Scritto dal Dott. Alberto Russo

In risposta alla problematica del c.d. "nanismo" delle PMI italiane - principale causa della loro difficoltosa competitività internazionale -, il legislatore nazionale, tramite l'art. 3 del D.L. 5/2009 (novellato dall'art. 42 D.L. 78/2010 - convertito nella L. 30/07/2010 n. 122), ha messo a disposizione un nuovo strumento giuridico a favore dell'internazionalizzazione delle imprese: il contratto di rete.

Il contratto di rete, invero nato dal sempre attuale dibattito sul ruolo e sull'identità dei distretti industriali geografici, si pone come un poliedrico strumento di organizzazione e gestione della filiera produttiva o commerciale, consentendo alle imprese aderenti (le quali continuano a conservare la propria indipendenza patrimoniale e gestionale) di incrementare la propria capacità innovativa e la propria competitività sui mercati esteri attraverso un programma comune. Ciò permette alle PMI di muoversi con la forza di imprese medio-grandi, pur conservando le maggiori flessibilità, velocità di reazione al mercato e qualità produttiva tipiche delle aziende di ridotte dimensioni.

Con il contratto di rete, quindi, le parti si impegnano a collaborare operativamente attraverso lo scambio di informazioni di natura industriale, commerciale, tecnica e tecnologica: infatti si tratta di un negozio atto a disciplinare tanto l'ambito produttivo quanto quello distributivo ovvero il cordinamento tra l'uno e l'altro. Le imprese, infatti, hanno facoltà di adottare programmi di produzione o di marketing e un marchio comune ovvero di realizzare siti web condivisi (su cui attivare vendite e-commerce) e software comuni per gestire la contabilità, le certificazioni, la documentazione doganale e quella relativa alle spedizioni ed ai trasporti internazionali. In particolare, il contratto in oggetto agevola la realizzazione di forme di coordinamento più efficaci all'interno delle filiere di sub-fornitura, riducendo così i rischi di dispersione delle risorse ed i costi del controllo.

Alla luce di queste considerazioni, il contratto di rete dovrà prevedere dettagliatamente i seguenti elementi: a) l'oggetto della cooperazione (es.: progetto di ricerca, di produzione o di vendita); b) un'accurata ripartizione del contributo di ciascuno degli aderenti alla rete; c) le penali o le sanzioni irrorabili in caso un singolo membro della rete non raggiunga gli obiettivi a lui affidati; d) l'identificazione del soggetto che si occuperà dell'elaborazione del servizio o progetto oggetto del contratto; e) i parametri di misurazione della redditività del progetto o servizio, il business plan, i tempi e le modalità di realizzazione; f) l'identificazione del soggetto che coordinerà la rete ed i suoi poteri; g) le modalità non contenziose (mediazione) o

contenziose (arbitrato) per la risoluzione delle controversie che dovessero insorgere tra i singoli membri della rete; h) le caratteristiche del fondo della rete di imprese.

Dal punto di vista pratico, un esempio di contratto di rete per operazioni di esplorazione di mercati esteri può ravvisarsi nella predisposizione - da parte di alcune PMI - di un progetto di partecipazione ad una fiera internazionale. In questo caso la rete potrà avere la funzione di organizzare la partecipazione all'evento fieristico e/o la predisposizione di una rete di intermediari (agenti o distributori), mentre i costi dei servizi relativi all'organizzazione dell'evento sarranno corrisposti attraverso il fondo della rete di imprese e solo successivamente riaddebitati alle singole imprese contraenti.