

Studio n. 5-2013/I

Le pubblicità del contratto di rete: questioni applicative

Approvato dalla Commissione Studi d'Impresa il 16 gennaio 2013

Sommario: 1. Introduzione: la rete - soggetto e a responsabilità limitata degli aderenti; 2. Le rete con soggettività giuridica: il profilo pubblicitario ed altre questioni applicative; 3. La responsabilità limitata dei partecipanti alla rete: profili pubblicitari.

1. Introduzione: la rete - soggetto e a responsabilità limitata degli aderenti

Il D.L. 22 giugno 2012 n. 83, convertito in Legge 7 agosto 2012 n. 134 e il D.L. 18 ottobre 2012 n. 179, convertito in Legge 17 dicembre 2012 n.221, hanno novellato ulteriormente le disposizioni relative al contratto di rete, proseguendo nell'incessante lavoro di tessitura dell'ordito normativo introdotto nell'ordinamento con i commi 4-ter e 4-quater dell'art.3 del D.L. 10 febbraio 2009 n. 5, al fine di adattarlo alle esigenze che sono via via emerse in sede applicativa.

Due sono le novità rilevanti, sul piano della disciplina.

a) Ai sensi del combinato disposto del comma 4-ter, terzo periodo, e del comma 4-quater, ultimo periodo, dell'art. 3 del D.L. 5/2009, come novellato, la rete di imprese contrattualmente dotata, per scelta dei contraenti, di un fondo comune e di un organo comune, può acquisire, per (ulteriore) scelta dei medesimi contraenti, la soggettività giuridica.

b) Ai sensi del comma 4-ter, quarto periodo, n. 2), dell'art. 3 del D.L. 5/2009, come novellato, qualora il contratto di rete preveda l'istituzione sia di un fondo comune, sia di un organo comune legittimato ad agire con i terzi, "in ogni caso, per le obbligazioni contratte dall'organo comune in relazione al contratto di rete, i terzi possono far valere i loro diritti esclusivamente sul fondo comune".

2. La rete con soggettività giuridica: il profilo pubblicitario ed altre questioni applicative

La rete può essere soggetto di diritto⁽¹⁾, e quindi divenire autonomo centro di imputazione di rapporti giuridici attivi e passivi.

Come anticipato, si tratta di opzione consegnata all'autonomia privata, che si manifesta ad un triplice livello:

- i) innanzitutto, sul piano dei requisiti organizzativi: le parti devono (ma possono non) convenire l'istituzione e la disciplina di formazione di un fondo comune, costituito con i loro apporti (disciplina i cui tratti fondamentali sono indicati nella lett. c del comma 4-ter); prevedere e nominare un organo comune (anche se non espressamente previsto⁽²⁾); stabilire la sede e la denominazione della rete (come si ricava dalla lett. a del comma 4-ter e dal comma 4-quater);
- ii) in secondo luogo, sul piano della forma del contratto: solo se si opta per l'atto pubblico o per la scrittura privata autenticata o per l'atto firmato digitalmente a norma dell'art.25 del D.Lgs.7 marzo 2005 n.82 è possibile (ma non necessario) decidere di acquisire la soggettività giuridica;
- iii) in terzo luogo, sul piano del regime di pubblicità della rete: si deve chiedere che la rete sia iscritta nella sezione ordinaria del registro delle imprese nella cui circoscrizione è stabilita la sua sede.

Come disposto dal comma 4-quater, la soggettività giuridica consegue infatti all'iscrizione del contratto di rete nella sezione ordinaria del registro delle imprese.

La peculiarità della disciplina si ritrova non tanto nella necessità dell'iscrizione del contratto presso il registro delle imprese, quanto nell'autonomia di tale iscrizione rispetto alla pubblicità afferente le vicende delle singole imprese partecipanti alla rete.

Per chiarire l'asserto è necessario considerare integralmente la disposizione del comma 4-quater, dedicato alla pubblicità del contratto di rete.

Il periodo iniziale stabilisce che "il contratto di rete è soggetto ad iscrizione nella sezione del registro delle imprese presso cui è iscritto ciascun partecipante e l'efficacia del contratto inizia a decorrere da quando è stata eseguita l'ultima delle iscrizioni prescritte a carico di tutti coloro che ne sono stati sottoscrittori originari".

Nel precedente Studio n.1 – 2011/I, approvato il 20 aprile 2011, questa Commissione ha preso posizione in ordine al valore della pubblicità prevista nel primo periodo, ritenendo che l'efficacia cui fa riferimento la lettera della norma debba essere intesa "non già come idoneità del contratto interaziendale stipulato a produrre effetti fra le parti (ex art.1372 c.c.) ma come rilevanza del medesimo quale (atto costitutivo di una) rete di imprese a tutti gli effetti normativamente ricollegati a tale qualificazione"

Il dato che oggi sembra opportuno rimarcare è il seguente: il contratto in oggetto è sempre stato, e continua ad essere (anche dopo le ultime novelle), soggetto a pubblicità presso il registro delle imprese, senza che ciò implichi necessariamente la soggettività della rete.

Ne consegue che le novelle costringono, per gli effetti che vi collegano, a discernere fra forme di pubblicità, al fine di agire conseguentemente sul piano applicativo.

Il precetto del periodo iniziale del comma 4-*quater* (“il contratto di rete è soggetto ad iscrizione nella sezione del registro delle imprese presso cui è iscritto ciascun partecipante”) è stato applicato non attribuendo autonoma pubblicità al contratto di rete, ma trattando la stipula, o la modifica, o l’estinzione di quest’ultimo alla stregua di una vicenda dell’impresa aderente.

Infatti, il Ministero dello Sviluppo Economico, con la Circolare 18 gennaio 2011 n.3649/C (Istruzioni per la compilazione della modulistica per l’iscrizione e il deposito nel registro delle imprese e per la denuncia al repertorio economico ed amministrativo realizzata secondo le specifiche tecniche approvate con decreto del Ministero dello sviluppo economico 29 novembre 2011 in G.U. n.287 del 10 dicembre 2011 supplemento ordinario n.256), ha previsto che la pubblicità presso il registro delle imprese “della stipula/modifica/estinzione di un contratto di rete di imprese” si esegue mediante i moduli I2 e S2, rispettivamente dedicati a “modifica e cancellazione di imprenditore individuale dal registro delle imprese o di persona fisica dall’apposita sezione REA” ed a “modifica di società, consorzio, g.e.i.e, ente pubblico economico”, precisandosi che il modulo S2 “va utilizzato, per i soggetti di cui sopra, per l’iscrizione nel R.I. delle modifiche dei dati preesistenti”.

La traduzione applicativa del primo periodo del comma 4-*quater* reca in sé una sorta di adeguamento interpretativo della norma: soggetto a pubblicità non è (tanto) il contratto di rete, ma la partecipazione dell’impresa al contratto di rete (a dispetto del tenore letterale, invero scarsamente nitido).

La scelta interpretativa (ed applicativa), condivisa dalla dottrina ⁽³⁾, si giustificava pienamente con la considerazione che il “contratto di rete” non poteva considerarsi un soggetto, come tale capace di iscrizione autonoma nel registro delle imprese; tesi confortata dalle recenti novelle, per quanto sopra ricordato. Dunque, la partecipazione ad una rete poteva essere considerata al massimo una “caratteristica” dell’impresa aderente, senza che il contratto di rete assumesse rilevanza autonoma dal punto di vista pubblicitario.

La validità di tali conclusioni permane oggi immutata, nella perdurante vigenza del primo periodo del comma 4-*quater* sopra riportato; confortata ulteriormente dalle nuove disposizioni del terzo periodo del medesimo comma, che introducono un regime di semplificazione procedimentale per l’attuazione della pubblicità delle modifiche al contratto di rete, regime

caratterizzato da un obbligo di comunicazione fra registri delle imprese, da quello dell'impresa delegata alla pubblicità a quelli "presso cui sono iscritte le altre partecipanti".

Come già ricordato, qualora i contraenti intendano dar vita ad un soggetto di diritto, il contratto di rete deve essere iscritto "nella sezione ordinaria del registro delle imprese nella cui circoscrizione è stabilita la sua sede".

Si tratta quindi di una forma di pubblicità autonoma e non più complementare a quella delle singole imprese aderenti.

Viene in rilievo una prima questione: la pubblicità nella sezione ordinaria è esclusiva, e sufficiente, o si aggiunge a quella complementare compiuta presso ogni singola impresa aderente a mente del primo periodo del comma 4-*quater*?

L'osservazione degli effetti della due forme di pubblicità induce ad optare per la prima soluzione⁽⁴⁾.

Se l'efficacia del contratto che la norma del periodo iniziale del comma 4-*quater* fa dipendere dal completamento della pubblicità non è quella *inter partes*, ma deve essere intesa come rilevanza della rete nei confronti dei terzi - come si ritiene - , il risultato perseguito risulta certamente assorbito dagli effetti tipici dell'attribuzione di soggettività giuridica conseguenti all'iscrizione nella sezione ordinaria del registro delle imprese.

In altri termini, pretendere la duplicazione delle forme di pubblicità, ovvero quella presso la singola impresa e quella, autonoma, del contratto di rete – soggetto di diritto, sembra contraddire la logica di semplificazione amministrativa e riduzione degli oneri burocratici di cui il Paese necessita, senza peraltro alcun vantaggio compensativo adeguatamente percepibile.

In senso contrario si potrebbe invocare un'esigenza di trasparenza della partecipazione al contratto di rete, salvo poi dover fare i conti con il principio di parità di trattamento allorchè le imprese scelgano di "far rete" tramite la stipulazione di un contratto di consorzio con attività esterna o ricorrendo al g.e.i.e.. Delle due l'una: o si impone la pubblicità presso le singole imprese anche dell'adesione a tali forme di "rete" (se si ritengono alternative al contratto di rete) oppure si ammette la sufficienza della pubblicità presso la sezione ordinaria del contratto di rete - soggetto di diritto. Poiché la prima ipotesi è impraticabile, anche in via interpretativa, non trovando alcun conforto nelle norme di legge, la seconda sembra l'unica soluzione possibile.

Ne consegue che anche le modifiche al contratto della rete-soggetto saranno pubblicizzate unicamente presso il registro delle imprese del luogo in cui è stabilita la sua sede.

Sul piano applicativo potrebbe emergere una seconda questione.

Si è detto che per "aspirare" alla soggettività giuridica le parti devono adottare alcune scelte organizzative (fondo comune, organo comune, sede e denominazione) ed accettare di stipulare il

contratto di rete con la forma dell'atto pubblico, o della scrittura privata autenticata o dell'atto firmato digitalmente a norma dell'art.25 del D.Lgs.7 marzo 2005 n.82.

Peraltro, nulla vieta che l'autonomia privata intenda guadagnare i vantaggi che detti requisiti di struttura e di forma recano con sé, senza tuttavia desiderare altresì che la rete così conformata assuma la qualità di soggetto di diritto ⁽⁵⁾. La legittimità di tale aspirazione è avvalorata dal dato normativo: il terzo periodo del comma 4-ter precisa che "il contratto di rete che prevede l'organo comune e il fondo patrimoniale non è dotato di soggettività giuridica, salva la facoltà di acquisto della stessa ai sensi del comma 4-quater ultima parte".

Sembra buona regola di tecnica negoziale provocare una manifestazione espressa delle parti sul punto, sia in senso negativo sia in senso positivo.

Qualora tuttavia il contratto, pur possedendo i requisiti di forma e contenuto richiesti, non espliciti alcuna volontà in un senso o nell'altro, come deve comportarsi il notaio che ha rogato o autenticato l'atto al momento dell'esecuzione della pubblicità? Deve procedere all'iscrizione autonoma del contratto medesimo presso la sezione ordinaria del registro delle imprese del luogo in cui la rete ha sede, determinando così l'acquisto della qualità di soggetto di diritto, oppure deve provvedere all'iscrizione ai sensi del primo periodo del comma 4-quater, presso il registro delle imprese di ogni impresa aderente?

Si ritiene che la soluzione più corretta sia la seconda. Infatti, la disposizione sopra richiamata del terzo periodo dell'art.4-ter ("il contratto di rete che prevede l'organo comune e il fondo patrimoniale non è dotato di soggettività giuridica, salva la facoltà di acquisto della stessa ai sensi del comma 4 quater ultima parte") sembra pretendere un'esplicita manifestazione di volontà dei contraenti a favore della soggettività giuridica, in assenza della quale la rete non è destinata ad assumere tale qualità.

Ne deriva, ulteriormente, che nel silenzio dei contraenti la volontà di far ottenere alla rete soggettività giuridica debba essere formalizzata in via integrativa dell'originario contratto, per le rilevanti ricadute che sui singoli aderenti tale opzione determina sul piano dell'imputazione degli effetti giuridici derivanti dall'appartenenza alla rete (è sufficiente richiamare, in proposito, il novellato secondo periodo, della lett. e) del comma 4-ter, ai sensi del quale "l'organo comune agisce in rappresentanza della rete, quando essa acquista soggettività giuridica e, in assenza della soggettività, degli imprenditori, anche individuali, partecipanti alla rete...").

Si ritiene altresì legittimo un mutamento di indirizzo degli imprenditori in rete a favore della soggettività successivamente alla stipulazione del contratto, anche dopo anni di attività.

Occorre tuttavia chiedersi se l'opzione per l'attribuzione successiva di soggettività giuridica alla rete pretenda in ogni caso il consenso unanime dei partecipanti alla rete, anche laddove il contratto consenta la sua modifica a maggioranza.

Non vi è dubbio che il conseguimento della soggettività postuli, in primo luogo, l'integrazione del contratto di rete sotto il profilo strutturale, se carente di taluno dei requisiti richiesti dalla legge (fondo comune, organo comune, sede, denominazione), oltre che relativamente al programma, se quello originario non contemplava l'instaurazione di rapporti giuridici con i terzi (si pensi alle reti costituite per scambiare informazioni), così come non vi è dubbio che tali integrazioni rappresentino modifiche dell'originario contratto, soggette alla disciplina dalle stesse parti forgiata ai sensi della lett. f) del comma 4-*quater*.

A prescindere da ciò, l'opzione per la soggettività giuridica non rappresenta una mera modifica contrattuale, poiché incide sulle regole di imputazione degli effetti giuridici degli atti posti in essere dall'organo comune, e quindi, in definitiva, sulle regole in materia di rappresentanza dei singoli contraenti.

Si tratta dunque di scelta che richiede il consenso unanime dei partecipanti alla rete, quali essi sono al momento in cui si intende procedere nel senso indicato. Né sembrano di ausilio, per un diverso approdo interpretativo, le regole che presiedono alla trasformazione degli enti, compresa quella eterogenea, poiché disciplinano mutamenti organizzativi di patrimoni autonomi dotati, quantomeno, di soggettività giuridica, tranne che in un caso, quello della trasformazione di comunione di azienda, che non a caso postula il consenso unanime dei comproprietari dell'azienda.

Qualora il contratto fosse inizialmente privo dei requisiti formali richiesti per l'iscrizione alla sezione ordinaria del registro delle imprese, sarà necessario procedere alla sua ripetizione integrale nella forma idonea, anche se già dotato di tutti i requisiti strutturali richiesti dalla legge all'uopo.

La scelta a favore della soggettività giuridica, che dovrà risultare di necessità da atto avente forma idonea ai sensi dell'ultima parte del novellato comma 4-*quater*, sarà pubblicizzata innanzitutto presso ogni registro imprese cui sono iscritte le imprese aderenti, secondo il procedimento previsto nello stesso comma 4-*quater* per le modifiche contrattuali, poiché si tratta di integrazione dell'originario contratto, che, in versione integrale, dovrà poi essere iscritto nel registro delle imprese del luogo in cui è stabilita la sede della rete.

La pubblicazione dell'atto di opzione per la soggettività giuridica sembra rappresentare coerentemente anche il fatto conclusivo dell'obbligo di esperire la pubblicità presso il registro

delle imprese dei singoli partecipanti, fatto dal quale i terzi apprenderanno anche del mutamento di regime di pubblicità.

Le successive vicende del contratto saranno infatti soggette a pubblicità presso il solo registro delle imprese nella cui circoscrizione è stabilita la sede della rete.

Potrebbe infine accadere che le parti intendano spogliare la rete della soggettività giuridica inizialmente prescelta.

A tal fine non sembra possibile sottrarsi ad un preventivo processo di liquidazione del patrimonio del soggetto giuridico, con eventuale assegnazione dei diritti (marchi, contratti, beni immobili, ...) ai partecipanti (salvo non si ritenga di identificare nella fattispecie i requisiti per ammettere, in via di applicazione estensiva, il ricorso alla trasformazione in comunione di azienda, via interpretativa completamente da esplorare).

3. La responsabilità limitata dei partecipanti alla rete: profili pubblicitari

Come esposto in epigrafe, in virtù della novella di cui al D.L. 22 giugno 2012 n.83, il comma 4-ter, quarto periodo, n.2), dell'art. 3 del D.L. 5/2009, statuisce che, qualora il contratto di rete preveda l'istituzione sia di un fondo comune, sia di un organo comune legittimato ad agire con i terzi, "in ogni caso, per le obbligazioni contratte dall'organo comune in relazione al contratto di rete, i terzi possono far valere i loro diritti esclusivamente sul fondo comune". Si applica altresì, in quanto compatibile, il secondo comma dell'art.2615 c.c..

La medesima disposizione del quarto periodo prevede altresì "che entro due mesi dalla chiusura dell'esercizio annuale l'organo comune redige una situazione patrimoniale, osservando in quanto compatibili, le disposizioni relative al bilancio di esercizio della società per azioni, e la deposita presso l'ufficio delle imprese del luogo ove ha sede;"

Al di là delle questioni a cui il regime di responsabilità disegnato dalle novelle legislative potrà dar luogo dal punto di vista sostanziale, già in sede di prima applicazione sembrano emergere alcuni interrogativi relativi ai profili pubblicitari della disciplina richiamata.

Si nota, in primo luogo, che la localizzazione nel fondo comune della responsabilità per le obbligazioni contratte in relazione al programma di rete dipende solo dalla previsione, in contratto, di detto fondo e di un organo comune legittimato a porre in essere rapporti giuridici con i terzi.

Non si richiede, in altri termini, la soggettività giuridica della rete, che rimane un'opzione in mancanza della quale il regime di responsabilità previsto sembra trovare ugualmente applicazione
(6).

Se la premessa è corretta, ne deriva che tale regime gratifica anche i partecipanti ad una rete che sia pubblicizzata solo ai sensi del periodo iniziale del comma 4-*quater*, ovvero solo presso ognuna delle imprese partecipanti, in conformità alle indicazioni contenute nella Circolare 18 gennaio 2011 n.3649/C del Ministero dello Sviluppo Economico, in precedenza richiamata.

Come ricordato, al n.3 del quarto periodo del comma 4-*ter*, con norma derivata chiaramente dall'art.2615 bis c.c., si prescrive, a tutela dei terzi, l'obbligo di deposito di una situazione patrimoniale "presso l'ufficio delle imprese del luogo ove ha sede; ..".

Sebbene non chiarito limpidamente, la norma sembra riferirsi al luogo in cui ha sede "la rete", tenuto conto altresì del dato per cui la lett. a) del comma 4-*ter* richiede di stabilire contrattualmente, fra l'altro "la sede della rete, qualora sia prevista l'istituzione di un fondo patrimoniale comune ai sensi della lettera c)".

Secondo tale lettura la pubblicità della situazione patrimoniale si dovrebbe eseguire mediante deposito presso il registro delle imprese del luogo in cui la rete ha sede.

Senonché, la rete priva di soggettività giuridica non è oggetto di pubblicità autonoma presso il registro delle imprese del luogo in cui ha sede, come più volte rimarcato.

Escluso a priori che il regime di favore in tema di responsabilità sia appannaggio delle reti – soggetto, poiché il dettato normativo non consente tale riduzione dell'ambito applicativo, non sembra neppure plausibile ipotizzare che la rete che non intende essere soggetto di diritto sia ugualmente pubblicizzata, al fine di ottemperare alla prescrizione del n.3 del comma 4-*ter*, nella sezione ordinaria del registro delle imprese nella cui circoscrizione ha sede, alla stregua di quanto previsto nell'ultima parte del comma 4-*quater*, poiché è evidente che i terzi non sarebbero più in grado di distinguere le reti - soggetto dalle reti prive di soggettività, con grave nocimento per la sicurezza dei traffici giuridici.

Allo stato attuale della disciplina anche regolamentare, l'esigenza di rispettare il precetto del n.3 del quarto periodo del comma 4-*ter* pare costringere ad uno sforzo ermeneutico di adattamento dello stesso alle modalità attuative della pubblicità della rete stabilite nel comma 4-*quater*.

Sembra allora che in caso di rete priva di soggettività giuridica la situazione patrimoniale non possa che essere pubblicizzata presso ogni impresa partecipante, alla stregua di qualsiasi altra vicenda afferente al contratto ⁽⁷⁾.

Non sembra, invece, che la norma del n.3 del comma 4-*ter* possa essere interpretata facendo riferimento al solo registro delle imprese del partecipante che ha la sede nella medesima circoscrizione della rete, per il fatto che non vi è alcun divieto di eleggere la sede di quest'ultima in

luogo non compreso nella circoscrizione di una registro delle imprese a cui fa riferimento almeno un partecipante.

Al fine di evitare un onere eccessivamente gravoso a carico dell'organo comune (e quindi della rete) potrebbe ammettersi l'applicazione estensiva della regola di recente introdotta per la pubblicità delle modifiche del contratto.

La situazione patrimoniale dovrebbe essere depositata dall'organo comune presso la sezione del registro delle imprese presso cui è iscritta una delle imprese aderenti. L'ufficio del registro delle imprese ricevente provvederà poi a comunicare l'avvenuto deposito a tutti gli altri uffici del registro delle imprese presso cui sono iscritte le altre partecipanti, che procederanno alle relative annotazioni.

Marco Maltoni

-
- 1)** Già prima della novella parte della dottrina era orientata a ritenere che il contratto di rete potesse dar vita ad un soggetto di diritto, almeno nei casi in cui fosse istituito un fondo comune. Fra gli altri MOSCO, Frammenti ricostruttivi sul contratto di rete, in Giur. Comm., 2010, I, 861; Villa, Rete di impresa e contratto plurilaterale, in Giur. Comm., 2010, I, 951. In senso contrario Donativi, Le reti di imprese: natura giuridica e modelli di governance, in Le Società, 2011, 1435.
 - 2)** La necessità di un organo comune che funga da centro di produzione e di imputazione dell'attività al gruppo emerge implicitamente nella previsione del comma 4-ter, lett. e), nel quale si prevede che l'organo comune agisce in rappresentanza della rete. Nello stesso senso CAFAGGI, IAMICELI, MOSCO, Gli ultimi interventi legislativi sulle reti, in Il contratto di rete per la crescita delle imprese, a cura di Cafaggi, Iamiceli, Mosco, Milano, 2012, 493.
 - 3)** Da ultimo, CAFAGGI, IAMICELI, MOSCO, cit., 490.
 - 4)** Di diversa opinione sembrano CAFAGGI, IAMICELI, MOSCO, cit. 490, i quali accennano, sotto il profilo pubblicitario, "ad un onere aggiuntivo", lasciando così trapelare l'idea che la pubblicità presso il registro delle imprese del luogo in cui la rete ha sede si sommi a quella svolta presso ogni impresa partecipante.
 - 5)** Nello stesso senso CAFAGGI, IAMICELI, MOSCO, cit. , 494.
 - 6)** CAFAGGI, IAMICELI, MOSCO, cit., 494.
 - 7)** Non sembra praticabile la soluzione di postulare, nella circostanza, il ricorso al R.E.A., nel quale trovano collocazione notizie economiche ed amministrative per le quali è prevista la denuncia alla Camera di Commercio dalla legge e che siano relative a soggetti "sicuramente non riconducibili – stante la loro situazione di dipendenza da altri soggetti e la loro natura – alla tipologia dell'impresa, quali, ad esempio, le aziende speciali di codeste camere" (Circolare del Ministero dell'Industria n.3407 del 9 gennaio 1997). Se, infatti, da un lato si può dubitare che alla rete non dotata di soggettività sia imprenditore, in quanto gli effetti degli atti compiuti sono imputati alle imprese partecipanti, dall'altro, tuttavia, le regole di funzionamento del REA non sembrano idonee ad assicurare la pubblicità ai terzi cui il legislatore mira nella circostanza.

(Riproduzione riservata)