

CAPITOLO 3

Gli effetti dell'iscrizione al registro delle imprese del contratto di rete

Osservazioni generali

Ogni ordinamento sente la necessità di rendere facilmente conoscibili determinati atti o fatti giuridici, in modo da dare a tutti gli interessati la possibilità di esserne messi a conoscenza, garantendo in tal modo la certezza dei rapporti.

Tali esigenze vengono variamente soddisfatte predisponendo appositi mezzi di pubblicità legale.

Accanto alla mera funzione di fornire un mezzo ai terzi per informarsi, la pubblicità legale ha però spesso anche un altro effetto, e cioè quello di assicurare la conoscenza legale dei fatti per i quali è prevista. In altri termini una volta effettuata la pubblicità nelle forme di legge, il fatto si considera conosciuto e nessuno può eccepire di ignorarlo, quand'anche non ne avesse avuto effettiva conoscenza.

In presenza di atti o fatti giuridici per i quali la legge prevede forme di pubblicità legale, la dottrina ha individuato tre differenti regimi di pubblicità cui si ricollegano differenti effetti giuridici.

(1) *la pubblicità-notizia* è una forma di pubblicità legale in base alla quale ci si limita a dare notizia di determinati fatti, senza che la sua omissione impedisca ai medesimi di produrre i loro effetti giuridici.

Si ritiene comunemente che abbiano funzione di *pubblicità-notizia*, ad esempio, le seguenti forme di pubblicità: (a) l'iscrizione dei piccoli imprenditori commercianti o artigiani nelle sezioni speciali del registro delle imprese e, *prima della riforma introdotta dall'art. 2 del dlgs. 228/2001*, l'iscrizione degli imprenditori agricoli, dei coltivatori diretti e delle società semplici esercenti attività agricola nella sezione speciale del registro delle Imprese di cui all'art. 2188 c.c., pubblicità quest'ultima oggi avente l'efficacia dichiarativa di



cui all'art. 2193 c.c.; (b) la trascrizione delle sentenze con cui si accerti l'intervenuta usucapione di un diritto reale immobiliare.

- (2) *la pubblicità dichiarativa* è una forma di pubblicità legale che è volta a rendere *opponibili* a determinati soggetti i fatti per i quali è prevista; la sua omissione, pur non determinando l'invalidità, impedisce che il fatto produca effetti giuridici nei confronti di tali soggetti.

La principale forma di pubblicità con funzione dichiarativa è la trascrizione nei registri immobiliari dei contratti che trasferiscono o costituiscono diritti reali relativi a beni immobili, ai sensi dell'art. 2644 c.c.. In tal caso la trascrizione è il mezzo attraverso cui si risolvono conflitti tra più persone che hanno acquistato dallo stesso dante causa il medesimo diritto reale sullo stesso bene: prevarrà non chi ha acquistato per primo, ma chi per primo ha trascritto il proprio acquisto, rendendolo pubblico. Altro esempio di pubblicità dichiarativa è quello previsto dall'art. 2193 c.c., con precisazione che, in tal caso, il fatto non iscritto potrà essere ugualmente opposto ai terzi quando si provi che i terzi ne abbiano avuto conoscenza.

- (3) *la pubblicità costitutiva*, è una forma di pubblicità legale che costituisce un requisito necessario affinché la fattispecie produca effetti, sicché in sua mancanza l'atto non produce effetti nei confronti di chiunque (quindi né tra le parti del negozio giuridico, né verso i terzi).

Sono forme di pubblicità costitutiva: (a) l'iscrizione delle società di capitali e delle modifiche delle stesse presso il Registro delle Imprese; (b) l'iscrizione delle ipoteche nei registri immobiliari.

La pubblicità del contratto di rete

Anche il contratto di rete è soggetto ad una forma di pubblicità legale.

"La legge" dispone infatti che *"il contratto di rete e' soggetto a iscrizione nella sezione del registro delle imprese presso cui e' iscritto ciascun partecipante e l'efficacia del contratto inizia a decorrere da quando e' stata eseguita l'ultima delle iscrizioni prescritte a carico di tutti coloro che ne sono stati sottoscrittori originari."*

Il contratto di rete è dunque un atto giuridico soggetto a pubblicizzazione mediante iscrizione presso il Registro delle Imprese e, quanto meno a tal fine, è richie-

sta dalla legge la forma dell'atto pubblico o della scrittura privata autenticata. In ordine alla valenza del requisito formale previsto da "la legge", lo Studio del CNN n.1-2011/I ritiene che la medesima, sia classificabile come meramente "integrativa", cioè condizionante la qualificazione dell'accordo come "rete d'impresa" e l'accesso ai benefici che tale qualificazione comporta.

La pubblicità al Registro Imprese è organizzata su base soggettiva, cioè per impresa; il contratto di rete, tuttavia, non dà luogo ad un nuovo soggetto distinto dalle imprese partecipanti: ne conseguono risvolti pratico-operativi peculiari. Nella prima fase di applicazione della nuova normativa (fase, peraltro, non ancora conclusa), ciò ha comportato, da un punto di vista operativo, degli inconvenienti poiché la pubblicità è stata sino ad oggi eseguita in relazione a ciascun soggetto aderente alla rete, determinando da un lato una "sottorappresentazione" del fenomeno contratto-rete; infatti non è possibile (almeno allo stadio attuale, peraltro in fase di cambiamento come infra indicato) ricercare direttamente la rete senza conoscere almeno uno dei soggetti che ne fanno parte; d'altro canto però, la rete è anche "sovrarappresentata", dal momento che la stessa non risulta da una singola autonoma iscrizione, ma da tante iscrizioni quante sono le posizioni degli imprenditori partecipanti.

Conseguentemente alla suddetta *sovrarappresentazione* iniziale è sorto il dubbio se ogni fatto che incidesse successivamente sulla rete (ad esempio una sua modifica) dovesse essere pubblicizzato con riferimento a tutte le imprese partecipanti ovvero, si potessero immaginare soluzioni operative diverse e più snelle.

La legge, fonte primaria, tace sul punto.

Tuttavia, con Decreto Direttoriale del MSE del 29 novembre 2011, pubblicato in G. U. n.287 del 10 dicembre 2011, sono state introdotte nuove specifiche tecniche in punto di modulistica per gli adempimenti pubblicitari al Registro Imprese. Dette specifiche tecniche saranno operative dalla primavera del 2012, con un periodo di coesistenza con il vecchio sistema e salvo nuovi ulteriori interventi.

Diverse novità riguardano i contratti di rete e la loro gestione, e sono state introdotte nell'ottica di superare i suddetti inconvenienti. Al riguardo le istruzioni ministeriali (Circolare MSE n.3649/C del 18 gennaio 2012, Prot. 0009890) prevedono che per ogni contratto di rete, ai fini pubblicitari, sia individuata un'impresa di riferimento che non necessariamente deve coincidere con il soggetto mandatario. A





questo proposito si suggerisce l'opportunità di indicare, già in sede costitutiva, la scelta dell'impresa di riferimento. Ciò premesso, a seguito dell'operare delle nuove modalità, l'elemento di novità consiste nel dare pubblicità al contratto di rete in quanto tale: sarà cioè possibile, tra qualche mese, effettuare direttamente visure (storiche) del contratto stesso.

Si è così previsto, nelle istruzioni ministeriali, che con riguardo alla pubblicità della costituzione della rete, l'impresa di riferimento presenti la dichiarazione completa di tutti i dati e le informazioni richiesti, oltre a riportare l'elenco di tutte le imprese partecipanti; quest'ultime sono anch'esse tenute ad iscrivere il contratto nella loro posizione, ma riportandone solo gli estremi attraverso la compilazione di una modulistica all'uopo semplificata.

I modelli S2 (modifica delle società) e I2 (modifica delle imprese individuali) sono stati così arricchiti con i seguenti campi per le informazioni:

riguardanti il contratto di rete:

- Tipo adempimento;
- Numero Repertorio precedente e numero Registrazione precedente;
- Nome contratto di rete;
- Codice fiscale assegnato al contratto;
- Obiettivi del contratto, programma di rete, durata del contratto;
- Data di scadenza, organo comune, fondo patrimoniale;
- Asseverazione.

riguardanti i singoli partecipanti:

- Codice fiscale dell'impresa partecipante o di riferimento;
- Denominazione dell'impresa;
- Soggetto mandatario comune.

Si evidenzia che le Camere di Commercio prevedono che l'identificativo del contratto di rete, al quale verrà data autonoma pubblicità, sia costituito non tanto dal nome del contratto (il quale può anche mancare non essendo un requisito obbligatorio), bensì da un codice numerico, cd. "chiave univoca", composto dal numero di Repertorio del Notaio rogante e dal numero di Registrazione all'Ufficio delle Entrate. Si rende, pertanto, necessario procedere alla Registrazione del contratto prima di provvedere all'iscrizione dello stesso presso il Registro Imprese.

Ciò posto con riguardo alla pubblicità iniziale del contratto di rete, ci si chiede quali

siano gli oneri formali e pubblicitari cui sono assoggettate le successive vicende del contratto di rete.

Sul punto lo Studio n. 1-2011/I sopracitato (anteriore alla pubblicazione della Nuova Modulistica RI) afferma quanto segue: *"ai medesimi oneri, formale e pubblicitario, sono naturalmente assoggettate anche le modifiche contrattuali, nonché i mutamenti soggettivi dei contraenti, poiché la pubblicità viene eseguita con riferimento ad ogni impresa partecipante, come se si trattasse di qualità di quest'ultima, e pertanto ogni nuova adesione, così come ogni recesso, dovranno risultare da atto pubblico o scrittura privata autenticata ai fini dell'adempimento degli obblighi pubblicitari."*

Le novità, introdotte con il Decreto Direttoriale MSE del 29 novembre 2011 e la Circolare n.3649/C, sono volte a semplificare anche l'esecuzione di detta ulteriore pubblicità. Bisognerà vedere come, in concreto, opererà tale semplificazione (sul punto si rinvia al paragrafo 11).

Per quanto sia apprezzabile l'intento di semplificazione operato dalla Circolare, non si può, tuttavia, non rilevare l'anomalia dovuta all'assenza di un supporto normativo di rango primario volto a disciplinare siffatti aspetti di pubblicità legale.


Effetti della pubblicità del contratto di rete

Appurato che il contratto di rete è soggetto a pubblicità mediante iscrizione presso il Registro delle Imprese ed analizzate le modalità con cui tale pubblicità viene effettuata, è ora opportuno soffermarsi sulla questione della natura da riconoscersi a tale pubblicità (se si tratti cioè di una pubblicità riconducibile o meno ad una delle tradizionali forme di *pubblicità-notizia*, di *pubblicità dichiarativa*, di *pubblicità costitutiva*).

Su tale questione si registra un'estrema frammentarietà di vedute tra gli interpreti e pertanto non si può che invitare l'operatore ad una condotta prudenziale.

Al riguardo la posizione già assunta dal CNN nello Studio n. 1-2011/I e tramite la risposta al Quesito di Impresa n.144/2011/I è la seguente: *"l'efficacia cui tale norma fa riferimento deve essere intesa non già come idoneità del contratto interaziendale stipulato a produrre effetti fra le parti ex art. 1372 c.c., bensì come rilevanza del medesimo quale atto costitutivo di una rete di imprese finalizzato al riconoscimento degli effetti normativamente ricollegati a tale qualificazione."*





Si può, dunque, ipotizzare che l'iscrizione nel Registro delle Imprese abbia una rilevanza esterna verso terzi e non, invece, un'efficacia costitutiva del rapporto giuridico".

In tale prospettiva l'efficacia tra le parti dell'accordo di cooperazione interimprenditoriale non dipenderebbe dall'esecuzione della formalità pubblicitaria; da quest'ultima discenderebbe tuttavia l'efficacia costitutiva della fattispecie legale rete di impresa con i conseguenti effetti normativamente ricollegati a tale qualificazione.

Va, peraltro, tenuto presente che la Circolare dell'Agenzia delle Entrate n. 15/E del 14/4/2011, ai fini dell'agevolazione fiscale, si esprime in tal modo: *"in base all'articolo 3 del d.l. n. 5 del 2009 il contratto di rete, da redigere "per atto pubblico o per scrittura privata autenticata" (comma 4-ter), è "soggetto a iscrizione nella sezione del registro delle imprese presso cui è iscritto ciascun partecipante" e l'efficacia "inizia a decorrere da quando è stata eseguita l'ultima delle iscrizioni prescritte a carico di tutti coloro che ne sono stati sottoscrittori originari" (comma 4-quater). Il descritto regime di pubblicità è dunque prescritto a fini di efficacia del contratto sia tra le parti, sia verso i terzi, compresa l'Amministrazione finanziaria".* Pertanto, per l'Amministrazione finanziaria non c'è rete senza iscrizione e ciò a prescindere dalla conoscenza in concreto dell'accordo.