

Locazione commerciale, la 392 e il mercato che cambia

Massimo Chiarella (legal specialist Redevi); Maria Adele de Luca (partner Studio Legale FDL); Susanna Antonielli (senior legal counsel & retail development consultant Redevi) - 8 novembre 2017

La novità normativa introdotta dal 3° comma dell'articolo 79 della legge 392 del 1978, demanda alle parti la facoltà di concordare contrattualmente –solo per contratti di locazione il cui canone sia almeno pari a 250.000 euro annui– termini e condizioni in deroga allo schema di legge normalmente applicato dalla norma standard. Questa novità ha però bisogno di un ampliamento per venire incontro alle esigenze di negozi con canoni più bassi e per includere anche i casi in cui il canone può modularsi in funzione del numero di accessi al negozio.

Nel mercato immobiliare commerciale e del retail tout court, un numero crescente di insegne, influenzate dalla situazione degli shopping center in alcune aree geografiche degli Usa e della loro parziale dismissione (alla quale si è unita, già nel decennio trascorso, un'esperienza Italiana di chiusura di alcune realtà commerciali), torna a considerare con grande interesse le posizioni fronte strada anche nei centri urbani definiti "secondari" (che sono poi la stragrande maggioranza in Italia). Questo rinnovato interesse si deve anche all'affezione del consumatore verso lo shopping tradizionale, nei negozi fisici, affezione che non è scalfita dalla pur forte crescita dell'eCommerce.

Omnichannel, combinazione vincente

La combinazione vincente è l'omnicanalità, un processo che unisce i due principali canali, fisico e digitale, sfruttando la competenza tecnologica senza rinunciare all'attrattività delle vetrine e degli ambienti retail.

Per le insegne l'omnicanalità comporterà un impegno anche economico: si pensi al necessario aggiornamento sul duplice versante della formazione del personale, e delle dotazioni di back e front office; solo così l'omnicanalità punterà a sviluppare spazi di vendita completi e in grado di integrare le due offerte. L'Italia, nel mercato retail, è un obiettivo importante per molti investitori: anche dopo la crisi economica globale, nel nostro paese le famiglie hanno mantenuto un elevato livello di risparmio e ricchezza. È quindi necessario fornire agli operatori retail strumenti giuridici che assecondino gli effetti del dinamismo tecnologico e della flessibilità di un mercato che fa fatica a rimanere statico, e che prevedano le conseguenze di eventi esogeni e incontrollabili che possono limitare i flussi turistici, importante fonte di guadagno per svariati marchi del lusso.

Una legge anacronistica

In un mercato nel quale l'intelligenza artificiale entrerà a breve nel processo di selezione dei nostri acquisti, appare bizzarro che i gestori delle strutture retail debbano confrontarsi con la legge sulle locazioni, [la 392, che risale al 1978](#): una legge considerata non più attuale e troppo rigida rispetto alle esigenze di mobilità del commercio. L'intelaiatura della 392 è ancora rivolta alla tutela del conduttore, considerato parte "debole" del contratto di locazione: questo principio di fondo non permette di adottare quelle soluzioni frutto di libera negoziazione che comporterebbero il rischio di incorrere in ipotesi di clausole nulle. Questa concezione del conduttore quale "parte debole" rende anacronistica la norma vigente, soprattutto se si considera che le grandi holding del retail hanno in portfolio anche quattro o cinque insegne di forte richiamo sul mercato, oltre ad una struttura aziendale estremamente organizzata e dotata di uffici legali, commerciali. Questi grandi player hanno ormai assunto una forza contrattuale pari, se non superiore, a quella del locatore.



Investitori e operatori cercano, invece, risposte attuali e d'altro canto concrete e precise; e non basta rivolgersi alla cospicua interpretazione giurisprudenziale formatasi nel tempo per cercare di adattare la rigidità della 392 alla realtà contemporanea.

Alcune proposte di modernizzazione normativa

Che cosa si può proporre a un gestore che deve, da un lato, assicurarsi una location per l'esercizio della propria attività e una vetrina per il proprio marchio che possa durare nel tempo, e dall'altro fare i conti con un mercato altamente oscillante che potrebbe trasformare il negozio in un investimento senza ritorni?

La novità normativa introdotta dal 3° comma dell'articolo 79 della legge n.392 del 1978, demanda alle parti la facoltà di concordare contrattualmente –solo per contratti di locazione il cui canone sia almeno pari a 250.000 euro annui– termini e condizioni in deroga allo schema di legge normalmente applicato dalla norma standard. Questa novità dovrebbe però essere ampliata per venire incontro alle esigenze di negozi con canoni più bassi e per includere anche i casi in cui il canone può modularsi in funzione del numero di accessi al negozio.

Si ricorda, per esempio, che, al di fuori delle locazioni con canone annuo pari o superiore a 250.000 euro, la pattuizione di una somma a titolo di buona entrata a favore del locatore è illegittima, con conseguente nullità della clausola che prevede il versamento della somma a titolo di entry fee.

Per le grandi locazioni, invece, crea meccanismi di scambio commerciale attraenti la possibilità di veicolare direttamente al proprietario una parte del key money, sotto forma di entry fee da pagarsi da parte del conduttore che subentra nell'esercizio commerciale, ovvero anche, a titolo di esempio, la facoltà del conduttore di rinunciare validamente e a priori alla percezione dell'indennità di avviamento. Si potrebbe ipotizzare, in un'ottica negoziale, di spartirsi e regolare utilità economiche che prima, per effetto della rigidità normativa, erano intoccabili.

Il piano negoziale potrebbe, per esempio, favorire la concessione da parte del proprietario di exit option paracadute; ovvero, per evitare annose discussioni in Tribunale circa la presenza o meno dei requisiti della sopravvenienza, imprevedibilità e involontarietà, l'individuazione in contratto, a tutela del conduttore, di fattispecie definite di recesso per gravi motivi.

Una libera negoziazione degli accordi contrattuali, inoltre, potrebbe portare al superamento del vincolo di durata: il 6+6 previsto nelle locazioni commerciali oggi appare spesso inadatto alle esigenze dei proprietari e dei conduttori stessi.