere vincolante per il Franchisee".]

- a) quelle che la Ecc.ma Autorità definisce, a pag. 2 del proprio provvedimento di apertura istruttoria, come "dubbe operazioni finanziarie volte a mantenere artificialmente *la solvibilità degli affiliati*";
- b) i vincoli previsti dal sistema informatico di cui all'articolo 5 dei Contratti di *franchising*;
- c) le modalità di rimborso delle promozioni (imposte o anche effettuate con l'adesione del *franchisee*).

**v) Le modifiche accessorie apportate da Original Marines ad esito del market test**

**22.** Original Marines, al fine di superare le obiezioni dei segnalanti, ha introdotto alcune modifiche accessorie per chiarire l'oggetto degli impegni e aggiunto un ulteriore impegno volto a chiarire gli impegni precedenti.

**23.** In particolare, con riferimento all'impegno 1:

a) O.M. ha aggiunto un esplicito inciso nell'articolo 8.1 volto a chiarire che la modifica si applica anche alla dotazione iniziale dei capi estranei ai campionari stagionali. Tale modifica impatta anche sull'impegno 2 chiarendo che le regole del riassortimento valgono anche per tale tipologia di prodotti;

b) rispetto al ruolo dell'Agente di zona, Original Marines ha osservato di non servirsi più di tale figura e ha espunto dall'articolo 6.1 ogni riferimento in merito.

**24.** Infine, Original Marines ha introdotto un nuovo impegno volto a chiarire la portata dei precedenti. Come illustrato, secondo i Segnalanti, il comma 6.1 del contratto di *franchising*, che prevede il trasferimento da parte del *Franchisee* all'affiliato del know-how commerciale e tecnico necessario per l'avviamento e la gestione del punto vendita, anche mediante comunicazioni, guide operative e manuali dal contenuto vincolante per l'affiliato, potrebbe astrattamente consentire all'affiliante di impartire "*direttive ... che hanno contenuto indeterminato ed indeterminabile...*" e per tale via "*incidere anche sul perimetro dei doveri di approvvigionamento del Franchisee*" vanificando l'effetto degli impegni.

Analoghe considerazioni vengono svolte dai Segnalanti a proposito della ipotizzata incidenza del comma 6.1 sulla portata delle clausole in materia di riassortimenti (comma 8.2-bis), prezzi di rivendita (comma 9.1) e campagne promozionali (comma 9.2). Al fine di sgombrare ogni dubbio, Original Marines propone la seguente modifica accessoria agli impegni, attraverso un impegno n. 5 che integra l'articolo 6 per chiarire che "*le previsioni del comma 6.1 non possono rimettere in discussione quanto previsto ai commi 8.1, 8.2, 8.2-bis, 9.1 e 9.2*".

**VI. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI**

**25.** Venendo all'esame degli impegni, con riferimento all'Impegno 1, lo stesso chiarisce, a livello contrattuale, l'autonomia decisionale del *Franchisee* riguardo alla definizione degli ordini di acquisto della merce (ivi inclusa la dotazione iniziale dei capi estranei ai campionari stagionali), nonché l'assenza di quantitativi minimi di acquisto. La clausola contrattuale appare ora bilanciata e idonea a salvaguardare sia l'autonomia imprenditoriale del *franchisee*, sia la legittima pretesa del *franchisor* di fornire un'indicazione di massima alla luce del *know-how* maturato e della visione di insieme che gli consente di apprezzare, in una prospettiva più ampia, le tendenze del mercato e le esigenze del singolo punto vendita.

**26.** Riguardo all'Impegno 2, il modello di riassortimento di Original Marines, secondo quanto riferito dalla Società, appare bilanciato e in grado di garantire la libertà di scelta del rivenditore, che in ogni caso beneficia di sconti (dal 25 al 40%) per la merce riassortita. Alla luce dell'impegno e della modifica accessoria proposti, che rendono il riassortimento del tutto facoltativo anche per i capi non stagionali, non si ritiene che sussistano ulteriori preoccupazioni concorrenziali rispetto a questa clausola contrattuale.

**27.** Venendo all'impegno 3, lo stesso chiarisce l'autonomia decisionale del *franchisee* con riferimento alla definizione dei prezzi di rivendita, ferma restando la facoltà del *franchisor* di raccomandare prezzi di rivendita sulla base del proprio *know-how*. Tale facoltà deve ritenersi coerente con la causa del contratto di *franchising* che valorizza anche il complesso delle informazioni di cui l'affiliante dispone per gestire al meglio la propria rete. Allo stesso tempo si ritiene che, al contrario di quanto sostenuto dai Segnalanti, la stampa dei prezzi dei cartellini e la loro pubblicazione sul sito *internet* della società non costituisca un impedimento all'autonomia decisionale dei rivenditori che rimangono liberi di apporre le variazioni ritenute più opportune.

**28.** L'impegno 4 garantisce la libera determinazione dell'affiliato anche nel decidere se aderire o meno alle promozioni lanciate da Original Marines, espungendo dal testo contrattuale l'obbligo di ottenere l'autorizzazione della società in caso di decisione di non adesione alle promozioni proposte o lancio di nuove promozioni. Rimane un onere di comunicazione che si ritiene coerente e equo rispetto al legittimo controllo della rete che il *franchisor* esercita in linea con la causa contrattuale. Qualora il rivenditore non ritenga conveniente le promozioni proposte da OM, come paventato dai segnalanti, potrà sempre decidere di non aderire al fine di salvaguardare la piena marginalità del punto vendita.

**29.** Original Marines ha, inoltre, proposto un nuovo impegno che costituisce in realtà una modifica accessoria ai primi 4, volto a chiarire, anche alla luce delle preoccupazioni sollevate dai denunciati, che i precedenti impegni da 1 a 4 non possono essere vanificati attraverso l'uso distorto delle comunicazioni e guide che il *franchisor* si riserva di inviare alla propria rete per diffondere il proprio *know-how* e le direttive sulla gestione dei punti vendita, sue legittime prerogative in base alla causa contrattuale.

**30.** La circostanza che gli impegni saranno prontamente implementati entro 30 giorni su tutti i contratti in essere e sui futuri li rende idonei ad avere un impatto esteso su tutta la rete Original Marines.

**31.** Da ultimo si osserva che, sulla base delle informazioni acquisite anche in sede ispettiva e della documentazione fornita da Original Marines, è emerso che la società Trader s.r.l. era concessionaria del marchio Original Marines ed effettuava in autonomia acquisti di merci dai medesimi produttori di OM.

## **VII. CONCLUSIONI**

**32.** Sulla base di quanto esposto, si ritiene che gli impegni proposti da Original Marines siano complessivamente idonei a rimuovere le preoccupazioni concorrenziali connesse ai profili di abuso di dipendenza economica ipotizzati nel procedimento di avvio, ai sensi dell'articolo 9 della legge 198/1992.

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati da Original Marines risultano idonei a far venire meno i profili di criticità oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati da Original Marines ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

Tutto ciò premesso e considerato:

### **DELIBERA**

a) di rendere obbligatori per la società Original Marines S.p.A. gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione dell'articolo 9 della legge n. 198/1992, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

c) che la società Original Marines S.p.A. presenti all'Autorità, entro novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sullo stato di attuazione degli impegni assunti.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Guido Stazi*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*