

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

---

*ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ*

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ  
& ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΙ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (FRANCHISING) ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΑΙ  
ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ  
(ΕΝΝΟΙΑ, ΝΟΜΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ  
ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥΣ)



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΡΩΜΑΝΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΜΙΧΑΕΛΑ ΜΠΟΥΤΣΙΚΑ (Α.Μ.: 422)

ΑΡΓΥΡΩ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ (Α.Μ.: 514)

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2006

ΠΑΤΡΑ

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	5
ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	5
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	8

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....

#### Η ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ FRANCHISING

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ FRANCHISING.....	9
1.2 ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ FRANCHISING.....	11
1.3 ΧΡΗΣΗ ΘΕΣΜΟΥ.....	15
1.4 ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING.....	16
1.5 ΑΝΑΠΤΥΞΗ FRANCHISING – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE.....	17
1.5.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ FRANCHISE.....	17
1.5.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE.....	20
1.5.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE.....	22
1.6 ΤΟ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΜΙΑΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ FRANCHISE.....	23
1.7 ΛΟΓΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΤΟΥ FRANCHISING.....	26
1.8 ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΣΤΟ FRANCHISING.....	28
1.9 ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ FRANCHISING.....	30

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ.....

#### ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ FRANCHISING

2.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING.....	33
2.1.1 FRANCHISING ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	33
2.1.2 FRANCHISING ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	34
2.1.3 FRANCHISING ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ Ή ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ FRANCHISING.....	35
2.1.4 ΜΕΙΚΤΟ FRANCHISING.....	35
2.1.5 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ Ή ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟ FRANCHISING.....	36

2.1.6 ΜΕΡΙΚΟ FRANCHISING Ή FRANCHISING CORNER Ή STAND .....	36
2.1.7 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ FRANCHISING .....	37
2.1.8 FRANCHISING ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ (COMBINATION FRANCHISING) ....	38
2.1.9 ΠΟΛΛΑΠΛΟ FRANCHISING (MULTIPLE FRANCHISE UNITS) .....	39
2.1.10 FRANCHISING ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΩΝ ΕΠΩΝΥΜΙΩΝ Ή ΣΗΜΑΤΩΝ (CO-BRANDING FRANCHISING .....	39
2.1.11 FRANCHISING ΥΠΑΓΩΓΗΣ .....	40
2.1.12 FRANCHISING ΙΣΟΤΙΜΙΑΣ .....	41
2.1.13 FRANCHISING ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ .....	41
2.1.14 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ FRANCHISING .....	42
2.1.15 ΚΙΝΗΤΟ FRANCHISING .....	42
2.1.16 ΑΤΟΜΙΚΟ FRANCHISING .....	42
2.1.17 CONVERSION FRANCHISING .....	43
2.2 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISING .....	43
2.3 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ FRANCHISING .....	46
2.3.1 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ CONCEPTS .....	49
2.3.2 ΕΝΑΡΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟ 1990 .....	50
2.3.3 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ .....	51

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....**

### **Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING**

3.1 ΕΓΓΡΑΦΟΣ ΤΥΠΟΣ-ΣΗΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ .....	51
3.2 Η ΣΥΝΗΘΗΣ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING .....	52
3.3 ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING.....	57
3.4 ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΚΑΤΑ MARTINEK ..	59
3.4.1 ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΜΕ ΚΡΙΤΗΡΙΟ ΤΟ «ΠΡΟΪΟΝ» .....	59
3.4.2.ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΥΠΕΡΒΑΙΝΟΝΤΑΣ ΤΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΩΣ ΚΡΙΤΗΡΙΟ ΤΟ «ΠΡΟΪΟΝ» .....	59
3.5 ΟΙ ΤΥΠΟΙ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ FRANCHISING ΤΟΥ MARTINEK.....	61
3.5.1 ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING ΥΠΑΓΩΓΗΣ.....	61

3.5.2 ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ Η ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ .....	62
3.5.3 ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING ΣΥΝΑΣΠΙΣΜΟΥ Η ΔΙΜΕΡΟΥΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ.....	62
3.5.4 ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ Η ΣΥΜΜΑΧΙΑΣ.....	63
3.6 Η ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ.....	63
3.6.1 ΤΡΟΠΟΙ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ.....	64
3.6.1.1 ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΛΟΓΩ ΘΑΝΑΤΟΥ, ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗΣ, ΠΤΩΧΕΥΣΗΣ Η ΔΙΑΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΝΟΣ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	64
3.6.1.2 ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΜΕ ΤΑΚΤΙΚΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ .....	65
3.6.1.3 ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΜΕ ΕΚΤΑΚΤΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ .....	67
3.6.1.4 ΆΛΛΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ....	68
3.7 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING .....	69
3. 8 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ.....	73
3.8.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	73
3.8.1.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	77

## **ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....**

### **ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ**

4.1 ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ.....	81
4.1.1 Ο ΝΟΜΟΣ 4087/88.....	81
4.1.2 Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ .....	83
4.1.3 Ο ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 2790/1999.....	86
4.2 ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΓΙΑ ΤΟ FRANCHISING ΤΩΝ ΕΥΡΑΠΑΪΚΩΝ ΜΕΛΩΝ.....	91
4.2.1 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ.....	91
4.2.2 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ .....	97
4.2.3 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ.....	99
4.2.4 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΓΕΡΜΑΝΙΑ .....	103
4.2.5. ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	104

<b>ΠΕΜΠΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....</b>	
<b>ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ</b>	
5.1 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗ ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΔΕΚ.....	<u>106</u>
5.2 ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	<u>109</u>
5.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	<u>115</u>
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	<u>117</u>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	<u>120</u>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	<u>138</u>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ .....	<u>157</u>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ.....	<u>167</u>
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε.....	<u>176</u>

## **ΤΟ ΘΕΜΑ**

Η παρούσα εργασία γίνεται στα πλαίσια του μαθήματος της πτυχιακής εργασίας . Το θέμα μελέτης που μας δόθηκε αφορά την ανάπτυξη καθώς και την πρακτική εφαρμογή του Franchising στο ελληνικό και στο κοινοτικό δίκαιο. Θεωρήθηκε σκόπιμο να γίνει αναφορά τόσο στο νομικό πλαίσιο, όσο και στην νομολογία της Ελλάδας καθώς και κάποιων Ευρωπαϊκών χωρών . Ήταν ιδιαιτέρως σημαντικό να παραθέσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του θεσμού. Επίσης κρίθηκε αναγκαίο, να παραθέσουμε στην εργασία μας μια έρευνα η οποία μελετά και αναλύει την ανάπτυξη των δικτύων franchising στην Ελλάδα.

## **ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ**

Σκοπός της μελέτης είναι η κατανόηση του καινούργιου θεσμού του franchising καθώς και η πλήρη πληροφόρηση για το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο. Για το σκοπό αυτό παρουσιάζεται αρχικά ο ορισμός του franchising όπως αυτός έχει διατυπωθεί τόσο από την οικονομική όσο και από την νομική πλευρά. Επίσης κρίθηκε αναγκαίο να γίνει αναφορά στις διάφορες διακρίσεις του franchising.

Ακόμη σημαντική είναι και η παρουσίαση του νομοθετικού πλαισίου της Ελλάδας καθώς και άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, έτσι ώστε να παρέχει στον αναγνώστη τη δυνατότητα σύγκρισης με σκοπό την διεξαγωγή ενός σφαιρικού συμπεράσματος .

Με τον τρόπο αυτό γνωστοποιούνται σε κάθε ενδιαφερόμενο, οι διαδικασίες, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που χρειάζεται να γνωρίζει ένας υποψήφιος franchisee.

Τέλος ασκείται και κριτική , λαμβάνοντας υπόψη τα κενά και τις αδυναμίες που προσδίδει στο θεσμό η έλλειψη ενός ενιαίου και ολοκληρωμένου νομοθετικού πλαισίου.

## **ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Η εργασία με την οποία ασχοληθήκαμε περιλαμβάνει στοιχεία τα οποία συλλέχθηκαν κατά τα μέσα Απριλίου 2005 έως τα τέλη Μαρτίου του 2006. Στο χρονικό αυτό διάστημα, οφείλουμε να τονίσουμε ότι ο εμπλουτισμός της βιβλιογραφίας μας ήταν συνεχής, τόσο από τον Ελληνικό και Ευρωπαϊκό τύπο, όσο και από τον ηλεκτρονικό (μέσω Internet). Τέλος χρήσιμο υλικό επίσης βρέθηκε από

το γραφείο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Πάτρα, όπου η προθυμία των υπαλλήλων, διευκόλυνε σημαντικά τη συγγραφή και τη σύνταξη της εργασίας.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, θεμελιακό χαρακτηριστικό των βιομηχανικών κοινωνιών είναι η πληθωρική προσφορά αγαθών και υπηρεσιών καθώς και ο μαζικός τρόπος διανομής τους. Αυτό γίνεται αντιληπτό από την ραγδαία ανάπτυξη της προσφοράς των αγαθών το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα η οποία όπως είναι φυσικό αναστάτωσε τις καταναλωτικές συνήθειες καθώς και τις μορφές διάθεσης των προϊόντων. Αναγκαίο λοιπόν ήταν να αρχίσουν οι δομές του εμπορίου να μεταβάλλονται. Το γεγονός αυτό που προκάλεσε πολλές διαμάχες στις βιομηχανικές κοινωνίες είχε σοβαρές επιπτώσεις στον τομέα της εμπορικής πρακτικής. Οι αλλαγές αυτές ώθησαν τις επιχειρήσεις να αναζητήσουν λύσεις είτε επιβίωσης είτε αύξησης του μεριδίου στις αγορές που δραστηριοποιούνταν είτε διεξόδου σε ξένες χώρες. Έτσι λοιπόν ακόμα και σήμερα μια μικρή ανεξάρτητη επιχείρηση δύσκολα θα επιβιώσει αφού δε μπορεί από μόνη της να εξασφαλίσει τα απαραίτητα κεφάλαια για τον σκοπό αυτό, ούτε η χρησιμοποίηση των κεφαλαίων αυτών είναι οικονομικά αποδοτική στα μεγέθη που αντιπροσωπεύει μια τέτοια μικρή επιχείρηση. Το πρόβλημα επικεντρώνεται κυρίως στον τομέα των πωλήσεων και για το λόγο αυτό θεωρήθηκε σκόπιμο να υπάρξει μια μορφή συμβάσεως η οποία θα στήριζε κυρίως την ανάπτυξη των πωλήσεων. Μια από τις σύγχρονες και αρκετά διαδεδομένες μορφές συνεργασίας των επιχειρήσεων, που αποβλέπουν στην αμοιβαία στήριξή τους και την εξοικονόμηση κεφαλαίων και δαπανών που απαιτεί ο σύγχρονος εμπορικός ανταγωνισμός, είναι οι συμβάσεις δικαιόχρησης (franchising). Οι συμβάσεις αυτές ονομάζονται έτσι γιατί επιτρέπουν σε συγκεκριμένες επιχειρήσεις να κάνουν χρήση ορισμένων δικαιωμάτων εμπορικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας καθώς και δικαιωμάτων τεχνολογίας και οργάνωσης που ανήκουν σε άλλη επιχείρηση, η οποία έχει ήδη επιτύχει στα πλαίσια του εμπορικού ανταγωνισμού, ιδίως όσον αφορά συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Και η μεν επιχείρηση στην οποία παρέχεται η χρήση των δικαιωμάτων αυτών ωφελείται, έτσι, των προνομίων που έχει αποκτήσει στην αγορά η επιχείρηση που παρέχει την χρήση των δικαιωμάτων αυτών και εξασφαλίζει επιτυχή συμμετοχή στον ανταγωνισμό.



## ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Το franchising πρωτοεμφανίστηκε στις Η.Π.Α. πριν από τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, και η εταιρεία ραπτομηχανών SINGER αναφέρεται ως η πρώτη εταιρεία που το εφήρμοσε στο τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα προκειμένου να οργανώσει το δίκτυο διανομής των προϊόντων της. Το παράδειγμα της ακολούθησαν οι βιομηχανίες αυτοκινήτων, οι εταιρείες διανομής πετρελαιοειδών και οι βιομηχανίες μύρας, Η μεγάλη όμως ανάπτυξη του franchising πραγματοποιήθηκε κατά την μεταπολεμική περίοδο του 1946-1960 και οφείλεται στις συνθήκες που επικρατούσαν τότε, δηλαδή στην ανάπτυξη της μαζικής παραγωγής και προσφοράς προϊόντων και υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την έλλειψη ορθολογικών δικτύων διανομής και διάθεσης. Τα πρώτα χρόνια το franchising περιορίστηκε στα γεωγραφικά όρια των Η.Π.Α., όπου και γνώρισε ταχύτατη και εντυπωσιακή ανάπτυξη και εξέλιξη, βρίσκοντας εφαρμογή σε έναν ευρύ κύκλο επιχειρήσεων.

Στην Ευρώπη ο οικονομικός θεσμός του franchising αντιμετωπίστηκε αρχικά με επιφυλακτικότητα και ο ρυθμός ανάπτυξης ήταν συγκρατημένος. Τη δεκαετία του 1980, δέκα χρόνια μετά την εισαγωγή του στην Ευρώπη, ο επιχειρηματικός κόσμος εκδήλωσε αυξημένο ενδιαφέρον για το σύγχρονο αυτό σύστημα εμπορικής συνεργασίας. Είναι ενδεικτικό ότι η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίστηκε από πολλούς ως η δεκαετία του franchising.

Στην Ελλάδα ο θεσμός του franchising ήρθε με κάποια καθυστέρηση. Ξεκίνησε το 1976 με την εταιρεία Goody's και η ανάπτυξή του, ιδιαίτερα από το 1993 και μετά υπήρξε ραγδαία. Ένα χρόνο μετά η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονη κινητικότητα γύρω από την πρακτική εφαρμογή του franchising, καθώς ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα του θεσμού αυτού.

Η ανάπτυξη του franchising ακολούθησε διάφορα στάδια και μέσα από την μαζικοποίηση της παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών, οδήγησε στην δημιουργία δικτύων για την διανομή και διάθεσή τους. Από όλα τα διαθέσιμα στοιχεία μέσα από την ιστορία, το franchising φαίνεται να είναι η εναλλακτική λύση για ένα δίκτυο διανομής που οδηγεί στην αύξηση των πωλήσεων.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Γεωργιάδης Απόστολος, Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., Σελ.195

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Η ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ FRANCHISING

#### 1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ FRANCHISING

Είναι αλήθεια πως η προσέγγιση του όρου franchising παρουσιάζει σημαντικές δυσκολίες και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι κάτω από τον συγκεκριμένο όρο δημιουργούνται ποικίλες σχέσεις. Αποτέλεσμα αυτής της δυσκολίας είναι η ανάπτυξη ποικίλων ορισμών τόσο νομικών όσο και οικονομικών.

Από την οικονομική πλευρά, το franchising είναι μια μέθοδος εμπορικής συνεργασίας μεταξύ μιας μεγάλης επιχείρησης, του δικαιοπαρόχου ή δότη (franchisor), και διάφορων μικρότερων επιχειρηματιών, των δικαιοδόχων ή ληπτών (franchisee), με την οποία επιδιώκουν η μεν πρώτη τη δημιουργία ενός όσο το δυνατόν πιο μεγάλου αριθμού σημείων πώλησης των προϊόντων ή υπηρεσιών της, οι δε δεύτεροι την αποκόμιση κερδών από την εμπορική φήμη, την οργάνωση και την τεχνογνωσία εκείνης.

Από νομική πλευρά, το franchising ορίζεται ως το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising από τον δικαιοδόχο. Συγκεκριμένα πρόκειται για μια σύμβαση συνεργασίας δυο επιχειρήσεων όπου η μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, προσφέρει, πουλά ή διανέμει στην άλλη, τον δικαιοδόχο, ένα σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα οποία αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής καθώς και τεχνογνωσίες<sup>2</sup>.

Το franchising αποτελεί από οικονομική πλευρά μια στρατηγική ανάπτυξης και εξάπλωσης των επιχειρήσεων, είναι ένα σύστημα μάρκετινγκ αγαθών ή υπηρεσιών ή τεχνολογίας, το οποίο βασίζεται σε μία στενή και διαρκή συνεργασία μεταξύ νομικά και οικονομικά ξεχωριστών και ανεξάρτητων επιχειρήσεων, του δότη και των ληπτών του.

Ακόμη υποστηρίζεται πως το franchising είναι ένας τύπος Καθετοποιημένου Συστήματος Μάρκετινγκ (Κ.Σ.Μ.) συμβατικού τύπου, στην οποία Παραχώρηση η σχέση μεταξύ των μελών του Κ.Σ.Μ. βασίζεται στο γεγονός, ότι μια μονάδα δίνει το δικαίωμα σ' έναν αριθμό μονάδων να εμπορεύονται έναν προϊόν ή μία υπηρεσία και να ασχολούνται σε μια επιχείρηση που ανέπτυξε ο Παραχωρητής, χρησιμοποιώντας

<sup>2</sup> Βλ. Γεωργιάδης Απόστολος, ό.π., σελ.193

τη δική του εμπορική επωνυμία, τη δική του τεχνογνωσία και πείρα (know-how) και τις δικές του μεθόδους λειτουργίας της επιχείρησης.

Από την πρακτική πλευρά του όρου ο κ. Τσαντίλας Παναγιώτης υπεύθυνος ανάπτυξης δικτύου καταστημάτων της «Αγροεφόδια», η επιχείρηση που καταλαμβάνει μεγάλο μέρος στην αγροτική οικονομία, παραθέτει τον δικό του ορισμό : *«είναι μια μέθοδος μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών, η οποία αναπτύχθηκε στο χώρο το λιανικών πωλήσεων».*<sup>3</sup>

Η οργάνωση των πωλήσεων, της παραγωγής ή των υπηρεσιών με το σύστημα franchising σημαίνει ότι το συγκεκριμένο πακέτο παραχωρείται προς χρήση και εκμετάλλευση σε αόριστο αριθμό επιχειρήσεων, αποσκοπώντας στην διάδοση των προϊόντων ή των υπηρεσιών της παραχωρούσας επιχείρησης σε νέες αγορές.

Η προσπάθεια κατάκτησης νέων αγορών με τη μέθοδο αυτή συνήθως χαρακτηρίζεται από αυστηρή οργανωτικότητα, την οποία διευθύνει και ελέγχει ο δότης. Η στρατηγική και η οργάνωση των πωλήσεων βασίζονται στις γνώσεις και στα σχέδια που έχει προεπεξεργασθεί ο δότης. Με την σύμβαση του franchising οι λήπτες απλώς παραλαμβάνουν την υπάρχουσα οργανωτική υποδομή από τον δότη. Συνέπεια αυτού είναι πως οι λήπτες, χωρίς να έχουν ενοχικούς δεσμούς μεταξύ τους, γίνονται μέλη ενός ενιαίου συστήματος διανομής.

Ο συγκεντρωτικός αυτός χαρακτήρας του franchising εκφράζεται προς τα έξω κυρίως με τον υψηλό βαθμό ομοιομορφίας που χαρακτηρίζει την οργάνωση των επιχειρήσεων, οι οποίες είναι ενταγμένες σε ένα σύστημα franchising. Η οργανωτική αυτή ομοιομορφία δεν έχει γεωγραφικά εμπόδια, βρίσκει την έκφραση της στον ομοιόμορφο εξοπλισμό και στην ομοιόμορφη εμφάνιση μιας ολόκληρης αλυσίδας καταστημάτων, στην εφαρμογή ομοιόμορφων μεθόδων πώλησης π.χ. εμφάνισης και συσκευασίας του προϊόντος, κατάρτισης, εμφάνισης και συμπεριφοράς του προσωπικού προς τους πελάτες, κτλ.

Κατά συνέπεια το franchising χαρακτηρίζεται από μια διαρκή συνεργασία, της οποίας η επιτυχία εξαρτάται από την συνεχή παρακολούθηση και προσαρμογή στις τεχνολογικές και οικονομικές διαμορφώσεις.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία: Ο Θεσμός Franchising, Σπουδαστές: Χρυσοβαλάντου, Χαιρέτη, 1997-1998, Σελ.2

<sup>4</sup> Βλ. Γεωργιάδης Απόστολος, ό.π., σελ.194

## 1.2 ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Ένα μικρό λεξικό για το franchising παρουσιάζεται παρακάτω, το οποίο περιέχει ολόκληρη την ορολογία του συστήματος, όπως ισχύει στην Ευρώπη και όπως ψηφίστηκε από τον Ελληνικό Σύνδεσμο franchise.

**Δικαιοπάροχος ή Δότης (Franchisor):**Είναι η επιχείρηση που παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιούχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή και υπηρεσιών<sup>5</sup>.

**Δικαιούχος ή Λήπτης (Franchisee):**Είναι η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται από τον δικαιοπάροχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή και υπηρεσιών. Στην ουσία είναι το πρόσωπο ή η εταιρεία που αγοράζει την επιχείρηση Δικαιόχρησης από τον δικαιοπάροχο.<sup>6</sup>

**Δίκτυο Franchising:**Απαρτίζεται από το σύνολο των καταστημάτων των δικαιούχων<sup>7</sup>.

**Σύμβαση Franchising(Franchise Contract):**Η σύμβαση μεταξύ δότη και λήπτη στην οποία περιγράφονται με λεπτομέρεια και σαφήνεια οι όροι της συνεργασίας τους, συμπεριλαμβανομένων και των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων τους. Ο δικαιούχος πρέπει να συμβουλευτεί τον νομικό του σύμβουλο ως προς την αξιολόγηση των όρων της σύμβασης, τους οποίους πρέπει να κατανοήσει πλήρως, πριν υπογράψει ότι δεσμεύεται με αυτούς. Ο υποψήφιος δικαιούχος συνήθως δεν έχει την δυνατότητα να διαπραγματευτεί τους όρους της σύμβασης καθώς ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης franchise είναι η καθολική ομοιομορφία στην μεταχείριση των δικαιούχων και όχι η παραχώρηση ιδιαίτερων διαπραγματευτικών προνομίων και ευνοϊκών συμφωνιών σε κάποιους από αυτούς. Οι συμβάσεις franchise διαφέρουν μεταξύ τους καθώς μια καλά διαμορφωμένη σύμβαση έχει γραφτεί με σκοπό να εξυπηρετεί στο μέγιστο δυνατό βαθμό τις απαιτήσεις του εκάστοτε δικαιοπαρόχου και της επιχείρησής του. Μια όχι ιδιαίτερα δεσμευτική για τον δικαιούχο σύμβαση είναι ένδειξη απειρίας του δικαιοπαρόχου ενώ μια σύμβαση που δεσμεύει τον δικαιούχο σε αρκετά σημεία δηλώνει την

<sup>5</sup> Βλ. [www.ramcomputer.gr](http://www.ramcomputer.gr)

<sup>6</sup> Βλ. [www.franchising.gr](http://www.franchising.gr)

<sup>7</sup> Βλ. [www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)

σημαντική εμπειρία και ικανότητα του δικαιοπαρόχου και για τον λόγο αυτό μόνο μέσα από τους όρους της σύμβασης μπορεί ο τελευταίος να διασφαλίσει το επιθυμητό επίπεδο της επιχείρησης προς όφελος όλων των μελών της. Οι συμβάσεις δικαιόχρησης πρέπει να αξιολογούνται με γνώμονα όχι μόνο το τι περιέχουν αλλά και το τι παραλείπουν να αναφέρουν<sup>8</sup>.

**Υποχρέωση Πληροφόρησης(Disclosure):**Είναι η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να παρέχει εγγράφως σε κάθε υποψήφιο δικαιοδόχο και μέσα σε εύλογο χρόνο πριν από την υπογραφή ενός δεσμευτικού εγγράφου πλήρη και ακριβή πληροφόρηση σχετικά με την εταιρική και οικονομική του κατάσταση, το επιχειρηματικό του ιστορικό και την περιγραφή της επιχείρησης που είναι αντικείμενο του franchise. Ακόμη ,την περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών της τεχνογνωσίας, την παροχή τεχνικής υποστήριξης προς τον δικαιοδόχο, το προβλεπόμενο κόστος εγκατάστασης μιας τέτοιας επιχείρησης, την βιωσιμότητα του συστήματος ,τα βασικά στοιχεία της σύμβασης franchise, τα ονόματα και τις διευθύνσεις των μελών του δικτύου και με άλλα που προβλέπονται είτε από ειδική νομοθεσία είτε από τον Εθνικό Κώδικα Δεοντολογίας<sup>9</sup>.

**Πιλοτικό Κατάστημα (pilot store):**Είναι το αρχικό κατάστημα, το οποίο ανήκει στον δότη και κατά την λειτουργία του οποίου έχει εφαρμοσθεί και ελεγχθεί για ικανό χρονικό διάστημα η εμπορική αποδοχή του franchising concept, η βιωσιμότητα και η δυναμική του καταστήματος, η δυνατότητα τυποποίησης μεθόδων και διαδικασιών ώστε να μπορεί να εφαρμοσθεί και σε άλλα καταστήματα κατά ομοιόμορφο τρόπο<sup>10</sup>.

**Επιχειρηματικός Τύπος Franchise(Business-Format Franchise):**Η λειτουργία του franchise είναι μια συμβατική σχέση μεταξύ του δότη και του λήπτη στην οποία ο δότης παρέχει ή είναι υποχρεωμένος να διατηρεί ένα διαρκές ενδιαφέρον για την επιχείρηση του λήπτη σε τομείς όπως η τεχνογνωσία και η εκπαίδευση, στην οποία σχέση ο λήπτης λειτουργεί κάτω από ένα κοινό εμπορικό σήμα, σύστημα ή διαδικασία που ανήκουν ή ελέγχονται από τον δότη , όπου ο λήπτης έχει ήδη πραγματοποιήσει ή θα πραγματοποιήσει ουσιαστικές κεφαλαιουχικές επενδύσεις στην επιχείρηση του προερχόμενες από δικές του πηγές<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

<sup>9</sup> Βλ. [www.franchising.gr](http://www.franchising.gr)

<sup>10</sup> Βλ. [www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)

<sup>11</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

**Βασικός Δικαιοδόχος(Master Franchisee):** Μέθοδος διεθνοποίησης επιτυχημένων Franchise σε χώρες του εξωτερικού μέσω σύναψης σύμβασης μεταξύ του franchisor και της τοπικής επιχείρησης(Master Franchisee). Ο Master Franchisee αναλαμβάνει την ανάπτυξη και υποστήριξη του δικτύου στη συγκεκριμένη χώρα για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και μπορεί να είναι παράρτημα της επιχείρησης του franchisor, ανεξάρτητη επιχείρηση ή μεικτή<sup>12</sup>.

**Franchise Broker:** Ανεξάρτητο ενδιάμεσο πρόσωπο, επιλεγμένο και εξουσιοδοτημένο από τον δικαιούχο για την επέκταση του συστήματος franchise, με αμοιβή. Το πρόσωπο αυτό έχει την υποχρέωση να λειτουργεί με βάση την ισχύουσα νομοθεσία και τους όρους του συστήματος franchise<sup>13</sup>.

**Δικαίωμα franchise σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή (Area Franchise):** Η μορφή αυτή franchising περιλαμβάνει την παραχώρηση σε άτομο ή επιχείρηση ενός αποκλειστικού δικαιώματος ανάπτυξης συγκεκριμένου αριθμού καταστημάτων franchise εντός ορισμένου χρόνου<sup>14</sup>.

**Franchising Πολλαπλών Σημείων (Multi-unit Franchising):** Είναι η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise αποσκοπώντας στην εμπορία συγκεκριμένων προϊόντων μέσα από την δημιουργία περισσότερων της μίας μονάδες εκμετάλλευσης μέσα στην ίδια ή σε άλλη γεωγραφική περιοχή<sup>15</sup>.

**Ετήσιο Τέλος Ανανέωσης Σύμβασης(Annual Renewal Fee):** Η σύμβαση franchise που παρέχεται από τον δότη μπορεί να έχει διάρκεια μόνο ενός έτους και ο λήπτης να έχει το δικαίωμα αυτόματης ανανέωσης της, στο τέλος αυτής της περιόδου με την καταβολή αμοιβής ετήσιας ανανέωσης<sup>16</sup>.

**Δικαίωμα Εισόδου (Entry Fee):** Είναι το εφάπαξ ποσό που πληρώνει ο franchisee στον franchisor με την σύναψη της σύμβασης, για την ένταξη του πρώτου στο δίκτυο franchise. Το entry fee αντιπροσωπεύει τις δαπάνες για την ανάπτυξη και εξέλιξη του συστήματος, τη μεταφερόμενη τεχνογνωσία (know-how), τα δικαιώματα χρήσης σήματος, την καλή φήμη (goodwill), την υποστήριξη στα αρχικά στάδια δηλαδή

---

<sup>12</sup> Βλ. [www.franchising.gr](http://www.franchising.gr)

<sup>13</sup> Βλ. [www.infofranchise.gr](http://www.infofranchise.gr)

<sup>14</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία: Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του franchising στην ελληνική αγορά, Σπουδαστές: Δημητριάδη, Θωμά, 2000, Σελ.19

<sup>15</sup> Βλ. [www.franchising.gr](http://www.franchising.gr)

<sup>16</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

παροχή εγχειριδίων, αρχική εκπαίδευση, οργάνωση καταστήματος, αγορά βασικού εξοπλισμού<sup>17</sup>.

**Τέλη Δικαιοδόχου (Franchise Fee):**Είναι το ποσοστό που δίνει ο λήπτης στον δότη από το τζίρο<sup>18</sup>.

**Εξαγορά Μεριδίου(Buy-out Clause):**Όρος της σύμβασης που δίνει το δικαίωμα επιλογής στον λήπτη να αποδεσμευτεί από το δίκτυο και να συνεχίσει την εμπορική του δραστηριότητα στην ίδια περιοχή και με τον ίδιο τύπο επιχείρησης, εντελώς ανεξάρτητης και χωρίς καμία υποχρέωση στον δότη. Κάτι τέτοιο βέβαια δεν είναι εφικτό χωρίς την ύπαρξη αυτού του όρου στην σύμβαση. Το ποσό που καταβάλλει συνήθως ο λήπτης για την αποδέσμευση του από το δίκτυο εξαρτάται τις πιο πολλές φορές από τον τζίρο του. Μια τέτοια δυνατότητα στον λήπτη δεν είναι συχνό φαινόμενο γιατί αποκλείει κάποια βασικά πλεονεκτήματα της συμμετοχής σε ένα δίκτυο, αλλά όσοι την προτείνουν θεωρούν ότι παρέχει την ανάλογη ασφάλεια στους υποψηφίους που τους προβληματίζει μια μακροχρόνια δέσμευση. Η εξαγορά μεριδίου από κάποιον λήπτη μπορεί να σημαίνει μείωση του εισοδήματος του δότη αφού αυτός χάνει την αμοιβή από τον πρώτο αλλά από την άλλη μεριά κερδίζει την είσπραξη της εξαγοράς και επίσης μία θέση προς μεταπώληση. Ο όρος αυτός αντανακλά το βαθμό διαφοροποίησης των συμβάσεων και τις επιχειρηματικές ιδέες των δικαιωπαρόχων<sup>19</sup>.

**Συνεχή Δικαιώματα(Royalties):**Χρηματικά ποσά τα οποία καταβάλλει ο franchisee στον franchisor σε τακτά χρονικά διαστήματα καθ'όλη την διάρκεια της σύμβασης.

Τα ποσά αυτά εκφράζονται με τους ακόλουθους τρόπους:

- Ως ποσοστό επί των καθαρών πωλήσεων(πωλήσεις πλέον ΦΠΑ).
- Ως ποσοστό επί των καθαρών αγορών (πωλήσεις πλέον ΦΠΑ).
- Ενσωματωμένοι στο κόστος των αγορών.
- Ως καταβολή πάγιας χρηματικής αμοιβής (flat fee).
- Συνδυασμός δυο από τα παραπάνω.<sup>20</sup>

**Πακέτο Franchising(Franchising Package):**Ως πακέτο εννοείται ένα σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, τα οποία αφορούν εμπορικά σήματα ή διακριτικούς τίτλους, διακριτικά γνωρίσματα (πινακίδες) καταστημάτων,

<sup>17</sup> Βλ. [www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)

<sup>18</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

<sup>19</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

<sup>20</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία:Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του franchising στην ελληνική αγορά, Σπουδαστές:Δημητριάδη, Θωμά, 2000, σελ.16

πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνίες και τέλος την απαραίτητη τεχνογνωσία.<sup>21</sup>

**Ποιοτικός Έλεγχος (Quality Control)** :Είναι ο έλεγχος που πραγματοποιεί ο δότης στα καταστήματα του franchisor για την κερδοφόρα και ποιοτική λειτουργία του καταστήματος.<sup>22</sup>

**Συμμετοχή Στην Εταιρική Διαφήμιση (Advertising ή Marketing Fee)**:Χρηματικά ποσά, τα οποία καταβάλλει ο λήπτης στον δότη σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα κατά την διάρκεια της σύμβασης και αφορά την συνεισφορά του λήπτη στην εταιρική διαφήμιση.<sup>23</sup>

**Εγχειρίδιο Λειτουργίας(Operations manuals)**:Εγχειρίδια τα οποία δίδονται από τους δικαιοπαρόχους προς τους δικαιοδόχους ως μέρος του συνολικού πακέτου Δικαιόχρησης για να προσφέρουν βήμα-βήμα οδηγίες στο πως θα στήσουν και να λειτουργήσουν μια επιχείρηση με το σύστημα δικαιόχρησης στα σωστά χαρακτηριστικά που απαιτεί η Δικαιόχρηση<sup>24</sup>.

### 1.3 ΧΡΗΣΗ ΘΕΣΜΟΥ

Η μητρική επιχείρηση κατέχοντας το σύστημα know-how κάνει την πρώτη κίνηση για την λειτουργία του συστήματος. Χρησιμοποιώντας τη διαφήμιση ο δότης αναζητά λήπτες για μια νέα συνεργασία με την επιχείρηση του.

Μετά την εύρεση υποψηφίων ακολουθεί συνάντηση του παραχωρητή ή των αντιπροσώπων του, με τους υποψήφιους. Αν αυτοί πληρούν τους όρους του δότη και ανταποκρίνονται στους στόχους της επιχείρησης, τότε εγκρίνονται και μπαίνουν στην επιχείρηση υπογράφοντας την συμφωνία παραχώρησης, η οποία περιγράφει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις και των δυο μερών. Γίνονται δηλαδή παραχωριολήπτες, καταβάλλοντας σαν αμοιβή στον παραχωρητή μια εφάπαξ συνεισφορά, ποσοστό στα κέρδη ή έναν συνδυασμό των παραπάνω. Τα ποσά αυτά καταβάλλονται σαν αμοιβή του παραχωρητή, όπως έρευνες αγοράς, διαφημίσεις και πολλά άλλα.

---

<sup>21</sup> Βλ. [www.infofranchise.gr](http://www.infofranchise.gr)

<sup>22</sup> Βλ. [www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)

<sup>23</sup> Βλ. [www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)

<sup>24</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)



Η σημαντική διαφορά της δικαιόχρησης από το σύστημα καταστημάτων με παραρτήματα είναι ότι σε περίπτωση επιτυχίας του καταστήματος που λειτουργεί με δικαιόχρηση ελαχιστοποιούνται οι συμμετοχές στην αλυσίδα για την προστασία τόσο του δικαιοδόχου όσο και του δικαιοπαρόχου. Έτσι επιχειρήσεις με το ίδιο όνομα δεν λειτουργούν ανταγωνιστικά αφού καλύπτουν διαφορετικές περιοχές. Αυτό έχει ως συνέπεια τα κέρδη του συμμετέχοντος στην αλυσίδα να μεγαλώνουν και να επιτυγχάνεται ανοδικά η απόδοση των κεφαλαίων που επένδυσε ο δικαιοπάροχος. Η όλη επενδυτική δαπάνη που θέλει να εκμεταλλευτεί αναλαμβάνεται εξ' ολοκλήρου απ' αυτόν.

Στο σύστημα παραχώρησης, ο παραχωρητής προσφέρει μεθόδους οργάνωσης, διοίκησης και εμπορίας καθώς και των τύπων των προϊόντων και των υπηρεσιών που θέλει να διαθέσουν στην αγορά, ενώ ο παραχωριολήπτης προσφέρει τις εγκαταστάσεις και το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης του και είναι αποκλειστικά υπεύθυνος για την άσκηση της αλυσίδας σε μια συγκεκριμένη περιοχή<sup>25</sup>.

#### 1.4 ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Ο βασικός στόχος για τον δικαιοπάροχο είναι η γρήγορη ανάπτυξη ενός δικτύου λιανικής με το όνομά του στα πλαίσια μιας αγοράς που απαιτεί επώνυμο σήμα και το κέρδος μέσω της αύξησης των πωλήσεων λιανικής και των υποχρεώσεων.

Από την άλλη πλευρά, ο στόχος του δικαιοδόχου είναι να ενταχθεί κάτω από μια επιχειρηματική αλυσίδα, η οποία θα του προσφέρει την απαραίτητη τεχνογνωσία και υποστήριξη για να ξεκινήσει, αλλά και στη συνέχεια θα τον ενισχύσει τόσο συμβουλευτικά και διαφημιστικά, όσο και με ορθά επιλεγμένα και κοστολογημένα εμπορεύματα.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία: Ο Θεσμός Franchising, Σπουδαστές: Χρυσοβαλάντου, Χαιρέτη, 1997-1998, σελ.5

<sup>26</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

## 1.5 ΑΝΑΠΤΥΞΗ FRANCHISING – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE

### 1.5.1 ΑΝΑΠΤΥΞΗ FRANCHISE

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι συνθήκες ανάπτυξης είναι έντονες και σύνθετες και σε συνδυασμό με τις ραγδαίες επιχειρηματικές εξελίξεις, η προσπάθεια για δημιουργία νέας αλυσίδας λαμβάνει χώρα μέσα σε ιδιαίτερα έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Έτσι λοιπόν οποιαδήποτε επιχείρηση θέλει να είναι επιτυχημένη θα πρέπει να βασίζεται στον σωστό προγραμματισμό.

Είναι αναγκαίο λοιπόν, πριν από την εφαρμογή του franchising να γίνεται μελέτη και συγκέντρωση των παρακάτω στοιχείων:

- 1) Προσδιορισμός θέλησης και ικανότητας για ανάπτυξη Franchising.
- 2) Καθορισμός στόχου.
- 3) Πρώτος προϋπολογισμός.
- 4) Έρευνα αγοράς.
- 5) Μελέτη σκοπιμότητας.
- 6) Προετοιμασία.
- 7) Δοκιμή.
- 8) Προσέλκυση, αξιολόγηση.
- 9) Ξεκίνημα.
- 10) Συνεχής έλεγχος.<sup>27</sup>

Για να γίνει πράξη λοιπόν, η επιχειρηματική ιδέα, θα πρέπει, να ισχύουν τα παραπάνω. Όλα αυτά όμως απαιτούν κατάλληλη οργάνωση.

Η ορθή οργανωτική δομή, η ορθή επιλογή στελεχών και η διενέργεια εκπαιδευτικών προγραμμάτων με την κατάλληλη συχνότητα και ποιότητας στηρίζουν την οργάνωση του δικτύου όταν αφορούν τόσο στη μητρική εταιρεία, όσο και στις μονάδες λιανικής. Παράλληλα η οργανωτική δομή, με την ευρεία της έννοια, μεταλλάσσεται και αναδιαμορφώνεται συνεχώς, ανάλογα με την ανάπτυξη του δικτύου και τις αλλαγές στο σύγχρονο επιχειρηματικό σκηνικό.

<sup>27</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία: Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του franchising στην ελληνική αγορά, Σπουδαστές: Δημητριάδη, Θωμά, 2000, Σελ.31

Έτσι λοιπόν, για να αναπτυχθεί ένα σύστημα δικαιόχρησης, θα πρέπει πρώτα να αποφασισθεί το είδος, ο τόπος και το μέγεθος του franchising, δηλαδή να καθορισθεί ο στόχος προς τον οποίον θα κινηθεί η ανάπτυξη του franchising.

Επιπλέον και σε αντίθεση με άλλες επιχειρήσεις ο ανταγωνισμός δεν περιορίζεται στο προϊόν αλλά συμπεριλαμβάνει και το franchise. Θα πρέπει να ερευνηθεί, όσο καλά γίνεται και η ποιότητα και το κόστος των υπηρεσιών που προσφέρουν οι άλλοι franchisors στους franchisees τους.

Αναλύοντας τα στοιχεία από τη έρευνα αγοράς, θα πρέπει να είναι δυνατόν να προσδιορισθούν, η αγορά τόσο για το προϊόν όσο και για το πακέτο franchising που προσφέρεται και τα δικαιώματα που θα χρεωθούν οι franchisees.

Εκτός από το επίπεδο των δικαιωμάτων, θα πρέπει να προσδιορισθεί και ο τρόπος με τον οποίο θα αποκτηθούν όσο και οι τρόποι που θα γίνεται ο έλεγχος των franchisees ως προς αυτό το θέμα.

Υστερα θα πρέπει να αξιολογηθεί το σχέδιο του franchise και οικονομικά. Όπως έχει αποδείξει η ελληνική και η διεθνής πραγματικότητα, πρέπει να υπάρχει μια διαρκής υποστήριξη στους franchisees, τόσο σε θέματα οργάνωσης όσο και προώθησης του franchising.

Επίσης ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην λεπτομερή καταγραφή των εργασιών σε ένα εγχειρίδιο (**operations manuals**), το οποίο θα καθοδηγεί τους franchisees σε κάθε κίνηση τους και το οποίο θα αποτελεί τη βάση της συνεργασίας και τον οδηγό για την συμπεριφορά και των δυο πλευρών στην καθημερινή τους πράξη<sup>28</sup>.

Ακόμη η υποστήριξη του δικτύου σχεδόν σίγουρα θα αποκτήσει και την πρόσληψη νέου προσωπικού που θα αφιερωθεί στο σκοπό αυτό.

Επιπλέον εάν το προϊόν δεν είναι τυποποιημένο θα πρέπει να γίνει μια πολύ σοβαρή επένδυση για την τυποποίηση του. Ένα franchise στηρίζεται στην ύπαρξη ενός τυποποιημένου και καθιερωμένου προϊόντος, το οποίο αναγνωρίζεται από το όνομα του.

Επιπρόσθετα θα υπάρξουν κάποια σημαντικά αρχικά έξοδα για την κατάρτιση ενός συμβολαίου franchise από δικηγόρους που γνωρίζουν καλά το αντικείμενο.

<sup>28</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία: Franchising (Περιγραφή του θεσμού, εφαρμογές, πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα, κριτική-προβλέψεις, προτάσεις), Σπουδαστές: Χαραλαμπίδη, 1995, σελ.16

Για να αξιολογηθεί πλήρως η κερδοφορία του franchise ,θα χρειασθούν ακόμα τα στοιχεία ,που αφορούν το ετήσιο κόστος λειτουργίας και τα προβλεπόμενα ετήσια έσοδα του.

Με βάση αυτά τα στοιχεία ,μπορεί να προσδιορισθεί το κέρδος ,οι ανάγκες για χρηματοδότηση και σε τελική ανάλυση ,η βιωσιμότητα και η σκοπιμότητα της ανάπτυξης του franchise.

Όπως κάθε καλή εμπορική συνεργασία ,έτσι και η συνεργασία franchise βασίζεται στο αμοιβαίο όφελος. Συνεπώς η μελέτη βιωσιμότητας και σκοπιμότητας του franchise δεν θα ολοκληρωθεί εάν δεν συνυπάρχει και για τις δυο πλευρές όφελος.

Το επόμενο βήμα είναι η αρχική προετοιμασία .Ο franchisor οφείλει να διαμορφώσει το σύστημα οργάνωσης της αλυσίδας και να τυποποιήσει την τεχνογνωσία του, ώστε να προσφέρει στον franchisee επαρκή υποδομή ,στην οποία θα βασισθεί η αποτελεσματικότητα της κάθε μονάδας franchise.Παράλληλα, οφείλει να τον υποστηρίξει και να τον εκπαιδεύει συνεχώς. Περισσότερο συγκεκριμένα θα πρέπει να προσφέρει:

- Αρχικές πληροφορίες και εκπαίδευση για το concept της αλυσίδας.
- Πλήρη εγχειρίδια λειτουργίας, τα οποία περιγράφουν τον τρόπο διοίκησης, λειτουργίας και ελέγχου της κάθε μονάδας franchise.
- Συνεχή εκπαίδευση και υποστήριξη των franchisee μέσω νέων διαδικασιών, οι οποίες καθιερώνουν την αλυσίδα ανταγωνιστική.
- Παρακολούθηση της πορείας της αλυσίδας και έναρξη διορθωτικών και προληπτικών ενεργειών όπου χρειάζεται.
- Αποτελεσματικές προωθητικές ενέργειες σύμφωνα με το προκαθορισμένο και συνεχώς ανανεωμένο Marketing Plan.

Το σχεδιαζόμενο franchise θα πρέπει να δοκιμαστεί και μόνο αφού κριθεί επιτυχές, να εφαρμοσθεί σε περισσότερα από ένα ή δυο καταστήματα πιλότους. Με επιβεβαιωμένη την αποτελεσματικότητα του franchise, ο δότης θα μπορέσει να απευθυνθεί στον ευρύ επιχειρηματικό κόσμο και να προσελκύσει λήπτες.

Η αναζήτηση, εύρεση και επιλογή των κατάλληλων επιχειρηματιών-ληπτών, σύμφωνα με το πλάνο ανάπτυξης και τους στόχους μιας αλυσίδας αποτελεί ένα από τα κρίσιμα σημεία, τα οποία καθορίζουν την επιτυχημένη πορεία μιας αλυσίδας. Η επιλογή των franchisee θα πρέπει να γίνεται αφενός σύμφωνα με το πλάνο ανάπτυξης της αλυσίδας, αφετέρου αξιολογώντας τις ικανότητες τους, τον προσανατολισμό τους

προς το concept και την κατανόηση του, καθώς και την διάθεσή τους για συνεχή βελτίωση.

Επίσης πολύ σημαντικό κατά την διάρκεια της επιλογής, ο υποψήφιος λήπτης να γνωρίζει καλά τον δότη και ο δότης εκείνον. Γι' αυτό πρέπει ο μεν franchisor να επισκεφτεί και να συνομιλήσει με τους franchisee που υπάρχουν ήδη στην αλυσίδα, ο δε δότης να γνωρίζει καλά τον ίδιο και ίσως και το περιβάλλον του και την οικογένεια του.

Με τους κατάλληλους ανθρώπους το franchising μπορεί πλέον να ξεκινήσει. Είναι υποχρέωση και συμφέρον του franchisor να εκπαιδεύσει καλά τους franchisee, ώστε να ανταποκρίνεται στην εικόνα που θέλει να προβάλλει και να τους παράσχει υποστήριξη για μια παρατεταμένη περίοδο, ώστε να αντεπεξέλθουν με επιτυχία στα προβλήματα που τυχόν θα ανακύψουν.

Το αν το δίκτυο franchise θα λειτουργήσει αποδοτικά και θα αναπτύσσεται εξαρτάται από τον καλό έλεγχο του. Ένα δίκτυο franchise αφημένο στην τύχη του, στην καλύτερη περίπτωση θα μείνει στάσιμο. Στην χειρότερη, θα δημιουργήσει μεγάλα οικονομικά προβλήματα και προστριβές για τον δότη και τον λήπτη. Αντίθετα ένα δίκτυο που θα βρίσκεται υπό συνεχή έλεγχο και αξιολόγηση, που θα ανανεώνει τα προϊόντα και που θα βελτιώνει και αναπτύσσει τις σχέσεις μεταξύ των franchisees και της εταιρείας, δεν μπορεί παρά να ευδοκιμήσει.<sup>29</sup>

### 1.5.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE

Οι συνεχείς και ραγδαίες αλλαγές στην αγορά, η διαρκής συγκέντρωση όλο και μεγαλύτερων μεριδίων αγοράς σε μεγάλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται διεθνώς, καθιστούν την απόπειρα δημιουργίας μιας νέας ανεξάρτητης επιχείρησης, ιδιαίτερα επισφαλή προσπάθεια.

Η επιλογή ενός επιχειρηματία, να ενταχθεί σε μια αλυσίδα που αναπτύσσεται με το σύστημα franchising, αυξάνει σημαντικά και ουσιαστικά τις πιθανότητες επιτυχίας, παρέχοντας σημαντικά πλεονεκτήματα και προστασία.

Ο κατάλογος δυνητικών πλεονεκτημάτων που απολαμβάνει ένας franchisee μέσω του franchising είναι πράγματι εντυπωσιακός:

- Δοκιμασμένο προϊόν ή υπηρεσία

<sup>29</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία: ό.π., Σελ.18

- Μερίδιο αγοράς
- Καθιερωμένο και με υψηλή αναγνωρισιμότητα προϊόν
- Ολοκληρωμένο σύστημα εκπαίδευσης και συσσωρευμένη εμπειρία
- Συνεχή βοήθεια εκ μέρους του franchisor σε επίπεδο marketing και λειτουργίας
- Υποστήριξη σε θέματα αξιολόγησης και επιλογής σημείου εγκατάστασης της δραστηριότητας, προσωπικού ,εξοπλισμού.

Εντούτοις, η επιλογή δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση. Είναι πολλές φορές μια επιλογή ζωής και μάλιστα τα διλήμματα τίθενται σε δυο διαφορετικά επίπεδα:

1. Ποια επιλογή διασφαλίζει ένα σίγουρο και σταθερό εισόδημα και ταυτόχρονα αποφέρει μια συγκριτικά υψηλή απόδοση των κεφαλαίων που επενδύονται
2. Ποια επιλογή αξιοποιεί αποδοτικά και δημιουργικά τις ικανότητες και τις εμπειρίες του νέου franchisee καθώς και ποιο franchise ταιριάζει στις αξίες και την προσωπικότητά του.

Αν και τα κριτήρια επιλογής και αξιολόγησης ενός franchisor μπορεί να είναι πάρα πολλά, τα πιο σημαντικά είναι τα ακόλουθα.

Η εταιρεία franchising θα πρέπει οπωσδήποτε να έχει ως κύρια δραστηριότητα την παροχή ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών στους τελικούς καταναλωτές. Πρέπει να βεβαιωθεί ο νέος franchisee ότι το προϊόν που πουλάει είναι και το βασικό προϊόν του franchisor.

Επίσης θα πρέπει να έχει ως στρατηγική της τη συνεχή ανάπτυξη του συστήματος franchise. Ο λήπτης είναι απαραίτητο να διακρίνει ,ότι ο δότης έχει ως κύριο δίκτυο διανομής προϊόντων και υπηρεσιών την αλυσίδα franchise και όχι άλλα ανταγωνιστικά δίκτυα ή σημεία πώλησης.

Είναι απαραίτητο η οργάνωση μιας εταιρίας που αναπτύσσεται με το συγκεκριμένο σύστημα να έχει δομηθεί με βάση το μέλλον, να μην λύνει μόνο προβλήματα του παρόντος. Κάτι τέτοιο βέβαια είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί, ιδιαίτερα στην εκκίνηση μιας αλυσίδας, διότι υπάρχουν πειστικές ανάγκες που αντιβαίνουν ορισμένους κανόνες ανάπτυξης και γιατί τα πάντα προχωρούν με πολύ γρήγορο ρυθμό.

Η διαφορετική οργανωτική δομή χρειάζεται όταν υπάρχουν πέντε σημεία πώλησης, διαφορετική όταν υπάρχουν τριάντα και διαφορετική όταν υπάρχουν πενήντα. Όταν μάλιστα η ταχύτητα μετάβασης από τα πέντε στα τριάντα ή στα πενήντα σημεία πώλησης είναι μεγάλη, υπάρχει το πρόβλημα ότι ποτέ η όποια

οργανωτική δομή δεν μπορεί να είναι επαρκής και σταθερή. Εδώ περιλαμβάνεται και η ανθρώπινη υποδομή.

Κατά συνέπεια, η δυνατότητα προσαρμογής σε διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες, όχι απλά για να ανταποκρίνονται σε υφιστάμενες ανάγκες αλλά για να χτίζεις στέρεες βάσεις για τις ανάγκες που θα δημιουργηθούν στο μέλλον.

Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι σημαντικό, η ύπαρξη διαδικασιών προώθησης οι οποίες αποσκοπούν στην ανάπτυξη του δικτύου και στην ανάπτυξη των πωλήσεων.

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που απασχολούν την επιχείρηση franchise είναι να προσελκύσει το ενδιαφέρον επενδυτών-δικαιοδόχων. Να στηθεί το δίκτυο γρήγορα αλλά και σωστά. Αυτή η διαδικασία έχει μεγάλο κόστος προώθησης. Στο σημείο αυτό χρειάζεται έξυπνη και ουσιαστική δουλειά.

Επιπρόσθετα θα πρέπει να έχει αναπτύξει ισχυρές σχέσεις και δεσμούς με τους υφιστάμενους δικαιολήπτες, οι οποίοι αναγνωρίζουν την ουσιαστική και συνεχή συμβολή του δικαιοπαρόχου, στην επιτυχία της επένδυσής τους.

Τέλος είναι πολύ σημαντικό η επιχείρηση να διαθέτει και τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους. Όταν υπάρχει η δυνατότητα και η θέληση να γίνουν οι αναγκαίες δαπάνες κάθε φορά, με την έννοια της αρχικής επένδυσης, αλλά και της επένδυσης σοβαρού τμήματος των κερδών, τότε η ανάπτυξη γίνεται πιο εφικτή και πιο αποτελεσματική.<sup>30</sup>

### 1.5.3. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ FRANCHISE

Ο υποψήφιος δικαιολήπτης, στη διαδικασία επιλογής του συστήματος φρ που θα ενταχθεί, πρέπει να αξιολογήσει τα παρακάτω κριτήρια:

#### 1<sup>ο</sup> ΚΡΙΤΗΡΙΟ: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ FRANCHISOR.

Πόσο ισχυρό είναι το σύστημα δικαιόχρησης, εάν στηρίζεται σε εξειδικευμένη τεχνογνωσία και αν διασφαλίζεται στο μέλλον.

#### 2<sup>ο</sup> ΚΡΙΤΗΡΙΟ: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΘΕΣΗ ΤΟΥ FRANCHISOR.

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική δυνατότητα που διαθέτει ο δικαιοπάροχος η οποία διασφαλίζει σιγουριά και μακροχρόνια βιωσιμότητα.

<sup>30</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία: Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του franchising στην ελληνική αγορά, Σπουδαστές: Δημητριάδη, Θωμά, 2000, σελ.34

### 3<sup>ο</sup> ΚΡΙΤΗΡΙΟ:ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΑΝΗΚΟΥΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΤΟΝ FRANCHISOR.

Είναι σημαντικό ο δότης να διαθέτει ιδιόκτητα καταστήματα .Το γεγονός αυτό δηλώνει πίστη στο σύστημα, εφηρμοσμένη εμπειρία και συνεχή έλεγχο και αξιολόγηση.<sup>31</sup>

#### 1.5 ΤΟ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΟ ΣΥΣΤΑΤΙΚΟ ΜΙΑΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΣΥΝΤΑΓΗΣ FRANCHISE

Οι κυριότεροι λόγοι ένταξης ενός νέου ανεξάρτητου επενδυτή στην αλυσίδα ενός συστήματος franchising εστιάζονται στη δημιουργία μιας επιχειρηματικής μονάδας μειωμένου κινδύνου, με την χρήση και εκμετάλλευση:

- Ενός δοκιμασμένου και επιτυχημένου επιχειρηματικού συστήματος
- Ενός αναγνωρισμένου εμπορικού σήματος με μοναδικότητα, διαχρονικότητα και ανταγωνιστικότητα προϊόντων
- Πλάνου διαφήμισης και προωθητικών ενεργειών
- Οργανωτικής δομής , ικανής για την υποστήριξη και περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου καταστημάτων

Ακόμα και αν όλες οι παραπάνω προϋποθέσεις ισχύουν και παρέχονται από την εταιρεία του δικαιοπαρόχου δεν είναι ικανές να διασφαλίσουν την ασφαλή πορεία της επιχείρησης του συνεργάτη δικαιοδόχου εάν αυτός δεν είναι διατεθειμένος να συμμετέχει ενεργά στην καθημερινή διαχείριση και λειτουργία αυτής.

Γι αυτό λοιπόν, ο franchisee πρέπει να διακατέχεται από επιχειρηματικό πνεύμα , διάθεση και όρεξη για να αναπτύξει την επιχείρηση του, διορατικότητα και επιθυμία για την χρησιμοποίηση ενός ολοκληρωμένου συστήματος , πνεύμα συνεργασίας και διοικητικές ικανότητες.

Πολλές εταιρείες που αναπτύσσονται με το σύστημα franchise θέτουν ως απαραίτητη προϋπόθεση συνεργασίας, προσωπική ενασχόληση του στο κατάστημα. Άλλες επιτρέπουν την τοποθέτηση ενός μάνατζερ, ικανού να αντεπεξέλθει στις υψηλές απαιτήσεις αυτής της θέσεως.

<sup>31</sup> Βλ. [www.kpsnet.gr](http://www.kpsnet.gr)



Ανεξάρτητα από το ποιος απολαμβάνει τελικά τη διεύθυνση ενός καταστήματος franchise, η επιλογή μπορεί να είναι καταλυτική για την επιτυχή λειτουργία του. Ο διευθυντής πρέπει να συγκεντρώνει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και δεξιότητες όπως: αξιοπιστία, υπευθυνότητα, φιλοδοξία, ηγετικές ικανότητες, ομαδικότητα, αντικειμενικότητα, υψηλή αντίληψη, αναλυτική και συνθετική σκέψη, μεθοδικότητα, κοινωνικότητα.

Ειδικότερα πρέπει:

- να διαθέτει δημιουργικότητα, φαντασία, διάθεση για βελτίωση της εταιρείας του
- να έχει κύρος και ισχύ απέναντι στους υπαλλήλους, αλλά και στους πελάτες.
- Να αποτελεί την ψυχή του καταστήματος, να ελέγχει και να οργανώνει τα πάντα, να προωθεί όλες τις ενέργειες του καταστήματος
- Να αναπτύσσει και να αξιοποιεί τις ικανότητες του προσωπικού του
- Να επικοινωνεί άριστα με το προσωπικό του και τους πελάτες. Να διαθέτει ειλικρίνεια ευγένεια και διπλωματικότητα.
- Να προσπαθεί να μεταδώσει στους υπαλλήλους ομαδικό πνεύμα συνεργασίας
- Να δίνει αίσθηση ελευθερίας στο προσωπικό του και να ασχολείται με τα προβλήματα των υπαλλήλων.

Πριν την ανάληψη των καθηκόντων του, ο franchisee, εκπαιδεύεται εντατικά, θεωρητικά και πρακτικά, σε όλα τα τμήματα της εταιρείας. Επιπλέον εκπαιδεύεται σε θέματα διοίκησης και διαχείρισης του καταστήματος. Το έργο που καλείται ο λήπτης να εκπληρώνει καθημερινά είναι η γενική επιμέλεια του καταστήματος, ο συντονισμός και η οργάνωση του προσωπικού, η αντιμετώπιση κρίσεων, η παρακολούθηση του ανταγωνισμού και η εφαρμογή προωθητικών ενεργειών. Επιπλέον, είναι υπεύθυνος για θέματα οικονομικής διαχείρισης του καταστήματος και χειρισμού κρατικών φορέων που εμπλέκονται στην λειτουργία του καταστήματος.

Ο διευθυντής καθημερινά επιδιώκει την δημιουργία και την διατήρηση ενός δυναμικού περιβάλλοντος εργασίας στο οποίο οι εργαζόμενοι συνεργάζονται αποτελεσματικά, για την επίτευξη των στόχων της ομάδας και κατ' επέκταση της εταιρείας. Έτσι σε κάθε εταιρεία franchise πρέπει να υπάρχουν αντικειμενικοί στόχοι, προγραμματισμός, συντονισμός, τάξη στις εργασίες, ανάθεση αρμοδιοτήτων και έλεγχος.

**Οι αντικειμενικοί στόχοι** πρέπει να δηλώνουν συγκεκριμένα τι αναμένεται να επιτευχθεί από ένα άτομο ή μία ομάδα, στο τέλος μίας χρονικής περιόδου. Επιπλέον, πρέπει να αναθεωρούνται και να τροποποιούνται περιοδικά ώστε να είναι φιλόδοξοι, αλλά ταυτόχρονα ρεαλιστικοί και επίκαιροι.

Χρήσιμος θα ήταν ο προσδιορισμός αντικειμενικών στόχων σχετικός με την ποιότητα, την παραγωγικότητα, τα κόστη, την ανάπτυξη του προσωπικού, το κλίμα εργασίας στο κατάστημα, τα κέρδη και τις πωλήσεις.

Ο προγραμματισμός είναι η προσπάθεια κάθε επιτυχημένου manager να ελέγχει το μέλλον, εξετάζοντας:

- Πώς επιθυμεί να εξελιχθούν τα πράγματα στο κατάστημα;
- Τι θα συμβεί αν δεν ενεργοποιηθεί;
- Τι πρέπει να κάνει για να πετύχει τους στόχους της επιχείρησής του

Ο προγραμματισμός που πραγματοποιείται από το Διευθυντή ενός καταστήματος franchise μπορεί να αφορά τους επόμενους μήνες ή το επόμενο έτος και αναφέρεται στο χρονικό προσδιορισμό των ενεργειών που απαιτούνται, για την επίτευξη των αντικειμενικών στόχων που έχουμε θέσει.

**Ο συντονισμός** καλείται να απαντήσει σε προβλήματα όπως τα παρακάτω:

- i. Πώς θα οργανωθεί η δουλειά, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι που επιλέγηκαν;
- ii. Πώς θα επιλεγούν, εκπαιδευτούν τα άτομα;
- iii. Πώς θα εξασφαλιστούν οι κατάλληλες συνθήκες εργασίας που θα επιτρέψουν στον εργαζόμενο να διατηρήσει υψηλή αποδοτικότητα;

**Τάξη στις εργασίες** σημαίνει θέσπιση προτεραιοτήτων στην εκτέλεση των εργασιών και σωστή εφαρμογή των σταδίων της εκτέλεσής τους.

Αφού καθοριστούν οι στόχοι και γίνουν κατανοητοί και κοινά αποδεκτοί από τα μέλη της ομάδας και ολοκληρωθεί ο συντονισμός των δραστηριοτήτων, απαιτείται η ανάθεση αρμοδιοτήτων. Το έργο επιμερίζεται και κάθε εργαζόμενος αναλαμβάνει συγκεκριμένη δραστηριότητα.

Σκοπός και φιλοσοφία, όλων των μελών που απαρτίζουν την ομάδα έργου, είναι να λειτουργούν κατά τρόπο που να διασφαλίζει το βέλτιστο επιθυμητό αποτέλεσμα, στους προκαθορισμένους χρόνους. Δηλαδή να λειτουργούν, στο μέγιστο βαθμό ικανότητάς τους, με ευσυνειδησία και αίσθημα ευθύνης, κτλ.

Συχνά παρατηρείται σε Διευθυντικά στελέχη το φαινόμενο του συγκεντρωτισμού αρμοδιοτήτων. Συνήθεις λόγοι για αυτό είναι η αμφιβολία για την επιτυχία του αποτελέσματος, η έλλειψη χρόνου για εκπαίδευση και επιτήρηση εκτέλεσης ή η βεβαιότητα ότι μόνο εκείνοι μπορούν να εκτελέσουν το έργο.

Έτσι λοιπόν η ανάθεση έργου πρέπει να συνοδεύεται από σχετική παραχώρηση εξουσίας, προκειμένου να υπάρχει δικαιοδοσία του υφισταμένου, για την εκτέλεση του έργου.

Σε όλη αυτή την διαδικασία καθημερινής αλληλεπίδρασης με το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, ο υπεύθυνος του καταστήματος βρίσκεται αντιμέτωπος με καταστάσεις ή προβλήματα, που απαιτούν την άμεση επίλυση και την λήψη, συχνά σοβαρών αποφάσεων. Η διαδικασία λήψης αποφάσεων πρέπει να έχει ως γνώμονα, την αντιμετώπιση των προβλημάτων εν τη γενέσει τους, ακολουθώντας μια σειρά βημάτων και εργαλείων με σκοπό το βέλτιστο αποτέλεσμα.

Η ενεργή συμμετοχή του franchisee ή του εξουσιοδοτημένου στελέχους στην λειτουργία του καταστήματος, καθώς και η ορθή εφαρμογή των μεθόδων του management μπορούν να συμβάλουν δραστικά, στον έλεγχο του λειτουργικού κόστους, στην αύξηση της παραγωγικότητας και του τζίρου, και στην παροχή υψηλού επιπέδου προϊόντων και υπηρεσιών

Η αναγκαιότητα των ανωτέρω παραμέτρων, είναι ιδιαίτερα εμφανής και απαιτητή, σε επιχειρήσεις όπου ο ανθρώπινος παράγοντας παρεμβάλλεται έντονα, στην παραγωγή και παροχή του τελικού προϊόντος προς τον καταναλωτή – πελάτη, πχ. Καταστήματα εστίασης ή παροχής υπηρεσιών.

Περιστασιακό management, έλλειψη ενδιαφέροντος και ανεπαρκής παρουσία, οδηγούν με βεβαιότητα στην μείωση των κερδών, σε οικονομικές ζημιές, σε δυσαρεστημένους πελάτες και σε πολλά άλλα προβλήματα, τα οποία έχουν ως αποτέλεσμα το κλείσιμο της επιχείρησης<sup>32</sup>.

## 1.6 ΛΟΓΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Τα συμπεράσματα που βγαίνουν από την καθημερινή ενασχόληση με το θεσμό του franchising βοήθησαν πολύ στην καταγραφή των σπουδαιότερων λόγων

<sup>32</sup> Βλ. [www.icap.gr](http://www.icap.gr)

αποτυχίας και των προβλημάτων που μπορεί να αντιμετωπίσει κάποιος franchisor. Συγχρόνως όμως, η λίστα αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει και πολύτιμη βοήθεια για τον κάθε υποψήφιο δικαιούχο, αφού είναι πλέον εύκολο να μπορέσει κανείς να αναγνωρίσει τα αδύνατα σημεία κάθε αλυσίδας.

Κάποια από τα κρίσιμα σημεία παρατίθενται κατά σειρά σπουδαιότητας:

α) Έλλειψη αποτελεσματικού ελέγχου της αλυσίδας.

Εδώ αναφερόμαστε στην έλλειψη ικανότητας αποτελεσματικού ελέγχου της λειτουργίας ενός δικτύου με τη βοήθεια ενός εξειδικευμένου τμήματος υποστήριξης δικαιούχων. Είναι γεγονός, ότι οι περισσότερες αλυσίδες αποτυγχάνουν, όχι γιατί δεν είναι βιώσιμες, αλλά επειδή δεν έχουν προβλέψει την ύπαρξη μιας υποδομής υποστήριξης.

β) Δυσκολία προσέλκυσης δικαιούχων.

Πολλές αλυσίδες δεν αναπτύσσονται με τον ρυθμό που θα ήθελαν, επειδή δεν απευθύνονται σε κάποια εταιρεία συμβούλων ανάπτυξης των επιχειρήσεων, που θα τους βοηθούσε στην ανάπτυξη τους με την εξεύρεση των κατάλληλων δικαιούχων.

γ) Λάθος επιλογή συμβούλου δικαιόχρησης.

Η εσφαλμένη επιλογή συμβούλου δικαιόχρησης, μπορεί να οδηγήσει σε αργή ανάπτυξη, ελλιπής οργάνωση και αδυναμία ελέγχου της αλυσίδας. Η όποια επιλογή δεν θα πρέπει να είναι επιφανειακή, αλλά να συνυπολογίζει πολλούς παράγοντες, όπως πρότερη εμπειρία, πραγματικό πελατολόγιο και επίτευξη αποτελεσμάτων.

δ) Ελλιπής ή χαμηλής ποιότητας φάκελος προσφοράς.

Και εδώ η συμβολή του συμβούλου είναι αποφασιστικής σημασίας, αφού είναι ο πλέον κατάλληλος, μέσα από την εμπειρία του, να δομήσει για λογαριασμό της κάθε αλυσίδας, τον κατάλληλο φάκελο προσφοράς.

ε) Αδυναμία προσφοράς κατάλληλης και αποτελεσματικής υποστήριξης.

Ακόμα και να υπάρχει εξειδικευμένο τμήμα υποστήριξης, αυτό θα πρέπει να στελεχώνεται από άξια στελέχη με προϋπηρεσία στο χώρο δικαιόχρησης, ώστε να προλαμβάνονται τα οποιαδήποτε προβλήματα λειτουργίας.

ζ) Μη επιβεβαίωση του concept (επιχειρηματικής ιδέας/προϊόντος) στη πράξη.

Πολλές είναι οι αλυσίδες, που βασίζονται σε μια καλή ιδέα και πιστεύουν ότι μπορούν να αναπτύξουν ένα δίκτυο, χωρίς να έχουν δοκιμάσει στη πράξη την επιχειρηματική αυτή ιδέα, αλλά και τον τρόπο λειτουργίας της εκάστοτε μονάδας, τον τρόπο υποστήριξης, κτλ. Έτσι πολλές φορές ο δικαιούχος δεν περνάει από τη

φάση δημιουργίας ενός πιλοτικού καταστήματος, στο οποίο θα επιβεβαιωθεί η όλη επιχειρηματική ιδέα.

η) Το πιλοτικό δεν ήταν κερδοφόρο.

Άλλες πάλι φορές, αν και το πιλοτικό κατάστημα δεν λειτουργεί κερδοφόρα, ο δικαιούχος δεν το λαμβάνει σοβαρά υπόψη του, ώστε να προβεί σε διορθωτικές κινήσεις, και αποφασίζει να προχωρήσει στην ανάπτυξη της αλυσίδας, πριν αυτή ωριμάσει.

θ) Δεν υπάρχει σύστημα επικοινωνίας με τους δικαιούχους.

Αυτό σημαίνει ότι ο δικαιούχος δεν έχει άμεση επαφή με την επιχειρηματική πραγματικότητα της εκάστοτε αγοράς και δεν μπορεί να βοηθήσει το δίκτυο του.

ι) Τα εγχειρίδια του δικαιούχου είναι πολύπλοκα ή ελλιπή.

Και αυτό τις περισσότερες φορές είναι αποτέλεσμα της έλλειψης εμπειρίας του συμβούλου.

κ) Ακατάλληλα κριτήρια ή απουσία συστήματος αξιολόγησης τοποθεσίας επαγγελματικής στέγης.

Πολλές φορές παραβλέπεται η σπουδαιότητα της τοποθεσίας προκειμένου να αναπτυχθεί γρήγορα ένα δίκτυο. Πολλές σοβαρές αλυσίδες θεωρούν το σημείο αυτό το σπουδαιότερο και δίνουν μεγαλύτερη σημασία.

λ) Αδυναμία συναγωνισμού άλλων αλυσίδων.

Ο δικαιούχος δεν θα πρέπει να δημιουργήσει άλλη μια αλυσίδα σε ένα χώρο ή κλάδο ο οποίος είναι ήδη κορεσμένος.<sup>33</sup>

## 1.7 ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΣΤΟ FRANCHISING

Στην Ελλάδα, το franchising παρουσίασε εντυπωσιακό ρυθμό ανάπτυξης την δεκαετία του 1990. Η πλειοψηφία των franchisors ξεκίνησε την ανάπτυξη με franchising μετά το 1990, ενώ την τελευταία τριετία (1998/2001), με βάση τα στοιχεία πρόσφατης έρευνας της, παρατηρείται αύξηση του αριθμού των ενεργών franchisors κατά 23%. Ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης των δικτύων το ίδιο χρονικό διάστημα ήταν της τάξεως του 25% και προβλέπεται να συνεχισθεί στο άμεσο

<sup>33</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

μέλλον. Αν σκεφτεί κανείς, ότι το ποσοστό του franchising στο σύνολο των λιανικών πωλήσεων στις ΗΠΑ εκτιμάται σε 50% το 2002, σε σχέση με 40% το 1995, διαπιστώνουμε ότι τα περιθώρια ανάπτυξης στην Ελλάδα είναι σημαντικά.

Η κα Μαρία Βιγλάκη, υπεύθυνη του τμήματος Franchise της ICAP τονίζει ότι: << σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, όπως αυτή που διανύουμε σήμερα, το franchising μπορεί να αποτελέσει μια συμφέρουσα επενδυτική επιλογή. Και αυτό, διότι:

- Το franchising αποτελεί ένα επιχειρηματικό μοντέλο, του οποίου ο αρχικός στόχος είναι η ελαχιστοποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου. Το να ξεκινά κάποιος μόνος του μια νέα επιχείρηση παρουσιάζει υψηλό βαθμό κινδύνου. Έρευνες από την διεθνή αγορά αναφέρουν ότι πάνω από το 90% των νέων επιχειρήσεων αποτυγχάνουν στα πρώτα τρία μόλις έτη λειτουργίας τους. Όπως διαπιστώνεται από την έρευνα, ο δείκτης σταθερότητας των franchise καταστημάτων, δηλαδή τα καταστήματα franchise που έκλεισαν ή επαναγοράστηκαν από τον Franchisor την τελευταία τριετία, προς το σύνολο των καταστημάτων franchise, κυμάνθηκε μεταξύ 1%-2,3%.
- Το franchising βασίζεται στην αρχή ότι ο franchisee ακολουθεί ένα δοκιμασμένο πρότυπο λειτουργίας το οποίο έχει αναπτύξει επιτυχώς ο franchisor. Στο σημείο αυτό, πρέπει να επισημανθεί ότι η νομική παθολογία μέχρι σήμερα δείχνει ότι ο θεσμός στην Ελλάδα αντιμετωπίστηκε από αρκετές επιχειρήσεις μάλλον ως ένας γρήγορος και εύκολος τρόπος επέκτασης, παρά ως μέθοδος περαιτέρω ανάπτυξης μιας ήδη επιτυχημένης επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Ο franchisee απολαμβάνει όλα τα οφέλη μιας επιτυχημένης επιχείρησης (εμπορικό σήμα, τεχνογνωσία, εξασφαλισμένο προϊόν, πρότυπα λειτουργίας, εκπαίδευση), ενώ τα κόστη διαφήμισης και προώθησης περιορίζονται, καθώς επιμερίζονται σε όλα τα μέλη του δικτύου.

Για να διασφαλιστεί η επιτυχία μιας επιχείρησης franchise, οι υποψήφιοι franchisees θα πρέπει να επιλέξουν το σωστό σύστημα franchise. Το κλειδί της επιτυχίας είναι: "investigate before invest" (ερευνήστε πριν επενδύσετε). Πριν την τελική επιλογή, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η σε βάθος έρευνα των επιχειρήσεων, τις οποίες επιλέγει κάποιος για να επενδύσει καθώς και στα καταστήματα του δικτύου.

Βασικοί παράγοντες επιτυχίας είναι η αναγνωρισιμότητα του δικτύου, η μοναδικότητα του επιχειρηματικού συστήματος, το δοκιμασμένο και επιτυχημένο προϊόν, η επιτυχημένη λειτουργία των καταστημάτων του δικτύου, η οποία αποδεικνύεται από τα οικονομικά τους αποτελέσματα, η ικανοποίηση των υφιστάμενων franchisees του δικτύου και η πλήρης τοποποίηση του συστήματος (εκπαίδευση, υποστήριξη, manuals). Η ανάπτυξη του franchising στο μέλλον διεθνώς, θεωρείται βέβαιη. Νέα franchise concepts θα αναδεικνύονται και παράλληλα οι υφιστάμενες επιχειρήσεις franchise θα αναπτύσσονται. Εάν οι ελληνικές επιχειρήσεις ακολουθήσουν τα διεθνή πρότυπα επιτυχίας, αντιμετωπίσουν δηλαδή τον θεσμό με μεγαλύτερη σοβαρότητα και σωστή προετοιμασία, με γνώμονα τη σχέση «win-win» και για τις δύο πλευρές, τότε το franchising θα αποτελέσει το όχημα της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.>>

## 1.9 ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ FRANCHISING

Η ανάπτυξη ενός δικτύου με τη μέθοδο του franchising δίνει ένα διαφορετικό μοντέλο στο σύστημα ιεραρχίας. Υπάρχουν 4 ξεχωριστά σκαλοπάτια. Στο πιο ψηλό σκαλοπάτι βρίσκεται ο franchisor (η μητρική εταιρεία, ο διευθυντής του δικτύου). Στο αμέσως επόμενο σκαλοπάτι συναντάμε τα ανώτατα στελέχη διοίκησης (area managers, επιτελικά γραφεία) που είναι υπεύθυνοι ο κάθε ένας για ένα κομμάτι του δικτύου. Αμέσως μετά στο τρίτο σκαλοπάτι συναντάμε τον ίδιο τον κορμό του δικτύου: τους franchisees. Οι ίδιοι είναι επιχειρηματίες και η επιχείρησή τους αποτελεί ξεχωριστή οντότητα ενταγμένη όμως σε ένα ευρύτερο σύστημα οικονομικού αλλά και «πολιτικού» χαρακτήρα. Στο τέταρτο σκαλοπάτι συναντούμε το προσωπικό που εργάζεται στο εκάστοτε κατάστημα franchise.

### 1.Οι άνθρωποι

Ο διευθυντής ή δικαιούχος. Ξεκινώντας την προσπάθεια να αναπτυχθεί μέσω franchising συνεργάζεται με έναν σύμβουλο, ο οποίος αφενός τον προετοιμάζει, αφετέρου τον υποστηρίζει και τον καθοδηγεί στα πρώτα βήματά του. Ο ίδιος ο δικαιούχος είναι κοντά στους πρώτους franchisees, καθώς είναι αυτός που ξέρει καλύτερα από όλους να πουλά, να ενημερώνει, να αξιολογεί ανθρώπους και καταστήματα. Και όπου δεν τα καταφέρνει, υπάρχει και ο σύμβουλος. Βέβαια

,επειδή ο σύμβουλος κοστίζει και επειδή όλοι οι επιχειρηματίες σκέφτονται πολύ το κόστος τους, καταφεύγουν στην αντιγραφή, είτε από διάφορα εγχειρίδια, είτε από συμβάσεις. Αφού ο δότης επιτύχει τον σκοπό του, δηλαδή αφού δημιουργήσει ένα σχετικά εύρωστο δίκτυο, <αφήνει> τον σύμβουλό του, είτε επειδή κοστίζει, είτε επειδή έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει ένα καλύτερα ελεγχόμενο τμήμα ανάπτυξης, είτε επειδή ο σύμβουλος τελικά ,δεν απέδωσε όσο θα έπρεπε.

Ο σύμβουλος. Πρέπει να τονιστεί ότι ο ρόλος των συμβούλων μιας επιχείρησης franchising ,είναι καταλυτικός τόσο στην αρχή της ανάπτυξης, όσο και στη συνέχεια. Αρκεί να έχουν ικανότητες, υποδομές και να είναι ειλικρινής.

Ο υπάλληλος δεν έχει πολύ λεπτομερείς γνώσεις για το franchising απλά έχει αποκτήσει τεχνογνωσία και την προσφέρει. Αρκεί να δουλεύει κάπου που να διασφαλίζονται και οι προϋποθέσεις για να επιδείξει έργο. Εάν η μητρική εταιρεία υποστηρίζει το δίκτυο της ουσιαστικά και με μακροπρόθεσμη στρατηγική, τότε ο υπάλληλος είναι στέλεχος πρώτης γραμμής και τάξεως. Άρα θα πρέπει να αμείβεται, διαφορετικά σκέφτεται να αποχωρήσει για κάπου καλύτερα. Πολλοί δεν έχουν προσπαθήσει να κάνουν κάτι δικό τους, δηλαδή να γίνουν σύμβουλοι. Με μια διαφορά, το να είσαι στέλεχος σημαίνει το να <πουλάς> κυρίως σε δικαιοδόχους. Το να είσαι σύμβουλος σημαίνει να πουλάς σε όλους, επιχειρηματίες, δικαιοδόχους, μέσα, προσωπικό, προμηθευτές.<sup>34</sup>

## 2.Η αγορά

Έχει παρατηρηθεί μια γενικότερη κρίση στην αγορά εργασίας. Σχεδόν όλες οι εταιρείες βρίσκονται σε οικονομική ύφεση ή και κρίση και είναι συνηθισμένο φαινόμενο οι πτώσεις τζίρου. Μερικές σχετικά μεγάλες εταιρείες, στο πλαίσιο της γενικότερης πολιτικής down sizing, έχουν μικρύνει το τμήμα ανάπτυξης, μη ανανεώνοντας τις θέσεις των στελεχών που αποχώρησαν για κάποιο λόγο ή τους αντικαθιστούν με στελέχη χαμηλότερης μισθολογικής κλάσης. Υπάρχουν βέβαια και εξαιρέσεις, οι οποίες επιβεβαιώνουν τον κανόνα.

Αποτέλεσμα λοιπόν, των προσπαθειών για περικοπή κόστους, είναι η συμπίεση των αμοιβών και των τμημάτων ανάπτυξης.

Επιπλέον μια κατάσταση, η οποία έχει αποδυναμώσει την ζήτηση των στελεχών franchise, καθώς και τις αμοιβές τους είναι ο ρόλος των franchise brokers, οι οποίοι αναλαμβάνουν την εύρεση, αξιολόγηση και επιλογή υποψήφιων

<sup>34</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)



δικαιοδόχων, καθώς και καταστημάτων. Αρκετοί από τους brokers δρουν αποτελεσματικά και συνεργάζονται κυρίως με μικρές επιχειρήσεις γιατί ο τρόπος πληρωμής τους είναι άμεσα συνδεδεμένος με την αποτελεσματικότητά τους.<sup>35</sup>

### 3. Οι ικανότητες

Ο άνθρωπος που ασχολείται με την ανάπτυξη μέσω franchise, οφείλει να ξέρει την αγορά και τις τάσεις της, οφείλει να γνωρίζει περί marketing, οικονομικών, ποιότητας και όχι μόνο. Πρέπει να έχει χάρισμα επικοινωνίας και ικανότητες αξιολόγησης ανθρώπων και καταστημάτων. Οφείλει να διαχειρίζεται πολύ καλά τον χρόνο του και τον χρόνο των άλλων. Θα πρέπει να έχει και διοικητικές ικανότητες.

Με λίγα λόγια θα πρέπει να είναι πολύ ικανός και να μπορεί να αντεπεξέλθει, ίσως, και στις απαιτήσεις της θέσης της γενικής διεύθυνσης μιας εταιρείας.

Το συμπέρασμα είναι ότι ελάχιστα άτομα έχουν τέτοιες ικανότητες ώστε να μπορούν οι δικαιοπάροχοι να τις απαιτούν και να τις δημιουργούν<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

<sup>36</sup> Βλ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING

#### 2.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Οι κατηγορίες του franchising διαχωρίζονται μεταξύ τους, βάση κριτηρίων, που κάνουν την κάθε κατηγορία ξεχωριστή. Τα κριτήρια αυτά είναι τα εξής:

Α. Ο τομέας της ασκούμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Με βάση το κριτήριο αυτό διακρίνουμε το Franchising Διανομής ή Προϊόντων, το Franchising Υπηρεσιών, το Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικό και το Μεικτό Franchising.

Β. Στον τρόπο της επιχειρηματικής συνεργασίας μεταξύ των μερών της σύμβασης Franchising. Με βάση αυτό το κριτήριο διακρίνουμε το Χρηματοδοτικό ή Διαχειριστικό Franchising, το Μερικό Franchising ή Franchising Corner, το Συνεταιριστικό Franchising, το Franchising Συνδυασμού, το Franchising Μετατροπής, το Πολλαπλό Franchising και το Franchising Περισσότερων Επωνυμιών ή Σημάτων.

Γ. Στον βαθμό του ελέγχου που ασκεί ο δότης στους λήπτες του δικτύου του και στο μέγεθος της εξάρτησης των ληπτών από αυτόν. Το συγκεκριμένο κριτήριο διάκρισης, με βάση το οποίο διακρίνεται στο Franchising Υπαγωγής και το Franchising Ισότητας Συνεργασίας, έχει διατυπώσει ο Martinek και αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την από νομική άποψη διερεύνηση της σύμβασης.<sup>37</sup>

##### 2.1.1 FRANCHISING ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Στο Franchising διανομής ο δικαιοδόχος περιορίζεται στο να πωλεί εκμεταλλεζόμενος το franchise σε τελικούς καταναλωτές (λιανικά) ορισμένα προϊόντα μέσα σε κατάστημα που φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου. Τα ίδια τα προϊόντα δεν είναι απαραίτητο να φέρουν το σήμα του δικαιοπαρόχου χωρίς όμως να αποκλείεται αυτό.

Σύμφωνα με την πιο συνηθισμένη μορφή εμφάνισης του franchising στις συναλλαγές, ο δικαιοπάροχος είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, ο οποίος με την εν λόγω συνεργασία αποβλέπει στην ίδρυση ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής του

<sup>37</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, 2002, Σελ.41

προϊόντος που παράγει ή εμπορεύεται. Ως προϊόν νοείται εδώ όχι μόνο το εμπόρευμα με υλική υπόσταση, αλλά και η παροχή υπηρεσιών ιδίως στον τομέα της γαστρονομίας, των ξενοδοχείων, του καθαρισμού και της περιποίησης κτιρίων, αυτοκινήτων κ.α. . Στις περιπτώσεις αυτές πρόκειται κατ' εξοχήν για το λεγόμενο Franchising διανομής, το οποίο – ανάλογα με το προϊόν, στο οποίο αναφέρεται το αντικείμενο της συνεργασίας Franchising – χαρακτηρίζεται ως Franchising διανομής εμπορευμάτων ή υπηρεσιών. Σπανιότερα συναντάται και το λεγόμενο παραγωγικό ή βιομηχανικό Franchising. Η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising αφορά εδώ όχι τη διανομή αλλά κυρίως την παραγωγή ή μεταποίηση ενός προϊόντος σύμφωνα με τη μέθοδο παραγωγής, την οποία εφαρμόζει ο δότης.

Στη χώρα μας οι γνωστότερες περιπτώσεις Franchising διανομής είναι εκείνες των επιχειρήσεων Goody's, Mc Donald's, Neoset, Germanos, Computerland, Futurekids κ.α. . Από την άλλη μεριά στον χώρο του βιομηχανικού ή παραγωγικού Franchising γνωστές είναι οι περιπτώσεις εμφιάλωσης και πώλησης μη αλκοολούχων ποτών όπως Coca Cola, Seven Up, Fanta κ.α.<sup>38</sup>.

### 2.1.2 FRANCHISING ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στο Franchising υπηρεσιών, ο δικαιούχος παρέχει υπηρεσίες υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία ή ακόμα και το σήμα του δικαιούχου σύμφωνα με τις οδηγίες που παίρνει από τον τελευταίο.

Το Franchising υπηρεσιών βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη εδώ και μερικά χρόνια, προς το παρόν πάντως δεν αντιπροσωπεύει παρά μόνο 20% του συνολικού κύκλου εργασιών των συστημάτων Franchising στη Δυτική Ευρώπη. Πολλοί θεωρούν ότι η κατηγορία αυτή αποτελεί «την πιο πρωτότυπη και αυθεντική εφαρμογή των αρχών του Franchising» γιατί δεν περιλαμβάνει πώληση προϊόντων. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του Franchising υπηρεσιών είναι: τα εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης, ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου, ενοικιάσεις ή επισκευές αυτοκινήτων, γραφεία συνοικισίων, μαθήματα ξένων γλωσσών, φροντιστήρια, καθαριστήρια, ταξιδιωτικά γραφεία κ.λ.π.

<sup>38</sup> Βλ. Γιαννακάκης Σωτ., Νομικό καθεστώς και πρακτική της σύμβασης δικαιόχρησης (franchising) στην Ελλάδα, ΔΕΕ 1997

Ειδικά στην περίπτωση του Franchising υπηρεσιών είναι δυνατόν οι υπηρεσίες να μην παρέχονται μόνο στο κατάστημα αλλά και εκτός καταστήματος. Πρόκειται για το λεγόμενο «κινητό franchising» (mobile franchising). Για τις περιπτώσεις αυτές ο Κανονισμός 4087/1988 της ΕΟΚ περιέχει ειδική πρόβλεψη για τα “μέσα μεταφοράς που καθορίζονται στη σύμβαση” και τα οποία πρέπει να πληρούν, όπως και οι χώροι που καθορίζονται στη σύμβαση, τις προδιαγραφές του δικαιοπαρόχου ως προς την εμφάνιση, τον εξοπλισμό κ.λ.π.<sup>39</sup>

### **2.1.3 FRANCHISING ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ FRANCHISING**

Στη μορφή αυτή του franchising ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα σύμφωνα με τις οδηγίες του και να τα πωλεί με το σήμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται στην πραγματικότητα για μια ιδιαίτερη μορφή εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας (ή διπλώματος ευρεσιτεχνίας) και σήματος.

Ο λόγος που συνήθως οδηγεί στη σύναψη μιας συμφωνίας franchising παραγωγής είναι ότι ο δικαιοπάροχος επιδιώκει να αποφύγει όσο είναι δυνατόν τη μεταφορά των προϊόντων του στον τόπο τελικής διάθεσης είτε για λόγους οικονομικούς (έξοδα μεταφοράς) είτε για λόγους που σχετίζονται με τη φύση του προϊόντος π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης ή απώλειας της φρεσκάδας των προϊόντων<sup>40</sup>.

### **2.1.4 ΜΕΙΚΤΟ FRANCHISING**

Το μεικτό franchising υπάρχει όταν κάποια συμφωνία περιέχει στοιχεία franchising διανομής και franchising υπηρεσιών, δηλαδή συνδυάζει πώληση προϊόντων με παροχή σχετικών υπηρεσιών. Ως παραδείγματα αυτής της μορφής franchising μπορούν να αναφερθούν η πώληση αυτοκινήτων που συνδυάζονται με συντήρηση και επισκευή τους ,η διδασκαλία ξένων γλωσσών που συνδυάζεται με πώληση βιβλίων και οπτικοακουστικών μέσων.

---

<sup>39</sup> Βλ. Γιαννακάκης Σωτ., ό.π.

<sup>40</sup> Βλ. Γιαννακάκης Σωτ., ό.π.

Είναι επίσης δυνατή η ύπαρξη μικτών μορφών franchising που περιέχουν στοιχεία όλων των κατηγοριών franchising, δηλαδή διανομής, υπηρεσιών και παραγωγής. Τέτοιες είναι συνήθως οι συμβάσεις franchising που σχετίζονται με τον τομέα της γαστρονομίας <sup>41</sup>.

### **2.1.5 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΟ FRANCHISING**

Σε αυτόν τον τύπο του Franchising που απαντάται κυρίως στον ξενοδοχειακό τομέα και σε αυτόν της εστίασης ο δότης είναι κεφαλαιούχος ο οποίος χρηματοδοτεί τον λήπτη και του αναθέτει εξ ολοκλήρου τη διαχείριση μιας συγκεκριμένης επιχείρησης Franchising του δικτύου. Έτσι ο τύπος αυτός του Franchising αποκτά την μορφή ενός χρηματοδοτικού προϊόντος δίνοντας τη δυνατότητα αφενός μεν σε κεφαλαιούχους που θέλουν να επενδύσουν στον τομέα του Franchising ,αλλά δεν επιθυμούν να ασχοληθούν με την διαχείριση, να εισέλθουν σε αυτόν τον χώρο, αφετέρου δε σε υποψήφιους λήπτες οι οποίοι στερούνται κεφαλαίων αλλά είναι πρόθυμοι και ικανοί να αναλάβουν τη διαχείριση μιας επιχείρησης να αποτελέσουν μέλη ενός δικτύου Franchising.

Ο επενδυτής μπορεί επίσης να είναι απλώς ιδιοκτήτης κάποιου συγκεκριμένου καταστήματος ενός δικτύου Franchising του οποίου τη διαχείριση αναθέτει σε κάποιον τρίτο. Μπορεί ακόμη να είναι ο ίδιος ο λήπτης που αναθέτει τη διαχείριση σε κάποιον υπάλληλο είτε δικό του είτε του δότη.

Βέβαια αυτή η μορφή του χρηματοδοτικού Franchising παρουσιάζει το σημαντικότερο μειονέκτημα ότι η επιτυχία του εξαρτάται εξ ολοκλήρου από τις διαχειριστικές ικανότητες του λήπτη ή κάποιου τρίτου προσώπου <sup>42</sup>.

### **2.1.6 ΜΕΡΙΚΟ FRANCHISING Η FRANCHISING CORNER Η STAND**

Η μορφή αυτή Franchising συνίσταται στην χρησιμοποίηση από τον δότη ενός συγκεκριμένου χώρου κάποιου καταστήματος τρίτου προσώπου, το οποίο δεν ανήκει σε κανένα δίκτυο Franchising ,για τη διάθεση μέσα από αυτό των προϊόντων της επιχείρησης του Franchising σύμφωνα με την δική του μέθοδο πωλήσεων. Στο

<sup>41</sup> Βλ. Γιαννακάκης Σωτ., ό.π.

<sup>42</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.43

παραπάνω κατάσταση συνήθως παραχωρούνται ιδιαίτεροι χώροι, εννοείται με βάση κάποια συγκεκριμένη συμφωνία μεταξύ του ιδιοκτήτη και των διάφορων δοτών, σε ποικίλες επιχειρήσεις Franchising για την πώληση των προϊόντων τους. Πρόκειται για την λεγόμενη τεχνική του “shop in the shop”.

Αυτή η μέθοδος ανταποκρίνεται στην ιδέα της συγκέντρωσης πολλών διαφορετικών επώνυμων Franchise, συνήθως της αυτής κατηγορίας (π.χ. ένδυση), στον ίδιο χώρο, γεγονός που και για τους επιχειρηματίες-δότες είναι επωφελές, δεδομένου ότι τους δίνεται η δυνατότητα να ανοίξουν πολλά μικρά καταστήματα με μειωμένο κόστος, αλλά και για τους καταναλωτές, οι οποίοι επισκεπτόμενοι μόνο ένα κατάστημα μπορούν να επιλέξουν για τις αγορές τους μεταξύ πολλών διαφορετικών επώνυμων προϊόντων. Για κάποιους επιχειρηματικούς τομείς, κυρίως για την ένδυση, ο τρόπος αυτός μπορεί να αποτελέσει έναν εξαιρετικό μοχλό ανάπτυξης.

Πάντως υποστηρίζεται ότι αυτή η συγκεκριμένη μορφή Franchising δεν ανταποκρίνεται

Στο αυθεντικό Franchising, καθόσον σε αυτήν την οι σχέσεις δότη-ληπτών δεν είναι οι ίδιες με εκείνες ενός κλασσικού δικτύου, αλλά μάλλον προσομοιάζουν σε αυτές των προμηθευτών-λιανοπωλητών.

Στη χώρα μας συναντάμε αυτόν τον τύπο Franchising σε ορισμένα μεγάλα πολυκαταστήματα, όπως του Λαμπρόπουλου, Αττικά κ.λ.π.<sup>43</sup>

### 2.1.7 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ FRANCHISING

Σε αυτήν την μορφή του Franchising ο δότης συμμετέχει με ένα ποσοστό, συνήθως μέχρι 50%, στο κεφάλαιο των επιχειρήσεων των ληπτών του. Στις ΗΠΑ συνίσταται και το αντίθετο, δηλαδή η ταυτόχρονη συμμετοχή των ληπτών στο κεφάλαιο της επιχείρησης του δότη. Γνωστές επιχειρήσεις στον κόσμο του Franchising, όπως Jacadi, χρησιμοποίησαν αρκετά αυτή τη μορφή της κεφαλαιουχικής σύνδεσης με τους λήπτες του δικτύου τους Franchising.

Η μέθοδος αυτή επιτρέπει στον δότη να ελέγχει αποτελεσματικότερα τους λήπτες του. Εκτίθεται όμως σε άλλους σημαντικούς κινδύνους όπως είναι π.χ. η ενεργός ανάμιξη του στη διαχείριση των επιχειρήσεων των ληπτών του, γεγονός που από

<sup>43</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.44

μόνο του φαλκιδεύει τη θεμελιώδη για το θεσμό Franchising έννοια ανεξαρτησίας του λήπτη.

Επιπλέον σε αυτή την περίπτωση δημιουργείται το ακόλουθο παράδοξο επιχειρηματικό σχήμα: ο δότης να είναι ταυτόχρονα και λήπτης υπό την ιδιότητα του συνεταιίρου της επιχείρησης η οποία ως λήπτης του δικτύου Franchising λειτουργεί το συγκεκριμένο κατάστημα του δικτύου. Ευνόητο λοιπόν είναι ότι αυτός ο τρόπος λειτουργίας μπορεί εύκολα να οδηγήσει σε συγκρούσεις επιχειρηματικών συμφερόντων με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ρήξεις σε ολόκληρο το δίκτυο Franchising. Σε κάθε περίπτωση αυτός ο τρόπος ανάπτυξης μιας επιχείρησης Franchising δεν μπορεί να θεωρηθεί ορθόδοξος<sup>44</sup>.

### 2.1.8 FRANCHISING ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ (COMBINATION FRANCHISING)

Το Combination Franchising είναι μια τεχνική που αναπτύχθηκε στις ΗΠΑ για να αντιμετωπισθούν τα προβλήματα που δημιουργούσαν στα δίκτυα τα υψηλότερα ενοίκια των καταστημάτων. Σύμφωνα με αυτόν τον τύπο του Franchising δυο ή τρεις ή και περισσότεροι δότες αποφασίζουν να συνεργασθούν συστεγαζόμενοι σε έναν ενιαίο χώρο και διαθέτοντας τα προϊόντα ή παρέχοντας ο καθένας τις δικές του υπηρεσίες μέσα από αυτόν. Με αυτόν τον τρόπο αφενός μεν μειώνουν τα λειτουργικά τους έξοδα, αφετέρου δε έχουν την δυνατότητα να εγκατασταθούν σε ένα προνομιακό από κάθε άποψη κατάστημα το οποίο δεν θα μπορούσαν να μισθώσουν μεμονωμένα. Υπάρχει όμως και η περίπτωση ένα κατάστημα να ανήκει ήδη σε κάποιον δότη και αυτός να εκμισθώσει κάποιο ή κάποια τμήματα του σε άλλους δότες, οπότε και πάλι θα έχουμε την συνδυασμένη λειτουργία περισσότερων Franchise στον ίδιο χώρο. Αυτή η νέα τάση αποκαλείται στις ΗΠΑ combination franchise ή ένα franchise μέσα σε ένα άλλο franchise.

Το Franchising Συνδυασμού μπορεί όμως να λειτουργήσει και με την συνεργασία ληπτών διαφορετικών δικτύων. Σε αυτήν την περίπτωση οι λήπτες συστεγάζονται σε έναν ενιαίο χώρο και συναποφασίζουν τον τρόπο εμφάνισης και λειτουργίας σε αυτόν των επιχειρήσεών τους. Βέβαια κατά την εφαρμογή αυτής της μεθόδου λειτουργίας είναι πιθανόν να παρουσιασθούν σοβαρά προβλήματα στη συνεργασία τόσο μεταξύ των ληπτών όσο και μεταξύ των δοτών των διαφόρων

<sup>44</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.45

δικτύων που λειτουργούν κάτω από την ίδια στέγη. Στην ευρύτετη έννοια του Franchising Συνδυασμού θα μπορούσαν ενδεχομένως κάτω υπό ορισμένες προϋποθέσεις να ενταχθούν και οι τύποι του Franchising Corner και του Co-Branding Franchising<sup>45</sup>.

### **2.1.9 ΠΟΛΛΑΠΛΟ FRANCHISING (MULTIPLE FRANCHISE UNITS)**

Αρκετά συχνά όταν ένας λήπτης έχει επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα μέσα στους κόλπους του δικτύου franchising ο δότης του δίνει την άδεια να ανοίξει και λειτουργήσει και άλλα καταστήματα είτε στην ίδια περιοχή με το αρχικό, είτε συνήθως σε άλλη. Ο τύπος αυτός του franchising παρουσιάζει για το δίκτυο το σημαντικό πλεονέκτημα της επίτευξης μεγαλύτερης συνοχής και της πιο εύκολης και αποδοτικής μεταβίβασης της τεχνογνωσίας. Για τον λήπτη παρουσιάζει το πλεονέκτημα της αύξησης του επιχειρηματικού του ενδιαφέροντος και της επίτευξης οικονομιών κλίμακας, ιδιαίτερα στα έξοδα διαχείρισης, διαφήμισης και διατήρησης αποθεμάτων.

Το κυριότερο μειονέκτημα για τον δότη είναι ότι με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται μέσα στο δίκτυο του αρκετοί πολύ ισχυροί λήπτες οι οποίοι αφενός μεν δεν ελέγχονται εύκολα, αφετέρου δε ,εάν έστω και ένας από αυτούς αποσυρθεί, θα δημιουργηθούν σοβαρότατα προβλήματα σε ολόκληρο το δίκτυο.<sup>46</sup>

### **2.1.10 FRANCHISING ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΩΝ ΕΠΩΝΥΜΙΩΝ Η ΣΗΜΑΤΩΝ (CO-BRANDING FRANCHISING)**

Σε αυτόν τύπο του franchising, που γεννήθηκε και αναπτύχθηκε στις ΗΠΑ, ένας λήπτης ανήκει ταυτόχρονα σε περισσότερα από ένα δίκτυα franchising, έχοντας συνάψει σχετικές συμβάσεις με περισσότερους δότες ,με αποτέλεσμα να διαθέτει προϊόντα ή και να παρέχει υπηρεσίες διαφορετικών επωνυμιών και εμπορικών σημάτων κάτω από την ίδια επαγγελματική στέγη. Η κύρια ανάγκη που οδηγεί σε αυτήν την επιλογή είναι η πρόκληση της προσέλκυσης μεγαλύτερης γκάμας

<sup>45</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.45

<sup>46</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.46



πελατείας καθώς επίσης και της επίτευξης οικονομιών κλίμακας στα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης του λήπτη.

Το σημαντικότερο μειονέκτημα για τον δότη είναι ότι κινδυνεύει να χάσει τον έλεγχο του λήπτη με συνέπεια τη μη τήρηση από τον δεύτερο των προδιαγραφών λειτουργίας της επιχείρησης του. Αυτό δεν είναι αρκετά εύκολο να συμβεί γιατί πρακτικά ο λήπτης δεν είναι δυνατόν να ελεγχθεί αποτελεσματικά από κανέναν από τους δότες με τους οποίους συνδέεται συμβατικά. Ακόμη ο λήπτης δεν έχει κίνητρο για να προωθήσει εξίσου τις πωλήσεις όλων των προϊόντων από τη στιγμή που διαπιστώνει ότι κάποιο από αυτά είναι περισσότερο επικερδές και άρα του αρκεί να επικεντρώσει σε αυτό τις προσπάθειες προώθησης. Οι δότες μπορεί να βρεθούν σε κατάσταση σύγκρουσης συμφερόντων ακόμη και στις περιπτώσεις εκείνες που τα προϊόντα τους είναι συμπληρωματικά. Ο κάθε δότης αντιμετωπίζει τον κίνδυνο να συνδεθεί το όνομα της επιχείρησης του με την πιθανή αποτυχία της επιχείρησης ενός άλλου δότη στο δίκτυο του οποίου επίσης ανήκει ο συγκεκριμένος λήπτης. Τέλος τα προβλήματα θα δημιουργηθούν και κατά την τοπική διαφήμιση των διαφόρων προϊόντων καθόσον είναι πρακτικά αδύνατο να χαραχθεί μια κοινή διαφημιστική πολιτική από τους διάφορους δότες και να υλοποιηθεί από τον λήπτη.<sup>47</sup>

### 2.1.11 FRANCHISING ΥΠΑΓΩΓΗΣ

Στο Franchising υπαγωγής ο δικαιοπάροχος ή δότης, ο οποίος είναι ο “εγκέφαλος” και ο δημιουργός του συστήματος, διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο όχι απλώς χαράζοντας κατευθυντήριες γραμμές αλλά καθορίζοντας ουσιαστικά την επιχειρηματική πολιτική και των δικαιοδόχων ή ληπτών. Το βασικό χαρακτηριστικό αυτού του τύπου Franchising είναι η μονομερής υπαγωγή των δικαιοδόχων στην οργανωτική και επιχειρηματική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου. Ο δικαιοπάροχος κατέχει τη δεσπόζουσα και κυρίαρχη θέση στο πλαίσιο του συστήματος που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε, ενώ οι δικαιοδόχοι αποτελούν απλά εκτελεστικά όργανα που οφείλουν να συμμορφώνονται στις οδηγίες του και να υπόκεινται στον έλεγχό του.

Σ’ αυτόν τον τύπο του Franchising, που φαίνεται να είναι ο πιο διαδεδομένος στην πράξη, η μόνη σχέση που υπάρχει είναι αυτή ανάμεσα στον δότη και καθέναν από τους λήπτες. Οι τελευταίοι συνδέονται μόνο απευθείας με τον δότη χωρίς να

<sup>47</sup> Βλ. Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.47

έχουν οποιαδήποτε επιχειρηματική σχέση μεταξύ τους. Η ανάπτυξη κάποιας μορφής συνεργασίας μεταξύ των δικαιοδόχων του ίδιου του συστήματος δεν εννοείται από τον δικαιοπάροχο, προφανώς γιατί θα μπορούσε να ενισχύσει τη θέση τους απέναντί του. Έτσι δημιουργείται μια ακτινωτή σχέση με κεντρικό σημείο αναφοράς και εκπόρευσης όλων των σχετικών εξουσιών τον δικαιοπάροχο, χωρίς καμία σύνδεση των δικαιοδόχων μεταξύ τους<sup>48</sup>.

### 2.1.12 FRANCHISING ΙΣΟΤΙΜΙΑΣ

Στο Franchising ισοτιμίας ή ισότιμης συνεργασίας, αντιθέτως, δεν υπάρχει η κυριαρχική και δεσπόζουσα θέση του δικαιοπαρόχου αλλά μια συνεταιρική – συμμετοχική συνεργασία στη βάση της ισοτιμίας τόσο μεταξύ του δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχων όσο και των δικαιοδόχων μεταξύ τους. Βασικό χαρακτηριστικό του τύπου αυτού Franchising είναι η αλληλοβοήθεια, η συνεργασία, η συναδελφικότητα και η αλληλεγγύη μεταξύ των δικαιοδόχων και του δικαιοπαρόχου με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος ως συνόλου. Στη θέση των οδηγιών και εντολών του δικαιοπαρόχου προς τους δικαιοδόχους, που χαρακτηρίζουν το Franchising υπαγωγής, υπεισέρχεται εδώ η συμμετοχή των δικαιοδόχων στη λήψη των αποφάσεων και η εναρμόνιση των ενεργειών για την επίτευξη των στόχων του συστήματος.<sup>49</sup>

### 2.1.13 FRANCHISING ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

Ο εντολέας παρέχει αποκλειστικά δικαιώματα franchising για μια ορισμένη γεωγραφική περιοχή στον εντολοδόχο.

Ο εντολοδόχος στην συγκεκριμένη περίπτωση έχει την ευχέρεια να αναθέσει δικαιώματα και σε άλλους τοπικούς υπο-εντολοδόχους για τους οποίους ενεργεί ως εντολέας<sup>50</sup>.

<sup>48</sup> Βλ. Γεωργιάδης Απ., Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., σελ.200.

<sup>49</sup> Βλ. Γεωργιάδης Απ., ό.π., σελ.200

<sup>50</sup> Βλ. Πτυχιακή εργασία: Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του franchising στην ελληνική αγορά, Σπουδαστές: Δημητριάδη και Θωμά, 2000, σελ.19

#### 2.1.14 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ FRANCHISING

Το λειτουργικό franchising είναι παρόμοιο με το franchising κατά γεωγραφική περιοχή με την διαφορά ότι δεν υπάρχει η δυνατότητα διορισμού υποεντολοδόχων.<sup>51</sup>

#### 2.1.15 ΚΙΝΗΤΟ FRANCHISING

Αποκλειστικά δικαιώματα για ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που πωλούνται από όχημα το οποίο ενοικιάζεται από τον εντολοδόχο. Σε αυτήν την περίπτωση ο κανονισμός περιέχει ειδική πρόβλεψη για τα μέσα μεταφοράς που καθορίζονται στη σύμβαση και τα οποία πρέπει να πληρούν, όπως και οι χώροι που καθορίζονται στη σύμβαση, τις προδιαγραφές του δικαιοπαρόχου ως προς την εμφάνιση, τον εξοπλισμό, κτλ.<sup>52</sup>

#### 2.1.16 ΑΤΟΜΙΚΟ FRANCHISING

Το ατομικό franchising περιορίζεται σε ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο.

Η επιμελής εφαρμογή και επιτυχία του, συνίσταται στο ότι και σε διάκριση με βάση τον επενδυτή :

- A. Κοινή ιδιοκτησία εντολέα και εντολοδόχου
- B. Κοινή διοίκηση
- Γ. Μίσθωση<sup>53</sup>

<sup>51</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία, ό.π., σελ.19

<sup>52</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία, ό.π., σελ.19

<sup>53</sup> Βλ. Πτυχιακή Εργασία, ό.π., σελ.19

## 2.1.17 CONVERSION FRANCHISING

Η ανάπτυξη και η επέκταση ενός δικτύου franchise περιλαμβάνει και το conversion franchising (franchising μετατροπής). Η μετατροπή μπορεί να προκύψει με μία από τις παρακάτω μεθόδους.

Ο franchisor ιδιοκτήτης ενός καταστήματος το πουλάει στον franchisee και έτσι δημιουργείται μια νέα μονάδα franchise από προϋπάρχον κατάστημα. Η μέθοδος αυτή παρουσιάζει εντυπωσιακούς ρυθμούς αύξησης. Το 1996 στην ελληνική αγορά είχαμε μόνο μία περίπτωση conversion franchising, το 1997 οκτώ και το 1998 έντεκα.

Σύμφωνα με απόψεις τόσο των franchisors όσο και των franchisees, το conversion franchising αυξάνεται παράλληλα με την ωρίμανση του συστήματος. Οι επιχειρήσεις που έχουν επιλέξει τη μέθοδο του franchising για να επεκτείνουν τις εμπορικές τους δραστηριότητες, πολλές φορές επενδύουν σε ιδιόκτητα κτίρια σε περιοχές και δρόμους που έχουν καλή εμπορική φήμη. Μ' αυτόν τον τρόπο μπορούν να τεστάρουν τις δυνατότητες και τις προοπτικές επέκτασης του δικτύου. Αφού τα καταστήματα αυτά λειτουργήσουν και αποδειχθούν κερδοφόρα ο franchisor ακολουθεί τη μέθοδο του conversion franchising, πουλάει δηλαδή κάποια από τα ιδιόκτητα καταστήματα και τα μετατρέπει σε franchise επιχειρήσεις.

Η δεύτερη περίπτωση conversion franchising έχει άμεση σχέση με τον ανταγωνισμό. Ο franchisor επιλέγει μια ανεξάρτητη επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον ίδιο τομέα με τη δική του και στη συνέχεια οι δύο πλευρές συμφωνούν στην ένταξη της πρώτης στο σύστημα του franchisor. Σ' αυτήν την κατηγορία συγκαταλέγονται οι επιχειρήσεις εκείνες που απαιτούν από τον franchisee ειδική άδεια άσκησης επαγγέλματος όπως είναι τα φαρμακεία.

## 2.2 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE

Ο σύνδεσμος Franchise της Ελλάδος δημιουργήθηκε μέσα από μια προσπάθεια που ξεκίνησε το 1996, σήμερα αριθμεί περισσότερα από 60 μέλη και καλύπτει έναν ευρύτατο χώρο οικονομικής δραστηριότητας, με τακτικά του μέλη διακεκριμένες εταιρείες του χώρου και επίσης πολλά συνεργαζόμενα μέλη (όπως δικηγόρους, συμβούλους επιχειρήσεων κ.ά.) ως επιστημονικούς συνεργάτες.

Σκοπός του Σωματείου, σύμφωνα και με το καταστατικό του, είναι:

(α) Η υποστήριξη με κάθε πρόσφορο τρόπο της ανάπτυξης του franchising στην Ελλάδα και η επεξεργασία, η υιοθέτηση και δημοσιοποίηση των αρχών και της ορθής πρακτικής του franchising.

(β) Να προβάλλει, προστατεύει, προωθεί και διευρύνει τα συμφέροντα των δικαιωπαρόχων και των κυρίως δικαιωδόχων.

(γ) Να συμβάλλει στην ομαλή επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ των συντελεστών της αγοράς franchising.

(δ) Να υιοθετήσει τον Κώδικα Δεοντολογίας της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Franchise με όσες προσθήκες θεωρεί αναγκαίες και να προβάλλει, επιβάλλει κι εξασφαλίζει τη συμμόρφωση των μελών με τις επιταγές του.

(ε) Να επεξεργάζεται και γενικά να ασχολείται με κάθε ερώτημα, θέμα και πρόβλημα σχετικό με το franchise ή που να συνδέεται με επιχειρήσεις franchise ή να τις αφορά, να συμβουλεύει ή να αποφασίζει σχετικά και να επιβάλλει στις επιχειρήσεις αυτές την αποδοχή και τη συμμόρφωσή τους με τέτοιες συμβουλές και αποφάσεις.

(στ) Να προβάλλει και ενισχύει την εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού στα συστήματα franchise που αναπτύσσουν τα μέλη τού Σωματείου.

(ζ) Να πληροφορεί και να εκπαιδεύει σε σχέση με το franchising και με όλα τα θέματα που το αφορούν.

(η) Να επιδιώκει και εξασφαλίζει την κοινή δράση από πλευράς των δικαιωπαρόχων στο πλαίσιο προώθησης των κοινών τους συμφερόντων.

(θ) Να προβάλλει και προωθεί επιχειρηματικές πρακτικές και δραστηριότητες που είναι πιθανό να αυξάνουν την αποτελεσματικότητα και την οικονομία της άσκησης

επιχείρησης μέσω του franchising.

Η πραγματοποίηση των σκοπών του Σωματείου επιτυγχάνεται με κάθε νόμιμο μέσο, περιλαμβανομένης της χρηματοδότησης και οργάνωσης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό κάθε είδους δραστηριότητας, σεμιναρίων, συνεδρίων, εκθέσεων, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών εκπομπών και της καταχώρισης στον πολιτικό και οικονομικό Τύπο δημοσιευμάτων που να αφορούν το franchising, της θέσπισης βραβείων και υποτροφιών, της παροχής με κάθε πρόσφορο μέσο αναγνώρισης σε πρόσωπα που τηρούν τις αρχές και την ορθή πρακτική του franchising, της έκδοσης ενημερωτικών φυλλαδίων σχετικών με το franchising και τις δραστηριότητες του Συνδέσμου και, τέλος, της πρόσληψης προσωπικού και συμβούλων, της αγοράς εξοπλισμού και της μίσθωσης εγκαταστάσεων.

Για τη επίτευξη των σκοπών του, το Σωματείο μπορεί να ιδρύει με άλλα πρόσωπα - φυσικά ή νομικά- σωματεία ή κάθε είδους ενώσεις προσώπων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, να συμμετέχει σ' αυτές ή να συνεργάζεται μαζί τους.

Τα μέλη του Συνδέσμου απολαμβάνουν τα ως άνω, μέσα από μια σειρά εκδηλώσεων και μέσα από την σταθερή επικοινωνία και την άρτια ενημέρωση σε όλα τα ζητήματα που απασχολούν την επικαιρότητα και τις εξελίξεις που διαδραματίζονται στο χώρο του franchising.

Η πραγμάτωση των σκοπών του Σωματείου έχει άμεση θετική ανταπόκριση στα μέλη του. Τα μέλη με τη σειρά τους έχουν τη δυνατότητα -με το δικαίωμα της συμμετοχής τους στο ανώτατο και κυρίαρχο όργανο του Συνδέσμου, που είναι η γενική συνέλευση των μελών- να καταθέσουν τις απόψεις τους για το παρόν και το μέλλον του franchising και να συμβάλλουν ενεργά στην ευόδωση των σκοπών του.

Επιπλέον, η πολυσχιδής δράση του Συνδέσμου συνοψίζεται επιγραμματικά στα εξής:

- Ημερίδες εντός και εκτός Αθηνών με επιμελητήρια για την προώθηση του θεσμού.
- Ημερίδες εντός και εκτός Αθηνών για την ανάπτυξη ειδικών θεμάτων που απασχολούν το θεσμό και τους λειτουργούς του, όπως νομικό πλαίσιο, ρόλος του

Συνδέσμου, χρηματοδοτήσεις, ανάπτυξη με λίγους ισχυρούς ή πολλούς franchisees.

- Συνεχείς επαφές με ΜΜΕ, έκδοση δελτίων Τύπου για ενέργειες του Συνδέσμου.

- Έκδοση ενημερωτικών φυλλαδίων του Συνδέσμου, με ενημέρωση πάνω στους στόχους του, τα μέλη του και τον κώδικα δεοντολογίας του.

- Παρουσία του Συνδέσμου - μέσω ιστοσελίδας στο διαδίκτυο, από όπου και λαμβάνονται πληροφορίες για το Σύνδεσμο, τα μέλη του, νέα για το χώρο, καθώς και η δυνατότητα μέσω του διαδικτύου να πραγματοποιήσουν οι ενδιαφερόμενοι αίτηση εγγραφής.

- Επαφές τακτικών και συνδεδεμένων μελών μεταξύ τους.

Ο Σύνδεσμος διατηρεί επαφή και χτίζει σταθερά την επικοινωνία του με τους αντίστοιχους συνδέσμους του εξωτερικού. Σύμμαχος σε αυτή την προσπάθεια είναι η αλματώδης ανάπτυξη του franchising διεθνώς και οι διεθνείς εκθέσεις franchise που πραγματοποιούνται σε μηνιαία βάση σε ολόκληρο τον κόσμο και αποτελούν εφαλτήριο επικοινωνίας με τα επίσημα όργανα που εκπροσωπούν το θεσμό στην παγκόσμια εμπορική κοινότητα.<sup>54</sup>

## 2.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ FRANCHISING

Η εξέλιξη του franchising στην Ελλάδα μπορεί να χαρακτηριστεί με μία λέξη ραγδαία. Δεκάδες χιλιάδες εργαζόμενοι απασχολούνται στην Ελλάδα σε δίκτυα Franchise.

Το Franchise αποτελεί μία από τις αποτελεσματικότερες λύσεις στο πρόβλημα της ανεργίας και είναι από τους κυρίως αρωγούς της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, αφού τοποθετεί τις βάσεις των συνεργασιών του, επάνω σε μακροπρόθεσμες και λεπτομερώς μελετημένες στρατηγικές οι οποίες ευνοούν τον προγραμματισμό αλλά και την ανταγωνιστικότητα.

Η Ελλάδα με δεδομένη την γεωγραφική της θέση, είναι μία χώρα που μπορεί πλέον

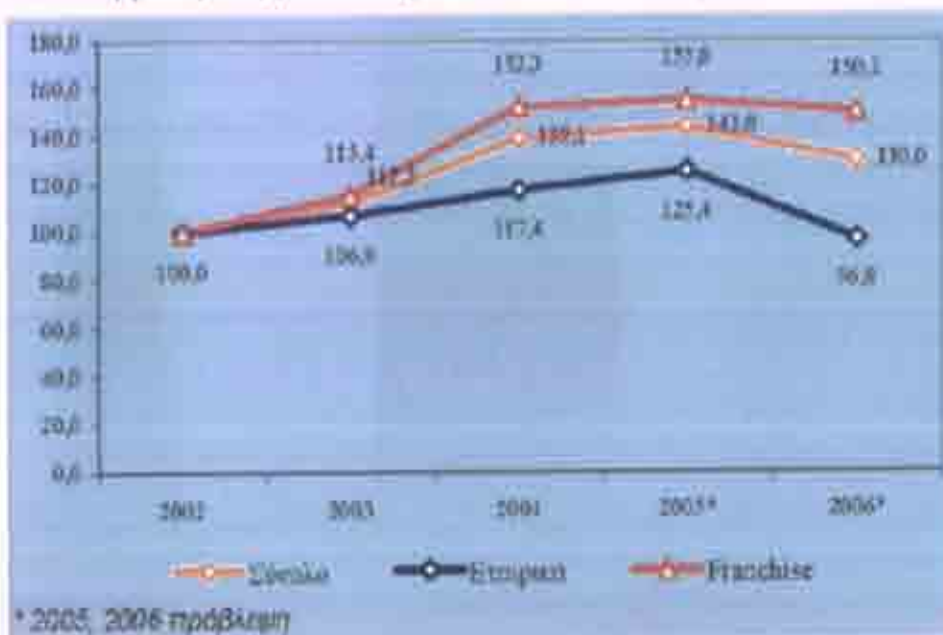
<sup>54</sup> Βλ. σχετικά: Περιοδικό Franchising, Τρίτη 29/11/2005, σελ.08

να ισχυρίζεται ότι έχει την σχετική εμπειρία και το ανάλογο παρελθόν σε σχέση με το Franchise, ώστε να της δίνεται η δυνατότητα να λειτουργήσει ως γέφυρα ανάπτυξης του θεσμού στην λεκάνη της Μεσογείου. Η διαρκής ανάπτυξη των ελληνικών επιχειρήσεων Franchise στα Βαλκάνια επιβεβαιώνει τα ως άνω.

Εξαιτίας όλων των ως άνω, και ειδικότερα σε ό,τι αφορά τους οικονομικούς και εμπορικούς δείκτες (όπως η απασχόληση, ο κύκλος εργασιών, η δημιουργία προστιθέμενης αξίας) τα περιθώρια ανάπτυξης των δικτύων franchise όπως παρατηρείται και στην παρακάτω έρευνα διαφαίνονται απεριόριστα.

## ΕΞΕΛΙΞΗ ΔΙΚΤΥΩΝ FRANCHISE:

Δείκτες μεταβολής καταστημάτων 2002 - 2006 (2002 = 100)



Συνέχεια της δυναμικής ανόδου που ξεκίνησε τη δεκαετία του '90 χαρακτηρίζει το franchising και το 2005, θεσμός που στην πενταετία 2001 - 2005 αναπτύχθηκε σε ποσοστό 74%.

Τα παραπάνω επισημαίνονται μεταξύ άλλων στην τρίτη έκδοση της κλαδικής μελέτης της ICAP η οποία εξετάζει τις πρόσφατες εξελίξεις του θεσμού του Franchise.

Όπως αναφέρει η μελέτη, το franchising αποτελεί μηχανή ανάπτυξης, ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ οι πρόσφατες εξελίξεις δείχνουν ότι ο θεσμός καθιερώθηκε στη χώρα μας και άρχισε να ωριμάζει.

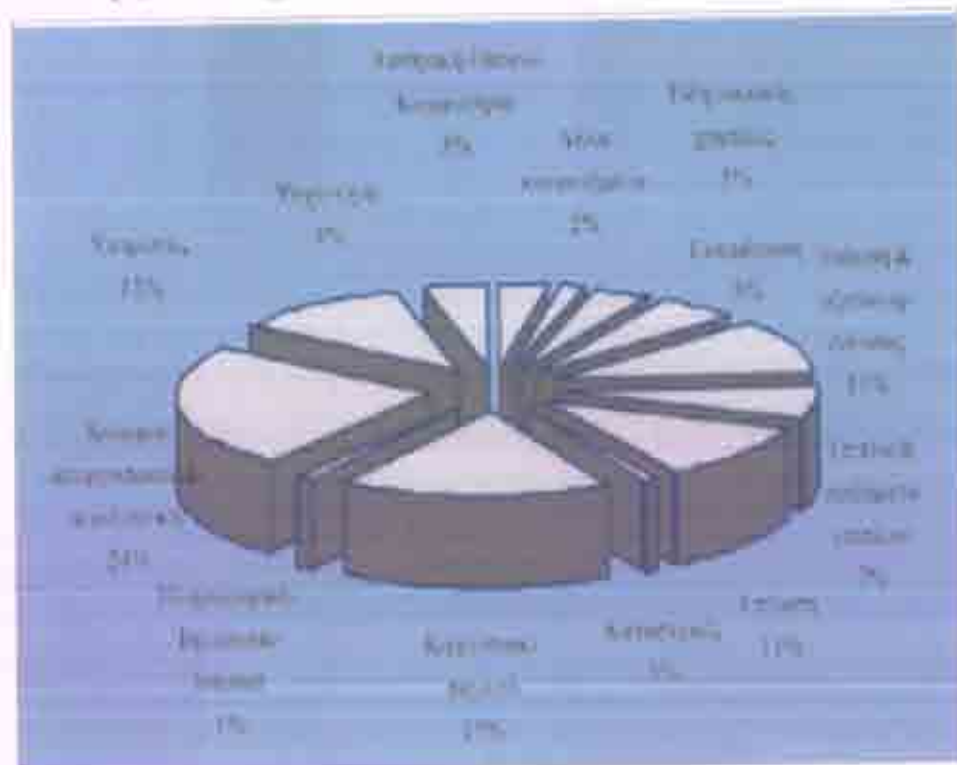


Περίπου το 65% των δικτύων franchise (concepts) είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, με πωλήσεις μέχρι 15 εκατ. ευρώ. Επιπλέον, 64% περίπου των franchisors είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις με σύνολο απασχολούμενων έως 100 άτομα.

Η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται ως η δεκαετία του franchising. Η δυναμική αυτή συνεχίστηκε και κατά την περίοδο 2002-2005. Το 2005 το σύνολο των ενεργών franchisors (δηλαδή επιχειρήσεις που λειτουργούν τουλάχιστον ένα κατάστημα franchising) ανήλθε σε περίπου 400, σε σχέση με 230 στα τέλη του 2001 και 187 το 1998. Επομένως, στο διάστημα 2001-2005 ο θεσμός επεκτάθηκε κατά 74%.

## ΤΟ FRANCHISING ΑΝΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Κατανομή Καταστημάτων ανά Δραστηριότητα Franchise (τέλη 2005)



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της κλαδικής μελέτης, τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό επιχειρήσεων το 2005 παρουσιάζουν οι κατηγορίες «ένδυση και αξεσουάρ ένδυσης» (16%) και τρόφιμα- απορρυπαντικά- καλλυντικά (16%).

Τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό καταστημάτων παρουσιάζει η κατηγορία τρόφιμα - απορρυπαντικά - καλλυντικά (24%) και ακολουθεί η κατηγορία καφέ - σνακ - παγωτό (17%).

Η αναλογία καταστημάτων ανά επιχειρηματικό σύστημα (concept) το 2005 πλησιάζει τα αντίστοιχα που έχουν καταγραφεί στις πλέον ανεπτυγμένες αγορές διεθνώς (ΗΠΑ, Γαλλία, Βρετανία).

Περίπου ένας στους δέκα franchisees (2005) διαθέτει περισσότερα από ένα καταστήματα και περίπου ένας στους 20 franchisors διαθέτουν δεύτερο εμπορικό σήμα (concept). Η σχέση εταιρικών - franchise καταστημάτων κατά το διάστημα 1998-2004 παραμένει σχεδόν σταθερή, περίπου στο 30 / 70.

### 2.3.1 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΩΝ CONCEPTS

Ενδιαφέρον είναι ότι το ποσοστό των εγχώριας προέλευσης concepts το 2005 (76,8%) είναι περίπου όσο και στις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές franchise. Στη Γαλλία το ποσοστό αυτό ήταν 89% (2004) και στην Ισπανία 80% (2004), ενώ στην Πορτογαλία που είναι συγκρίσιμη σε μέγεθος με την Ελλάδα, το ποσοστό αυτό ήταν μόλις 41% (2003).

Τα «εισαγόμενα» concepts λειτουργούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους με τη μορφή Master Franchise τα οποία παραχωρούν διεθνείς franchisors σε τοπικούς επιχειρηματίες. Οι δημοφιλέστερες χώρες προέλευσης των εισαγόμενων concepts είναι η Ιταλία, η Γαλλία και η Αγγλία.

Σημαντικό ποσοστό των franchisors (26%) το 2005 διαθέτουν παρουσία στο εξωτερικό και εξίσου σημαντικό (46%) είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων οι οποίες σχεδιάζουν να αναπτύξουν διεθνή παρουσία στο προβλεπόμενο μέλλον.

Δημοφιλέστερη χώρα «εξαγωγής» των εγχώριων concepts είναι η Κύπρος και ακολουθούν οι γείτονες χώρες της Βαλκανικής.

### 2.3.2 ΕΝΑΡΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟ 1990

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες έχουν υιοθετήσει το franchising ως μέθοδο ανάπτυξης ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μετά το 1990, ενώ το ίδιο ισχύει και για την έναρξη του franchising. Ειδικότερα, η έναρξη δραστηριότητας των επιχειρήσεων, η δημιουργία του πρώτου πιλοτικού καταστήματος και η έναρξη του franchising χαρακτηρίζονται από διαφορά φάσης περίπου δύο ετών.

Η ανάπτυξη του θεσμού συνεχίστηκε κατά την περίοδο 2002-2004, ενώ ταυτόχρονα υπήρξε διείσδυση και διαφοροποίηση της αγοράς σε νέους τομείς όπως: αισθητική- fitness- κομμωτήρια, τρόφιμα- απορρυπαντικά- καλλυντικά (κυρίως σουπερμάρκετ), υπηρεσίες (κτηματομεσιτικά γραφεία, ασφαλειομεσιτικές υπηρεσίες), πληροφορική- τηλεφωνία- internet. Τα παραπάνω έχουν επηρεάσει και τη σταθερότητα των δικτύων franchise, σε σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη περίοδο (1998-2001).

Το μέσο ύψος επένδυσης των μονάδων franchise συμβαδίζει με τα ευρωπαϊκά δεδομένα και τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων που καλύπτει το franchising τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Ακόμη, για το σύνολο των franchisors, το ύψος της αμοιβής εισόδου και των άλλων περιοδικών αμοιβών του franchisor παραμένουν σε λογικά επίπεδα, σε σύγκριση με τη διεθνή πρακτική.

Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, το franchising προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα και αποτελεί μηχανή οικονομικής ανάπτυξης. Σε αντίθεση με περιόδους χαμηλής ανεργίας, όπου το ενεργό εργατικό δυναμικό προσανατολίζεται στην έμμισθη απασχόληση, σε περιόδους ύφεσης και αβεβαιότητας το franchising προσφέρει τη δυνατότητα μιας επένδυσης η οποία συνδυάζει πλήρη απασχόληση και περιορισμένο ρίσκο, με την υποστήριξη μιας έμπειρης ομάδας (franchisor), το πλεονέκτημα των οικονομικών κλίμακας, την υποστήριξη στο μάρκετινγκ, αλλά και προϊόντα τα οποία δύσκολα θα εξασφάλιζε μια μικρή επιχείρηση κάτω από άλλο σχήμα.

Σε επίπεδο καταναλωτή, το franchising σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας προσφέρει σταθερή ποιότητα και τιμές, καταξιωμένα εμπορικά σήματα και υψηλότερο βαθμό εμπιστοσύνης.

### 2.3.3 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Τα περιθώρια ανάπτυξης του franchising για τα επόμενα χρόνια είναι σημαντικά, αν ληφθεί υπόψη ότι η διείσδυση του θεσμού αντιστοιχεί στο 4% περίπου του συνόλου των επιχειρήσεων στις δραστηριότητες που καλύπτει η μελέτη (λιανικό εμπόριο και λοιπές δραστηριότητες), σε σύγκριση με το 30% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στη Βρετανία, η οποία είναι μια από τις δύο μεγαλύτερες αγορές franchise της

E.E.

Η αύξηση των δικτύων για το 2005 εκτιμάται (13,7%), ενώ για το 2006 είναι μάλλον συντηρητική (2,6%), γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός στην οικονομική αβεβαιότητα η οποία διέπει την επιχειρηματική κοινότητα, αλλά και στο ότι είναι δύσκολο για τις επιχειρήσεις franchise να προσδιορίσουν με ακρίβεια το μέγεθος της ανάπτυξής τους για χρονικό ορίζοντα πέραν του δωδεκαμήνου, αφού το ζήτημα αυτό εξαρτάται από το σύνολο των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τη δημιουργία επιτυχημένων συνεργασιών με franchisees.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Βλ. σχετικά: Εφημερίδα Ναυτεμπορική, Παρασκευή 13 Ιανουαρίου 2006, σελ.31

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING

#### 3.1 ΎΓΓΡΑΦΟΣ ΤΥΠΟΣ – ΣΗΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

Θεωρητικά μια σύμβαση Franchising θα μπορούσε να συναφθεί και προφορικά. Παρόμοιες συμβάσεις όμως περιλαμβάνουν περιορισμούς του ανταγωνισμού (διάφορες ρήτρες) , και έτσι λοιπόν καθίσταται αναγκαία η γραπτή διαμόρφωση των σχετικών συμβάσεων προκειμένου να μπορέσουν να ελεγχθούν από τις αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού (εθνικές ή κοινοτικές) ως προς τον συμβιβασμό των περιορισμών αυτών με την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία ανταγωνισμού.<sup>56</sup>

Ακόμα, η γραπτή κατάρτιση της σύμβασης επιβάλλεται και για λόγους που ανάγονται στην ανάγκη δικαστικού ελέγχου ορισμένων ρητρών.

Όπως προκύπτει ήδη από την οικονομική λειτουργία του Franchising ως σχέση διαρκούς συνεργασίας, η σύμβαση Franchising έχει τον χαρακτήρα σύμβασης-πλαισίου. Στη σύμβαση αυτή προσδιορίζονται οι υποχρεώσεις, οι οποίες είναι αναγκαίες για την επίτευξη του οικονομικού σκοπού του Franchising. Η εκτέλεση των υποχρεώσεων, οι οποίες προβλέπονται στη σύμβαση Franchising, προϋποθέτει πολλές φορές τη σύναψη ειδικότερων (εκτελεστικών) συμβάσεων. Τόσο η αναγκαιότητα κατάρτισης όσο και το ακριβές περιεχόμενο των συμβάσεων αυτών μπορούν να καθορισθούν μόνο με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες, που προκύπτουν κατά την εξέλιξη της συνεργασίας Franchising. Αν π.χ. πρόκειται για Franchising Διανομής<sup>57</sup> προϊόντων, το οποίο παράγει ή εμπορεύεται ο δικαιούχος, η εκπλήρωση της προβλεπόμενης στη σύμβαση Franchising<sup>58</sup> υποχρέωσής του να προμηθεύει τον δικαιούχο με το προϊόν του συστήματος σε τακτικά χρονικά διαστήματα ή μετά από σχετική παραγγελία, προϋποθέτει κάθε φορά τη σύναψη αντίστοιχων συμβάσεων αγοραπωλησίας. Κατά συνέπεια, οι υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων από τη σύμβαση Franchising αυτή καθαυτή δεν πρέπει να συγχέονται με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις επιμέρους συμβάσεις, οι

<sup>56</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., Οι Συμβάσεις Franchising στο ελληνικό δίκαιο και στο κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού, 1995, Σελ. 23

<sup>57</sup> Βλ. σχετικά Παράρτημα Β. σελ. 138

<sup>58</sup> Βλ. σχετικά Παράρτημα Α, σελ. 120

οποίες συνάπτονται με σκοπό την πραγμάτωση της συνεργασίας Franchising σε επιμέρους τομείς.<sup>59</sup>

Από τις εκτελεστικές συμβάσεις διακρίνονται οι λεγόμενες «συμπληρωματικές» ή «συνοδευτικές συμβάσεις», οι οποίες για λόγους σκοπιμότητας συνάπτονται από τα μέρη ξεχωριστά από την ως «σύμβαση Franchising» περιγραφόμενη συμφωνία. Οι συμβάσεις αυτές βρίσκονται σε στενό νομικό και οικονομικό δεσμό με την «κύρια σύμβαση Franchising» συναποτελώντας με αυτή νομικά ενιαία σύμβαση.<sup>60</sup>

Οι συμβάσεις Franchising έχουν συνήθως, όπως είπαμε και παραπάνω, χαρακτήρα τυποποιημένο (σύμβαση – πλαίσιο). Οι διατάξεις τους έχουν προδιατυπωθεί από τον δικαιοπάροχο και προστίθεται η ημερομηνία, το όνομα δικαιοδόχου καθώς επίσης και ορισμένες συμπληρωματικές συμφωνίες. Οι συμβάσεις έχουν συνήθως μεγαλύτερη έκταση από ότι οι αντίστοιχες συμβάσεις που αφορούν άδειες εκμετάλλευσης ή που συνάπτονται με εξουσιοδοτημένους εμπόρους. Παρόλο που οι συμβάσεις αποτελούν το νομικό πλαίσιο της συνεργασίας, η δυναμική και η ευελιξία του συστήματος Franchising οδηγούν πολλές φορές στην πράξη σε αποκλίσεις από το πλαίσιο αυτό με την διαμόρφωση και καθιέρωση στην πράξη συμπεριφορών και συνθηθειών που αποκλίνουν από το αρχικό συμβατικό πλαίσιο.<sup>61</sup>

### 3.2 Η ΣΥΝΗΘΗΣ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING

Η σύμβαση Franchising αποτελείται συνήθως από τέσσερα μέρη: α) Προοίμιο, β) υποχρεώσεις του δικαιοπάροχου γ) υποχρεώσεις του δικαιοδόχου, δ) λοιπές διατάξεις.

#### α) Προοίμιο

Στο προοίμιο καθορίζονται ο σκοπός και το πλαίσιο της συνεργασίας, υπογραμμίζεται η ανεξαρτησία των συμβαλλόμενων μερών και στη συνέχεια περιγράφεται το περιεχόμενο του “πακέτου” που αποτελεί το Franchising, δηλ το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν το

<sup>59</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκης Σωτ., Νομικό καθεστώς και πρακτική στη σύμβαση δικαιόχρησης (franchising) στην Ελλάδα, ΔΕΕ 1997, σελ. 1046 επ.

<sup>60</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Αλ., Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., σελ. 206

<sup>61</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκης Σωτ., ό.π., σελ.1054

εμπορικό σήμα και την επωνυμία, τα διακριτικά γνωρίσματα του καταστήματος (πινακίδες), τα πρότυπα χρήσεως, τα σχέδια, τα δικαιώματα αντιγραφής, τις τεχνογνωσίες ή τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας που παραχωρούνται από τον δικαιοπάροχο στο δικαιοδόχο προς εκμετάλλευση.<sup>62</sup>

Οι πληροφορίες αυτές είναι χρήσιμες γιατί με βάση αυτές μπορεί να προσδιοριστεί το ειδικότερο αντικείμενο των υποχρεώσεων του δικαιοπαρόχου που περιγράφονται στο κύριο μέρος της σύμβασης. Ακόμα το προοίμιο είναι δυνατό να αναφέρεται σε ορισμένους γενικούς κανόνες συμπεριφοράς όπου δεσμεύουν τα μέρη, όπως στην υποχρέωση στενής και ειλικρινούς συνεργασίας, στην ανάγκη διαρκούς στήριξης του δικαιοδόχου από μέρος του δικαιοπαρόχου, στην υποχρέωση του τελευταίου να ασκεί την εμπορική του δραστηριότητα σύμφωνα με τις ενιαίες οργανωτικές αρχές που ισχύουν για όλα τα μέρη του συστήματος κ.α.

Όλα αυτά περιέχονται με την μνημόνευση πάντα του κανονισμού της Ε.Ο.Κ. για το Franchising 4087/88 (άρθρο 1, παρ. 3<sup>α</sup>)<sup>63</sup> όπου και αποτελεί και το βασικό νομικό πλαίσιο.<sup>64</sup>

#### *β) Οι κύριες υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου*

Το τμήμα αυτό αναφέρεται στον κανονισμό των υποχρεώσεων του δικαιοπαρόχου, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής<sup>65</sup> :

1. Η παραχώρηση στον δικαιοδόχο της χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising (δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας, τεχνογνωσία), του οποίου το περιεχόμενο προσδιορίζεται επακριβώς στο κύριο μέρος της σύμβασης- πλαισίου.
2. Η ένταξη του δικαιοδόχου στο σύστημα με την παροχή σ' αυτόν κυρίως της απαιτούμενης τεχνικής και οργανωτικής υποδομής και της ανάλογης εκπαίδευσής του.
3. Ο εφοδιασμός του δικαιοδόχου με πρώτες ύλες, με ημίτομα ή έτοιμα εμπορεύματα, ιδίως όταν τα προϊόντα του συστήματος παράγονται από τον ίδιο τον δικαιοπάροχο.

<sup>62</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερος Ηλ., ό.π., σελ. 24

<sup>63</sup> Βλ. σχετικά παράρτημα Γ, σελ. 157

<sup>64</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκης Σωτ., ό.π., σελ. 1054

<sup>65</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., FRANCHISING, Αθήνα 1998, σελ. 182 κ' Γιαννακάκης Σωτ., ό.π., σελ. 1054

4. Η συνεχής υποστήριξη του δικαιοδόχου, κατά την διάρκεια ισχύς της σύμβασης που περιλαμβάνει ειδικότερα τη διαρκή παροχή συμβούλων σε οργανωτικά, τεχνικά, χρηματοδοτικά ή άλλα θέματα. Ακόμα περιλαμβάνεται η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου διαφήμισης των προϊόντων του συστήματος, της συντήρησης των μηχανημάτων και του εξοπλισμού του καταστήματος του δικαιοδόχου.
5. Ο προσδιορισμός της ακριβούς γεωγραφικής περιοχής, μέσα στην οποία ο δικαιοδόχος θα διενεργεί τις πωλήσεις με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό.
6. Η μη παραχώρηση σε τρίτους του δικαιώματος να εκμεταλλεύονται μέρος ή το σύνολο της δικαιόχρησης στην παραχωρηθείσα περιοχή, όπως επίσης και η μη εκμετάλλευση από τον δικαιοπάροχο της δικαιόχρησης ή και η μη προμήθεια από τον ίδιο, των προϊόντων της δικαιόχρησης στην ίδια περιοχή.
7. Ο σεβασμός της αρχής της ίσης μεταχείρισης όλων των δικαιοδόχων.

Όλες αυτές οι επιμέρους υποχρεώσεις παρά την αυτοτέλειά τους δεν αποτελούν παρά εκδηλώσεις της γενικότερης υποχρέωσης του δικαιοπαρόχου, να μεριμνήσει για την οργανωτική και τεχνολογική ένταξη του δικαιοδόχου στο υπάρχον σύστημα διανομής. Στον σκοπό αυτό αποβλέπουν η παραχώρηση της χρήσης του οργανωτικού manual know how και των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας που το πλαισιώνουν, η συνεχής υποστήριξη, η εποπτεία, η σχετική εκπαίδευση του δικαιοδόχου και του προσωπικού του και τέλος, η παροχή των κατάλληλων μηχανικών μέσων για τον εξοπλισμό του καταστήματος.

Από την παραπάνω θεώρηση προκύπτει, ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση η υπαγωγή των επιμέρους υποχρεώσεων του δικαιοπαρόχου στη γενικότερη υποχρέωση ένταξης και υποστήριξης του δικαιοδόχου είναι θέμα ερμηνείας της συγκεκριμένης σύμβασης. Με τον τρόπο αυτό διασφαλίζεται η ελαστικότητα του περιεχομένου της κύριας υποχρέωσης του δικαιοπαρόχου, έτσι ώστε αυτή να μπορεί να προσδιορίζεται κάθε φορά σύμφωνα με την βούληση των συμβαλλομένων και την ειδικότερη οικονομική λειτουργία του Franchising στην συγκεκριμένη περίπτωση. Έτσι λοιπόν κανένα ερώτημα δεν επιδέχεται γενική απάντηση η οποία πάντα αξιολογείται αναλόγως την βούληση των συμβαλλομένων μελών.<sup>66</sup>

<sup>66</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π., σελ.1054



γ)Οι κύριες υποχρεώσεις του δικαιοδόχου

Ο δικαιοδόχος πωλεί τα προϊόντα του συστήματος στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Η συμβολή του στη συνεργασία Franchising περιλαμβάνει συνήθως τις ακόλουθες υποχρεώσεις<sup>67</sup> :

1. Η καταβολή δικαιωμάτων στον δικαιοπάροχο, αφενός μεν με την μορφή ενός εφάπαξ ποσού ως δικαίωμα εισόδου στο σύστημα (entry fee ), αφετέρου δε με τη μορφή περιοδικής καταβολής ενός ορισμένου ποσοστού επί του κύκλου εργασιών (royalties).
2. Η ενεργός προώθηση των πωλήσεων του προϊόντος της δικαιόχρησης σύμφωνα με τη μέθοδο marketing του δικαιοπαρόχου.
3. Η αυστηρή τήρηση των οδηγιών του δικαιοπαρόχου για τη διαμόρφωση του καταστήματος.
4. Η συμμόρφωση του στις οργανωτικές αρχές του συστήματος και κυρίως ο σεβασμός της αρχής της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία η σύνθεση, η παρασκευή , τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εικόνα των προϊόντων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία, ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά όπου διατίθενται.
5. Η μη κοινοποίηση σε τρίτους της τεχνογνωσίας και γενικά των εμπορικών, βιομηχανικών και άλλων απορρήτων του δικαιοπαρόχου, τόσο κατά τη διάρκεια της συμβάσεως όσο και μετά την λύση της.
6. Η παρακολούθηση από τον ίδιο και του προσωπικού του των προγραμμάτων επαγγελματική κατάρτισης που διοργανώνει ο δικαιοπάροχος.
7. Η κοινοποίηση των οικονομικών καταστάσεων προς τον δικαιοπάροχο και η έγκαιρη πληρωμή των συμφωνηθέντων ποσών.
8. Η μη μετάβαση των δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του που απορρέουν από την σύμβαση χωρίς την έγκριση του δικαιοπαρόχου.
9. Να επιτρέπει στον δικαιοπάροχο τη διενέργεια ελέγχων του καταστήματος του, των μεταφορικών του μέσων, των πωλουμένων μέσων, των πωλουμένων προϊόντων, όπως επίσης και των λογιστικών του βιβλίων.<sup>68</sup>

<sup>67</sup> Βλ. σχετικά Πτυχιακή Εργασία: Χαλαμπίδη Δεσπ. ,Τίτλ: FRANCHISING ( περιγραφή του θεσμού, εφαρμογές, πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα, κριτική-προβλέψεις, προτάσεις) , ΠΑΤΡΑ 1995, σελ. 7

<sup>68</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π., σελ. 1055

#### δ) Λοιπές διατάξεις

Στο τμήμα αυτό περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αφορούν:

1. Τη διάρκεια της σύμβασης.
2. Τους τρόπους λύσης της σύμβασης και
3. Τον καθορισμό των μετασυμβατικών υποχρεώσεων των μερών, οι κυριότερες των οποίων είναι: η αποζημίωση του ανυπαίτιου μέρους για τη λύση της σύμβασης, η απόδοση από τον δικαιοδόχο στον δικαιοπάροχο κάθε είδους αντικειμένου που του παρέδωσε προκειμένου ο δικαιοπάροχος να το χρησιμοποιήσει για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στο πλαίσιο της δικαιόχρησης, όπως π.χ. εγχειρίδια, διαφημιστικά φυλλάδια, επιστολόχαρτα, τιμοκατάλογοι, πνακίδες κ.τ.λ. Ακόμα η παράλειψη χρησιμοποίησης από τον δικαιοδόχο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας του δικαιοπαρόχου και η ανάληψη από τον δικαιοπάροχο των αδιάθετων αποθεμάτων του δικαιοδόχου.

Το σημείο αυτό είναι πολύ σημαντικό για τις συμβάσεις δικαιόχρησης γι' αυτό και ο μελλοντικός δικαιοπάροχος θα πρέπει να προσέξει τους όρους που σχετίζονται με τον τερματισμό και την ανανέωση της συμβάσεως δικαιόχρησης. Μερικοί δικαιοπάροχοι έχουν κατηγορηθεί ότι επινοούν και φέρνουν για υπογραφή στον δικαιοδόχο, συμφωνίες που επιτρέπουν την αυθαίρετη ακύρωση τους.

Βέβαια αυτό είναι λογικό από την μεριά του δικαιοπαρόχου αφού πρέπει να έχει νομική προστασία, αν ο δικαιοδόχος δεν κατορθώσει να επιτύχει ένα ικανοποιητικό επίπεδο λειτουργίας της επιχείρησής του ή αν αποτύχει να διατηρήσει ικανοποιητικής ποιότητας πρότυπα. Πάντως ο υποψήφιος δικαιοδόχος θα πρέπει να αποφεύγει συμφωνίες που προβλέπουν υπερβολικά αυστηρούς όρους ακύρωσης της συμφωνίας. Ένας ακόμα όρος της συμφωνίας δικαιόχρησης που θα πρέπει ξεκάθαρα να αναφέρεται σε αυτή είναι το δικαίωμα του δικαιοδόχου να ανανεώσει την συμφωνία δικαιόχρησης μετά τη λήξη της, αν και εφόσον έχει φέρει την επιχείρησή του σ' ένα επιτυχημένο λειτουργικό επίπεδο.

Τέλος στο σημείο αυτό σε κάθε σύμβαση αναφέρεται και ο καθορισμός των αρμοδίων δικαστηρίων για την εκδίκαση των από τη σύμβαση διαφορών, όπως επίσης και του εφαρμοστέου δικαίου. Πρέπει να τονιστεί ότι κατά την κατάρτιση κάθε συμβάσεως δικαιόχρησης χρειάζεται μεγάλη προσοχή όσο αφορά τις νομοθετικές ρυθμίσεις ούτως ώστε να μην είναι αντίθετες τόσο με την κοινοτική

νομοθεσία περί ανταγωνισμού όσο και με το ελληνικό δίκαιο, γιατί διαφορετικά υπάρχει σοβαρότατη περίπτωση να ακυρωθεί όλη η σύμβαση.<sup>69</sup>

### 3.3 ΝΟΜΙΚΗ ΦΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING

#### α) Η σύμβαση Franchising ως μεικτή σύμβαση

Η σύμβαση Franchising μπορεί να θεωρηθεί ως μια σύμβαση συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων με σκοπό την εκμετάλλευση ενός “πακέτου” Franchising για την επίτευξη κέρδους, περιέχει ουσιώδη στοιχεία περισσότερων συμβατικών τύπων του αστικού και εμπορικού δικαίου. Αυτό σημαίνει ότι δεν μπορεί να υπαχθεί αναγκάως σ’ έναν από τους συμβατικούς αυτούς τύπους. Πρόκειται για μια τυπική περίπτωση μεικτής σύμβασης, μη ρυθμιζόμενης από τον νόμο, η οποία περιέχει στοιχεία διάφορων επώνυμων συμβάσεων, όπως μίσθωσης προσοδοφόρου δικαιώματος, σύμβασης παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών και σύμβασης εντολής.

Η φύση της σύμβασης Franchising ως μίσθωσης με την έννοια της ΑΚ 638 εκφράζεται στην υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να παραχωρεί στον δικαιοδόχο τη χρήση και εκμετάλλευση δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας και τεχνογνωσίας. Η υποχρέωση εξάλλου του δικαιοπαρόχου για συνεχή υποστήριξη του δικαιοδόχου, κυρίως με τη μορφή παροχής συμβουλευτικού έργου, προσδίδει στο Franchising τον χαρακτήρα σύμβασης παροχής υπηρεσιών. Το δικαίωμα του δικαιοπαρόχου για παροχή οδηγιών και άσκηση εποπτείας αποτελεί στοιχείο της κατά ΑΚ 713 εντολής.

Εν τούτοις η προώθηση των πωλήσεων, την οποία υπόσχεται ο δικαιοδόχος συνήθως στη σύμβαση Franchising με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής του εργασίας, δεν αποτελεί διεξαγωγή υπόθεσης του δικαιοπαρόχου με την έννοια της ΑΚ 713, αλλά είναι υπόθεση του δικαιοδόχου με την έννοια ότι αυτός φέρει τον κίνδυνο της επιτυχίας ή μη των προσπαθειών του. Το γεγονός εξάλλου ότι η προώθηση των πωλήσεων γίνεται με τη συνεχή υποστήριξη του δικαιοπαρόχου, προσδίδει στη σύμβαση Franchising έντονο συνεργασιακό χαρακτήρα, ο οποίος

<sup>69</sup> Βλ. σχετικά Πτυχιακή Εργασία: Χαραλαμπίδη Δεσπ., Τίτλ:FRANCHISING (περιγραφή του θεσμού, εφαρμογές, πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα, κριτική-προβλέψεις, προτάσεις), ΠΑΤΡΑ 1995, σελ. 7

σχετικοποιεί τόσο το στοιχείο της εντολής όσο και την ανταλλακτική φύση της σύμβασης Franchising.<sup>70</sup>

### β) Η σύμβαση Franchising ως διαρκής σύμβαση

Με τη σύμβαση Franchising οι συμβαλλόμενοι αποβλέπουν στη θέσπιση του νομικού πλαισίου, το οποίο θα ρυθμίζει την εμπορική τους συνεργασία για ορισμένο ή αόριστο χρόνο. Λόγω του διαρκούς χαρακτήρα του Franchising, η υποχρέωση (αλλά και το δικαίωμα) του δικαιοπαρόχου για παροχή οδηγιών και συμβουλών προσλαμβάνει τον χαρακτήρα διαρκούς υποχρέωσης για παροχή υποστήριξης στον δικαιοδόχο καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης.

Στην υποχρέωση του δικαιοπαρόχου για ένταξη και διαρκή παροχή στήριξης στον δικαιοδόχο του αντιστοιχεί η υποχρέωση του τελευταίου να καταβάλλει στον δικαιοπάροχο το αντάλλαγμα που συμφωνήθηκε και συνιστάται αφενός στην καταβολή ενός εφάπαξ ποσού και αφετέρου στην περιοδική καταβολή ορισμένου ποσοστού από τις εισπράξεις των πωλήσεων.

Ο σκοπός της συνεργασίας Franchising είναι κατά κανόνα η προώθηση των πωλήσεων ενός προϊόντος, το οποίο εμπορεύεται ή παράγει ο ίδιος ο δικαιοπάροχος. Ο δικαιοπάροχος είναι συνήθως επιχείρηση με υψηλής στάθμης οργανωτική και τεχνογνωσιολογική υποδομή, η οποία πλαισιώνεται από σειρά δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Τα δικαιώματα αυτά, συμπεριλαμβανομένης και της τεχνογνωσίας, αποτελούν το λεγόμενο «πακέτο» Franchising, το οποίο παραχωρεί ο δικαιοπάροχος στον δικαιοδόχο έναντι ανταλλάγματος προς χρήση και εκμετάλλευση, με απώτερο σκοπό την αξιοποίηση του «πακέτου» αυτού για την διάθεση των προϊόντων σε νέες αγορές. Εν τούτοις η κύρια υποχρέωση του δικαιοπαρόχου από τη σύμβαση Franchising δεν περιορίζεται απλώς στην παραχώρηση της χρήσης και εκμετάλλευσης δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας και τεχνογνωσίας αλλά επεκτείνεται στην ένταξη του δικαιοδόχου σε ορισμένο σύστημα πωλήσεων Franchising, το οποίο λειτουργεί κάτω από τις συμβουλές και την εποπτεία του δικαιοπαρόχου.<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απ., Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., σελ. 235

<sup>71</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απ., ό.π., σελ 236

### 3.4 ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΚΑΤΑ MARTINEK<sup>72</sup>

#### 3.4.1 Ταξινόμηση της σύμβασης Franchising με κριτήριο το “προϊόν”.

Για την συστηματική δογματική ταξινόμηση των συμβάσεων Franchising χρησιμοποιείται βασικά ως καθοριστικό κριτήριο το “προϊόν” του συστήματος (εμπορεύματα ή υπηρεσίες).

Στην περίπτωση του Franchising διανομής προϊόντων (εμπορευμάτων) η σύμβαση θεωρείται ως μικτή μεν σύμβαση, που κλίνει όμως περισσότερο προς την σύμβαση εξουσιοδοτημένου εμπόρου ή τη σύμβαση εμπορικού αντιπροσώπου στις οποίες κυρίαρχο στοιχείο είναι η επιμέλεια υπόθεσης και υποστηρίζεται η ανάλογη εφαρμογή των διατάξεων που διέπουν τη σύμβαση αυτή.

Στην περίπτωση του Franchising παροχής υπηρεσιών η σύμβαση κλίνει περισσότερο προς την σύμβαση παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης, με συνέπεια να υποστηρίζεται η ανάλογη εφαρμογή των διατάξεων που αφορούν τις συμβάσεις αυτές.

#### 3.4.2. Ταξινόμηση της σύμβασης Franchising υπερβαίνοντας τη διάκριση που έχει ως κριτήριο το “προϊόν”.

➤ *Η σύμβαση Franchising ως σύμβαση παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης με την ευρεία έννοια.*

Ο πρώτος τρόπος προσέγγισης των συμβάσεων Franchising κινείται στα πλαίσια της σύμβασης παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης, όχι των άυλων αγαθών, αλλά της μεθόδου marketing ή του πακέτου Franchise συνολικά. Τα στοιχεία διανομής στο Franchising διανομής προϊόντων δεν επιτελούν παρά μια συμπληρωματική λειτουργία και τίθενται ουσιαστικά στην υπηρεσία των στοιχείων που αφορούν παραχώρηση άδειας εκμετάλλευσης. Το προς διανομή προϊόν και η ειδικότερη φύση του έχουν σημασία μόνο όσον αφορά την επιλογή της κατάλληλης μεθόδου marketing για το συγκεκριμένο προϊόν.

<sup>72</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., Οι Συμβάσεις Franchising στο ελληνικό δίκαιο και στο κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού, 1995, Σελ. 36

Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατόν να συμπεριληφθούν στην έννοια της παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης όλες οι μορφές Franchising ανεξάρτητα από το αντικείμενό τους και ανεξάρτητα από τις οικονομικές βαθμίδες που συμμετέχουν σε αυτές.

➤ *Η σύμβαση Franchising ως μορφή κάθετης συνεργασίας με στόχο τη διάθεση του “προϊόντος” του συστήματος.*

Ο δεύτερος τρόπος προσέγγισης, που προτείνεται και υποστηρίζεται από τον Martinek, κινείται στα πλαίσια των συστημάτων διανομής. Στην περίπτωση αυτή η σύμβαση Franchising αντιμετωπίζεται ως μια μορφή κάθετης συνεργασίας με στόχο την πώληση του προϊόντος του συστήματος (εμπορεύματα ή υπηρεσίες). Η αναζήτηση της νομικής φύσης της σύμβασης Franchising γίνεται με κριτήριο τη διάταξη και την ειδικότερη σχέση ανάμεσα στα ειδικότερα συμφέροντα των συμβαλλομένων και τη κατανομή των ρόλων μεταξύ τους στα πλαίσια αυτής της συνεργασίας.

Η μορφή της σύμβασης αυτής καθιστά επίσης δυνατή την υπέρβαση της περιπτώσιολογικής μελέτης διάκρισης των διάφορων μορφών Franchising ανάλογα με το αντικείμενό τους ή με βάση τις συμμετέχουσες οικονομικές βαθμίδες. Το κριτήριο που χρησιμοποιεί, και που συνίσταται στην εσωτερική σχέση των εμπλεκομένων συμφερόντων των συμβαλλομένων και στην κατανομή των ρόλων μεταξύ τους στα πλαίσια της κάθετης συνεργασίας, επιτρέπει ακόμα μία ακριβέστερη τυπολογική προσέγγιση των διαφόρων μορφών Franchising ανταποκρινόμενη έτσι καλύτερα στη μεγάλη ποικιλία των συμβατικών μορφών που μπορούν να χαρακτηρισθούν ως συμβάσεις Franchising.

Έτσι λοιπόν σύμφωνα με τον Martinek<sup>73</sup>, ο οποίος επιχειρεί μια συστηματική ταξινόμηση των συμβάσεων Franchising από άποψη νομικής φύσης, η βασική διάκριση του Franchising σε Franchising υπαγωγής και Franchising ισότιμης συνεργασίας υποδιαιρείται περαιτέρω χωρίζοντας τα Franchising ισότιμης συνεργασίας σε :

- Franchising συντονισμού ή ανταλλαγής
- Franchising συνασπισμού ή διμερούς συνδέσμου και
- Franchising “συνομοσπονδίας” ή “συμμαχίας”.

<sup>73</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ 38

### 3.5 Οι τύποι συμβάσεων Franchising που προκύπτουν από την διάκριση του συστήματος Franchising του Martinek.<sup>74</sup>

#### 3.5.1 Σύμβαση Franchising υπαγωγής

Στο Franchising υπαγωγής οι σχετικές συμβάσεις θεμελιώνουν μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου μια σχέση διαμεσολάβησης κατά την πώληση που χαρακτηρίζεται από στοιχεία της σύμβασης εργασίας ή έργου με αντικείμενο την επιμέλεια υποθέσεων. Στην περίπτωση που το Franchising αφορά διανομή προϊόντων πρόκειται για μια παραπέρα εξέλιξη των συστημάτων διανομής μέσω εξουσιοδοτημένων εμπόρων. Στην περίπτωση που το Franchising αφορά παροχή υπηρεσιών, πρόκειται για μεταφορά στο πεδίο της “διανομής” παροχής υπηρεσιών της ιδέας της σχέσης διαμεσολάβησης κατά την πώληση με ταυτόχρονη διαφύλαξη των συμφερόντων του δικαιοπαρόχου. Στον τύπο αυτό του Franchising η κάθετη συνεργασία βασίζεται στην κυριαρχική επιλογή των κατευθύνσεων και ελέγχου του συστήματος από τον δικαιοπάροχο.

Με βάση τα παραπάνω η σύμβαση Franchising υπαγωγής μπορεί να χαρακτηριστεί ως σύμβαση, βάσει της οποίας ο δικαιοπάροχος αναλαμβάνει την υποχρέωση, πάνω στη βάση μιας μεθόδου μάρκετινγκ που αναπτύχθηκε από τον ίδιο και αφορά την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών, να εντάξει την επιχείρηση του δικαιοδόχου στο σύστημα διανομής του. Ο δε δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να προωθεί, εκμεταλλευόμενος το πακέτο Franchise, την πώληση των προϊόντων σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιοπαρόχου και να καταβάλλει τα συμφωνημένα χρηματικά ποσά. Η υποχρέωση του δικαιοδόχου που αφορά την προώθηση των πωλήσεων είναι παρόμοια με αυτή που προκύπτει από την σύμβασης επιμέλειας υποθέσεων. Ακόμα οι υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου υποστήριξης με κάθε τρόπο της επιχείρησης του δικαιοδόχου στο σύστημα καθιστά δυνατόν να εισαχθούν στη σύμβαση εκτός από τα πάγια στοιχεία της σύμβασης παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών και της σύμβασης παροχής αδείας εκμετάλλευσης και άλλα στοιχεία του ενοχικού δικαίου. Τέλος, το περιεχόμενο της σύμβασης δε μπορεί να διασπαστεί σε επί μέρους υποχρεώσεις που αντιπαρατίθενται μεταξύ τους με τη μορφή της ανταλλαγής αλλά αποτελεί μια οικονομική και νομική ενότητα.

<sup>74</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ 44

### 3.5.2 Σύμβαση Franchising συντονισμού ή ανταλλακτικού χαρακτήρα

Στη σύμβαση Franchising συντονισμού ή ανταλλακτικού χαρακτήρα οι υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου είναι σχεδόν πανομοιότυπες. Η βασική διαφορά προς το Franchising υπαγωγής συνίσταται στην έλλειψη δικαιώματος του δικαιοπαρόχου για παροχή οδηγιών. Έτσι λοιπόν ο δικαιοδόχος δεν έχει την υποχρέωση διαφύλαξης των συμφερόντων του δικαιοπαρόχου κατά τη προώθηση των πωλήσεων και συνεπώς η σύμβαση συντονισμού ή ανταγωνιστικού χαρακτήρα δεν περιέχει στοιχεία της σύμβασης διεξαγωγής ή επιμέλειας υπόθεσης, όπως συμβαίνει στη σύμβαση Franchising υπαγωγής. Είναι σύμβαση συνεργασίας κατά την πώληση αλλά όχι σύμβαση διαμεσολάβησης κατά την πώληση με γνώμονα τη διαφύλαξη των συμφερόντων του δικαιοπαρόχου. Η προώθηση των πωλήσεων που αποτελεί και εδώ την κύρια υποχρέωση του δικαιοδόχου δε γίνεται με κριτήριο το συμφέρον του δικαιοπαρόχου αλλά του ίδιου του δικαιοδόχου.

### 3.5.3 Σύμβαση Franchising συνασπισμού ή διμερούς συνδέσμου.

Σε αυτό τον τύπο Franchising, σύμφωνα με τον ορισμό του Martinek<sup>75</sup>, ο δικαιοπάροχος και ο δικαιοδόχος αναλαμβάνουν την αμοιβαία υποχρέωση να προωθήσουν ένα κοινό σκοπό που συνίσταται στην κατά τον καλύτερο τρόπο οργάνωση των πωλήσεων του προϊόντος του συστήματος (εμπορεύματα ή υπηρεσίες) μέσω της επιχείρησης του δικαιοδόχου και βάσει μια κοινής μεθόδου μάρκετινγκ. Με τη σύμβαση Franchising συνασπισμού ή διμερούς συνδέσμου δημιουργείται μια διμελής εταιρεία κατά την έννοια του άρθρου 741 του ΑΚ με την άτυπη μορφή μιας αφανούς ή εσωτερικής εταιρείας.

Τα μέτρα του δικαιοπαρόχου για την ένταξη της επιχείρησης του δικαιοδόχου στο σύστημα και για την υποστήριξη και ενίσχυσή της καθώς και η προώθηση των πωλήσεων από το δικαιοδόχο βάσει της μεθόδου μάρκετινγκ του συστήματος συνιστούν κατά τον Martinek τις αντίστοιχες εισφορές για την επιδίωξη του κοινού σκοπού. Τα δικαιώματα Franchising (royalties) θεωρούνται ως συμμετοχή του δικαιοπαρόχου στην επιτυχία των πωλήσεων του δικαιοδόχου. Ακόμα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η σύμβαση Franchising συνασπισμού ρυθμίζει τη συνεργασία κατά την πώληση στα πλαίσια μιας “κάθετης κοινότητας σκοπού”.

<sup>75</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ 189



### 3.5.4 Σύμβαση Franchising συνομοσπονδίας ή συμμαχίας.

Στη σύμβαση Franchising, σύμφωνα με τον ορισμό του Martinek,<sup>76</sup> υπάρχει παράλληλα προς το σύνολο των επί μέρους διμερών συμβάσεων Franchising συντονισμού ή ανταλλακτικού χαρακτήρα ανάμεσα στο δικαιοπάροχο και στους επιμέρους δικαιοδόχους μια πολυμερής σύμβαση ανάμεσα σε όλους τους συμμετέχοντες στο σύστημα (δικαιοπάροχο και όλους τους δικαιοδόχους), στα πλαίσια της οποίας αναλαμβάνουν αμοιβαίες υποχρεώσεις για τη επιδίωξη του κοινού σκοπού που συνίσταται στην κατά τον καλύτερο τρόπο οργάνωση των πωλήσεων του συστήματος. Κατά κανόνα ο δικαιοπάροχος και οι δικαιοδόχοι συνεργάζονται στα πλαίσια θεσμοθετημένων οργάνων λήψης αποφάσεων σχετικά με τη διαχείριση του συστήματος και την παραπέρα ανάπτυξη της κοινής συνεργασίας. Το σύνολο όλων των συμμετεχόντων στο σύστημα αποτελεί, στη βάση της πολυμερούς σύμβασης, μια εσωτερική αστική εταιρεία.

## 3.6 Η ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εκπλήρωση των υποχρεώσεων των μερών και η αγαστή συνεργασία μεταξύ δικαιοδόχου και δικαιοπαρόχου για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού είναι μεν επιθυμητές σε κάθε σύμβαση Franchising, αλλά όχι και δεδομένες. Οι συνεργασίες Franchising δεν ευδοκιμούν όλες ανεξαιρέτως. Αρκετές από αυτές παρουσιάζουν προβλήματα δυσλειτουργίας ή καταλήγουν ακόμη και σε ναυάγιο.

Τα αίτια μιας τέτοιας δυσμενούς εξέλιξης μπορεί να είναι ποικίλα, όπως η ανεπαρκής έρευνα αγοράς ως προς τη ζήτηση και τις προοπτικές του προϊόντος ή της υπηρεσίας, η κακή σχεδίαση και διάθρωση του συστήματος διανομής, η ανίκανη διαχείριση και διεύθυνση του συστήματος, η έλλειψη επαρκών κεφαλαίων στον δικαιοπάροχο ή στον δικαιοπάροχο, η αλόγιστη και απότομη επέκταση του δικτύου, η κακή επιλογή των ληπτών, η πλημμελής επίβλεψη κ.ά.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ 196

<sup>77</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδη Απ., ό.π., σελ 237

### 3.6.1 ΤΡΟΠΟΙ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Ως προς τις δυνατότητες και τους τρόπους λύσεως της σύμβασης Franchising παρατηρούμε τα εξής :

#### 3.6.1.1 Λύση της σύμβασης franchising λόγω θανάτου, απαγόρευσης, πτώχευσης ή διάλυσης της επιχείρησης ενός των μερών.

Η σύμβαση Franchising ανήκει στην κατηγορία των συμβάσεων που στηρίζονται στην προσωπική σχέση των μερών. Τόσο η προσωπικότητα του δικαιοπαρόχου όσο και του δικαιοδόχου είναι σημαντικά στοιχεία για την ευδοκίμηση της συνεργασίας. Έτσι λοιπόν όσον αφορά τον θάνατο ή την απαγόρευση, ζήτημα λύσης γεννιέται κυρίως όταν τα περιστατικά αυτά επέλθουν στο πρόσωπο του δικαιοδόχου, δεδομένου ότι το πρόσωπο του δικαιοπαρόχου μόνο κατ' εξαίρεση έχει σημασία. Ο φορέας του συστήματος είναι συνήθως μεγάλη επιχείρηση με νομική προσωπικότητα και δεν επηρεάζεται άμεσα από την επέλευση παρόμοιων περιστατικών.

Αντίθετα η πτώχευση της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου ή του δικαιοδόχου ή η διάλυση της (εφόσον πρόκειται για νομικό πρόσωπο) πρέπει να γίνει δεκτό ότι οδηγούν σε αυτόματη λύση της σύμβασης. Σε κάθε όμως περίπτωση και ανεξάρτητα από την ύπαρξη αντίθετης συμφωνίας η επέλευση των περιστατικών αυτών συνιστά κατά κανόνα σπουδαίο λόγο που δικαιολογεί έκτακτη καταγγελία.

Η σημασία της προσωπικότητας του δικαιοδόχου οδηγεί στη αποδοχή της αρχής ότι η ιδιότητα του δικαιοδόχου δεν μπορεί να μεταβιβαστεί ούτε να κληρονομηθεί χωρίς την συγκατάθεση του δικαιοπαρόχου. Το ζήτημα βεβαίως έχει μειωμένη πρακτική σημασία, καθώς οι συμβάσεις Franchising συνήθως περιλαμβάνουν σχετικούς όρους. Κατά κανόνα προβλέπεται ότι ο θάνατος ή η πτώχευση του δικαιοδόχου γεννούν δικαίωμα καταγγελίας εκ μέρους του δικαιοπαρόχου. Σε κάποιες περιπτώσεις προβλέπεται η δυνατότητα του δικαιοπαρόχου ή ακόμη και υποχρέωσή του να συνεχίσει την σύμβαση με τους κληρονόμους του δικαιοδόχου, εφόσον αυτοί πληρούν τους όρους που ο δικαιοπαρόχος θέτει για τα μέλη τους συστήματος. Εναλλακτικώς, μπορεί να προβλέπεται δικαίωμα του δικαιοπαρόχου να εξαγοράσει ο ίδιος την επιχείρηση του

δικαιοδόχου ή να υποδείξει νέο δικαιοδόχο, στον οποίο οι κληρονόμοι του παλαιού οφείλουν να μεταβιβάσουν την επιχείρηση.

### 3.6.1.2 Λύση της σύμβασης με τακτική καταγγελία

Η τακτική καταγγελία της σύμβασης Franchising είναι διαπλαστικό δικαίωμα που ασκείται με δήλωση βουλήσεως που απευθύνεται στον αντισυμβαλλόμενο και κατά συνέπεια δεν έχει νομική ενέργεια παρά μόνο αφ' ότου περιέλθει σε αυτόν. Δεν υποβάλλεται σε τύπο εκτός αν τα μέρη συμφωνήσουν διαφορετικά, οπότε η μη τήρηση του τύπου συνεπάγεται, σε περίπτωση αμφιβολίας, ακυρότητας της καταγγελίας. Ως δήλωση βουλήσεως πρέπει να είναι σαφής και μονοσήμαντη ώστε να γίνεται αμέσως αντιληπτός ο σκοπός της, δεν απαιτείται όμως να αναφέρει και τον λόγο της,<sup>78</sup>

Όταν μια σύμβαση Franchising έχει συνταχθεί από την αρχή ή έχει μετατραπεί εκ των υστέρων σε σύμβαση αορίστου χρόνου, η λύση της με τακτική καταγγελία εκ μέρους οποιουδήποτε από τους συμβαλλομένους και τήρηση της συμφωνημένης προθεσμίας θέτει τα εξής προβλήματα: α) Την κατώτατη διάρκεια ισχύος της σύμβασης, πριν από την οποία η καταγγελία της σύμβασης θα προσέκρουε σε ζωτικά συμφέροντα των συμβαλλομένων β) τον ενδεχόμενο καθορισμό πολύ μεγάλου χρόνου διάρκειας της σύμβασης, με αποτέλεσμα την αδυναμία τακτικής καταγγελίας πριν την πάροδο του γ) την προθεσμία που πρέπει να θέσει ο καταγγέλλων για τη λύση της σύμβασης, σε περίπτωση που τέτοια προθεσμία δεν έχει προσυμφωνηθεί

α) **Κατώτατη διάρκεια:** Οι συμβάσεις Franchising προϋποθέτουν μια σχετικώς μεγάλη διάρκεια ζωής. Όπως αναφέρεται στον Ευρωπαϊκό Κώδικα Δεοντολογίας η διάρκεια αυτή πρέπει να είναι τόση έτσι ώστε να δοθεί η ευκαιρία στους συμβαλλομένους να αποσβέσουν τις επενδύσεις τους αλλά και να αποκτήσουν την απαραίτητη πείρα στην αγορά. Η προστασία του δικαιοδόχου από μια πρόωγη λύση της σύμβασης είναι δικαιολογημένα επιβεβλημένη γιατί συχνά η καταγγελία της σύμβασης από τον δικαιοπάροχο δεν οφείλεται στην αποτυχημένη δήθεν διαμεσολαβητική δραστηριότητα του δικαιοδόχου αλλά αντίθετα στη βλέψη του

<sup>78</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ 133

δικαιοπαρόχου να εκμεταλλευτεί την έως τώρα επιτυχημένη συμπεριφορά του δικαιοδόχου και, αφού λύσει την σύμβαση να δραστηριοποιηθεί ο ίδιος στην αγορά αυτή επιτυγχάνοντας μεγαλύτερο κέρδος.<sup>79</sup>

Για το ζήτημα της απαραίτητης ελάχιστης διάρκειας της σύμβασης Franchising δεν υπάρχει ρητή νομοθετική ρύθμιση. Το ερώτημα της διάρκειας της σύμβασης δεν επιδέχεται ενιαία απάντηση. Η ελάχιστη διάρκεια της σύμβασης εξαρτάται από τις ιδιαιτερότητες της κάθε συγκεκριμένης περίπτωσης, όπως π.χ. ο οικονομικός κλάδος, το είδος της δραστηριότητας(χονδρεμπόριο, λιανεμπόριο, βιοτεχνία κ.ά.) και συναρτάται άμεσα με τις δεσμεύσεις και το ύψος των επενδύσεων του δικαιοδόχου, που ποικίλουν από περίπτωση σε περίπτωση.

Τα όρια της συμβατικής ελευθερίας μπορούν να περιοριστούν τόσο από τις διατάξεις των άρθρων 178, 179 ΑΚ όσο και από τις διατάξεις των άρθρων 371-372 ΑΚ. Έτσι, αν π.χ. μια ρήτρα της σύμβασης επιβάλλει στον δικαιοδόχο μια σειρά από υποχρεώσεις που αφορούν την πραγματοποίηση διαφημίσεων και άλλων δαπανών για την διαμόρφωση και διεύρυνση του καταστήματος του και ταυτόχρονα καθορίζει διάρκεια ισχύος ανεπαρκή για την απόσβεση των επενδύσεων αυτών ή επιφυλάσσει στον δικαιοπάροχο το δικαίωμα να καταγγείλει οποτεδήποτε τη σύμβαση, μπορεί να θεωρηθεί ότι προσκρούει στις παραπάνω διατάξεις.

Στη περίπτωση που οι σχετικές ρήτρες δεν είναι αποτέλεσμα διαπραγματεύσεων ανάμεσα στα μέρη αλλά περιλαμβάνονται σε τυποποιημένη σύμβαση ισχύουν οι αρχές που διέπουν τους γενικούς όρους των συναλλαγών και που οδηγούν κατά βάση στο ίδιο αποτέλεσμα.

**β)Ανώτατη διάρκεια:** Η σημασία του ζητήματος της επιτρεπτής ανώτατης διάρκειας της σύμβασης ορισμένου χρόνου έγκειται στο ότι πριν από την πάροδο του χρόνου αυτού δεν είναι δυνατή η καταγγελία της σύμβασης παρά μόνο για σπουδαίο λόγο.

Όπως γίνεται σαφές ο αποκλεισμός της τακτικής καταγγελίας (δηλ. χωρίς σπουδαίο λόγο) πριν από την πάροδο του χρόνου αυτού συνιστά ένα περιορισμό των συμβαλλομένων. Ενόψει αυτού ο καθορισμός ενός πολύ μεγάλου ορισμένου χρόνου διαρκείας μπορεί να θεωρηθεί ότι αντιβαίνει στα χρηστά ήθη(άρθρα 178,179 ΑΚ).Το ίδιο ισχύει και για τη σύμβαση που συνάφθηκε μεν για αόριστο χρόνο, ταυτόχρονα όμως συμφωνήθηκε, ότι η τακτική καταγγελία δεν μπορεί να γίνει πριν

<sup>79</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απ., ό.π., σελ 241

από την πάροδο ορισμένου χρόνου. Πάντως ο χρόνος της μέγιστης διάρκειας ποικίλει ανάλογα με το δίκτυο Franchising<sup>80</sup>

γ) *Προθεσμία τακτικής καταγγελίας*: Διαφορετικό από το ζήτημα της απαραίτητης ελάχιστης διάρκειας της σύμβασης Franchising που σχετίζεται, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, κυρίως με την απόσβεση των επενδύσεων του δικαιοδόχου, είναι το ζήτημα της προθεσμίας της τακτικής καταγγελίας που συνδέεται άμεσα με τις δυνατότητες των μερών να αναζητήσουν και να βρουν ισοδύναμη εναλλακτική λύση καθώς επίσης και να προβούν στην απαραίτητη αναδιάρθρωση των επιχειρήσεών τους προκειμένου να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες.

Οι συμβάσεις Franchising περιέχουν συνήθως ρυθμίσεις, σχετικές με την προθεσμία τακτικής καταγγελίας. Αν όμως αυτό δεν συμβαίνει, δηλαδή δεν ρυθμίζεται στη σύμβαση το ζήτημα αυτό, τότε ο προσδιορισμός των διατάξεων που θα καλύψουν το συμβατικό κενό θα γίνει με βάση αυτά που γίνονται δεκτά σχετικώς με τη νομική φύση της σύμβασης Franchising. Ακόμα θα ληφθεί υπόψη η πραγματική διάρκεια της σύμβασης μέχρι τον χρόνο καταγγελίας.<sup>81</sup>

### 3.6.1.3 Λύση της σύμβασης Franchising με έκτακτη καταγγελία

Η σύμβαση Franchising, είτε ορισμένου είτε αορίστου χρόνου, ως σύμβαση που θεμελιώνει διαρκή ενοχική σχέση είναι δυνατό να λυθεί οποτεδήποτε με έκτακτη καταγγελία οποιουδήποτε από τα μέλη, βασιζόμενη σε σπουδαίο λόγο ο οποίος να δικαιολογεί τη λύση της συνεργασίας του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου.<sup>82</sup> Στην περίπτωση αυτή το σημαντικότερο πρόβλημα είναι τι θα ισχύει εάν, ενώ έχει καταγγελθεί η σύμβαση από τον δικαιοπάροχο για σπουδαίο λόγο, ο δικαιοδόχος αμφισβητήσει την ύπαρξη σπουδαίου λόγου και άρα το κύρος της καταγγελίας, θεωρώντας ότι η σύμβαση συνεχίζει να δεσμεύει τον δικαιοπάροχο.<sup>83</sup>

---

<sup>80</sup> Βλ. σχετικά Ηλ.Σουφλερός, ό.π., σελ. 126 επ., όπου μετά από εξέταση των σχετικών ατομικών αποφάσεων της Επιτροπής και των άλλων κοινοτικών κανονισμών καταλήγει ότι η δεκαετής ανώτατη διάρκεια των συμβάσεων Franchising μπορεί να θεωρηθεί εύλογη στις περισσότερες περιπτώσεις.

<sup>81</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ. 134

<sup>82</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ. 243

<sup>83</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδη Απ., ό.π., σελ. 246

*Σπουδαίος λόγος στην καταγγελία διαρκών συμβάσεων:*

Ως σπουδαίος λόγος νοούνται “όλα εκείνα τα περιστατικά τα οποία, λαμβανομένης υπόψη της φύσης, των σκοπών και των λειτουργιών της σύμβασης, καθιστούν επαχθή, με βάση την καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη, τη συνέχιση της συμβατικής σχέσης για τον καταγγέλοντα μέχρι το χρόνο που επιτρέπεται η τακτική καταγγελία ή μέχρι τη συμβατικά προβλεπόμενη λήξη τους.”

Στη σύμβαση Franchising που χαρακτηρίζεται έντονα από το προσωπικό στοιχείο, σπουδαίο λόγο συνιστά κατ' εξοχήν η σοβαρή διατάραξη της αμοιβαίας εμπιστοσύνης. Ο σπουδαίος λόγος δεν είναι απαραίτητο να οφείλεται σε υπαιτιότητα ενός από τα μέρη αλλά μπορεί να έχει και αντικειμενικό χαρακτήρα.<sup>84</sup>

#### **3.6.1.4 Άλλες δυνατότητες λύσης της σύμβασης Franchising:**

**α) Υπαναχώρηση :**Στις διαρκείς συμβάσεις το δικαίωμα υπαναχώρησης συνήθως αντικαθίσταται με το δικαίωμα καταγγελίας για σπουδαίο λόγο. Η αιτία βρίσκεται στο ότι η υπαναχώρηση λειτουργεί αναδρομικά επιφέροντας κατάργηση της όλης ενοχικής σχέσης δημιουργώντας έτσι αμοιβαία υποχρέωση των συμβαλλομένων για απόδοση όλων των παροχών που έχουν λάβει αυτά τα χρόνια. Έτσι λοιπόν η άσκηση αυτού του δικαιώματος δεν συμφέρει οικονομικά κανένα από τα δύο μέρη. Η υπαναχώρηση μπορεί ωστόσο να είναι δυνατή αν η σύμβαση δεν άρχισε ακόμη να λειτουργεί ή λειτούργησε μόνο για μικρό χρονικό διάστημα.

**β) Ακυρωσία της σύμβασης:** Ανάλογες ρυθμίσεις ισχύουν και για την επιδίωξη της ακύρωσης μιας ενδεχόμενα ακυρώσιμης δικαιοπραξίας, που ενεργεί επίσης αναδρομικά. Σε μια τέτοια περίπτωση και προκειμένου να αποφευχθούν οι σχετικές δυσχέρειες θα μπορούσε να γίνει δεκτή η ύπαρξη πραγματικής συμβατικής σχέσης.

**γ)Λύση της σύμβασης λόγω απρόοπτης μεταβολής των συνθηκών(ΑΚ 388):**

Η διάταξη του άρθρου 388 ΑΚ αποτελεί μια από τις βασικότερες και πιο ρηξικέλευθες διατάξεις του ΑΚ. Προβλέπει την υποχώρηση της αρχής του

<sup>84</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., ό.π. , σελ. 163

απαραβίαστου των συμβάσεων αναγνωρίζοντας την δυνατότητα δικαστικής λύσης ή αναθεώρηση μια σύμβασης σε περίπτωση απρόοπτης μεταβολής των συνθηκών που έχει ως αποτέλεσμα την διαταραχή της ισορροπίας παροχής – αντιπαροχής.<sup>85</sup>

**δ) Λύση με κοινή συμφωνία:** Όπως είναι φυσικό τα μέρη μπορούν οποτεδήποτε να λύσουν με κοινή συμφωνία τη σύμβαση Franchising. Στην περίπτωση αυτή η συμφωνία θα ρυθμίζει συνήθως και όλα τα συναφή προβλήματα που ανακύπτουν.<sup>86</sup>

**ε) Η αυτόματη λύση της σύμβασης:** Η σύμβαση Franchising λύεται αυτόματα με την πάροδο του συμβατικού χρόνου διάρκειας της . Ακόμη η αυτόματη λύση της σύμβασης Franchising επέρχεται και στην περίπτωση θανάτου, πτώχευσης, υποβολής σε δικαστική συμπαράσταση και διάλυσης του νομικού προσώπου είτε του δικαιοπαρόχου είτε του δικαιοδόχου. Βέβαια μπορεί να υπάρξει σχετική αντίθετη συμβατική πρόβλεψη των μελών, η οποία όμως δεν μπορεί να αποκλείσει την άσκηση του δικαιώματος έκτακτης καταγγελίας για σπουδαίο λόγο, ο οποίος θα συνίσταται στην επέλευση κάποιου από τα παραπάνω περιστατικά. Συνήθως στην πράξη υπάρχει ιδιαίτερη συμβατική πρόβλεψη για την περίπτωση του θανάτου του δικαιοδόχου, όπου προβλέπεται ότι η σύμβαση Franchising μπορεί να συνεχισθεί μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του κληρονόμου του δικαιοδόχου, εφόσον βέβαια ο δεύτερος το επιθυμεί και επιπλέον πληρεί τις απαραίτητες προϋποθέσεις. Τέλος μπορεί συμβατικά να προβλέπεται ότι την αυτόματη λύση της σύμβασης επιφέρουν και άλλα σημαντικά περιστατικά.<sup>87</sup>

### 3.7 ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING

Με τη λύση της σύμβασης Franchising δημιουργούνται για τα μέρη ορισμένες μετασυμβατικές υποχρεώσεις όπου κρίνεται σκόπιμο αυτές οι υποχρεώσεις να συμπεριλαμβάνονται και να αναλύονται στη σύμβαση Franchising προς αποφυγή μεταγενέστερων παρεξηγήσεων.

<sup>85</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ , ό.π., σελ. 248

<sup>86</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ , ό.π., σελ. 250

<sup>87</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ , ό.π., σελ. 250

## I. Υποχρέωση αποζημίωσης

Αν πρόκειται για περίπτωση τακτικής καταγγελίας ή έκτακτης καταγγελίας για ανυπαίτιο σπουδαίο λόγο, τότε οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων μετά τη λύση της ενοχικής τους σχέσης συνίσταται κυρίως στην απόδοση των πραγμάτων, στην απόδοση (παύση) της χρήσης των δικαιωμάτων και των άλλων ωφελειών, που κατά τη διάρκεια της σύμβασης είχαν παραχωρηθεί από τον έναν αντισυμβαλλόμενο στον άλλον για χρήση και εκμετάλλευση. Αντίθετα η προβολή αξιώσεων αποζημίωσης δεν είναι δυνατή. Τέτοιες αξιώσεις μπορούν να ζητηθούν μόνο στην περίπτωση έκτακτης καταγγελίας, που οφείλεται στην αντισυμβατική συμπεριφορά του καταγγελλόμενου μέρους.

Το σημαντικότερο όμως ζήτημα που δημιουργείται εδώ αφορά την ενδεχόμενη υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να καταβάλλει αποζημίωση μετά τη λύση της σύμβασης Franchising στον δικαιοδόχο τόσο για την πελατεία που με δικές του ενέργειες δημιούργησε ο δεύτερος όσο και για τη συμμετοχή του στην αύξηση της εμπορικής φήμης του συστήματος και του δικτύου Franchising. Πραγματικά είναι γεγονός ότι ο κάθε δικαιοπάροχος συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση της πελατείας του δικτύου Franchising όπου είναι ενταγμένος, όσο και αν αναμφίβολα το εμπορικό σήμα, η εμπορική φήμη, η οργάνωση κ.τ.λ. της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου τον βοηθούν σε μεγάλο βαθμό σε αυτό. Όμως χωρίς τις προσπάθειες και την επιχειρηματική ικανότητα του δικαιοδόχου μόνο η φήμη της επιχείρησης και των προϊόντων της δεν θα ήταν αρκετά τόσο για να διατηρήσουν όσο και για να αυξήσουν την φήμη και πελατεία του δικτύου στην συγκεκριμένη τοπική αγορά. Έτσι λοιπόν η αξίωση αποζημίωσης πελατείας του δικαιοδόχου από τον δικαιοπάροχο είναι καθ' όλα δικαιολογημένη, γεγονός που επιβεβαιώνεται με την ύπαρξη σχετικής ρήτρας μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού στις συμβάσεις Franchising.<sup>88</sup>

Ιδιαίτερα προβλήματα δημιουργούνται επίσης, όσον αφορά την εύλογη απαίτηση του δικαιοδόχου να αποζημιωθεί για την πελατεία και το λεγόμενο good-will της επιχείρησης, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, τα οποία μετά τη λύση της σύμβασης “κληρονομεί” ο δικαιοπάροχος. Λόγω έλλειψης σχετικής νομικής ρύθμισης και

<sup>88</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ, ό.π., σελ. 251



εφόσον η νομιμότητα μιας τέτοιας απαίτησης δεν αμφισβητείται, τέτοιες υποθέσεις συνήθως ρυθμίζονται σύμφωνα με τις διατάξεις του αδικαιολόγητου πλουτισμού.<sup>89</sup>

## II. Υποχρέωση απόδοσης

Ακόμη πρέπει να σημειωθεί ότι μετά τη λύση της σύμβασης βασική υποχρέωση του δικαιοδόχου είναι να αποδώσει στον δικαιοπάροχο όλα τα αντικείμενα εκείνα που έλαβε από αυτόν προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στα πλαίσια της σύμβασης Franchising. Τα αντικείμενα αυτά όπως το εγχειρίδιο λειτουργίας, το διαφημιστικό υλικό, οι διάφοροι κατάλογοι κ.τ.λ., πρέπει να παραδοθούν σε καλή κατάσταση. Ο σημαντικότερος δικαιολογητικός λόγος της μετασυμβατικής αυτής υποχρέωσης είναι να μη δοθεί η δυνατότητα στον πρώην δικαιοδόχο ή σε οποιοδήποτε τρίτο να χρησιμοποιήσει αυτό το υλικό, το οποίο αφενός μεν περιέχει επιχειρηματικά απόρρητα του δικαιοπαρόχου αφετέρου δεν μπορεί η χρησιμοποίησή του να δημιουργεί εσφαλμένη γνώμη στο καταναλωτικό κοινό ότι ο τέως δικαιοδόχος συνδέεται ακόμα με το δίκτυο Franchising.

## III. Υποχρέωση παράλειψης

Ακόμη βασικότερη από την προηγούμενη είναι η υποχρέωση του δικαιοδόχου αμέσως μετά τη λύση της σύμβασης να παραλείπει τη χρήση και εκμετάλλευση τόσο των δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας όσο και της τεχνογνωσίας του και γενικότερα του πακέτου Franchise του οποίου η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του είχε παραχωρηθεί με βάση τη σύμβαση Franchising. Ο σημαντικότερος δικαιολογητικός λόγος για την υποβολή αυτής της υποχρέωσης είναι και εδώ η μη δημιουργία εσφαλμένης εντύπωσης στο καταναλωτικό κοινό ότι ο τέως δικαιοδόχος εξακολουθεί ακόμη να ανήκει στο δίκτυο Franchising του δικαιοπαρόχου.<sup>90</sup>

<sup>89</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απ., ό.π., σελ. 221

<sup>90</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ. 255

#### **IV. Η εκτέλεση εκκρεμών παραγγελιών**

Η λύση της σύμβασης Franchising δημιουργεί το εύλογο ερώτημα της τύχης των εκκρεμών, κατά το χρονικό εκείνο διάστημα, παραγγελιών των προϊόντων του δικτύου. Στην περίπτωση λοιπόν που ο δικαιοδόχος επιθυμεί την εκτέλεση της εκκρεμής σύμβασης πωλήσεων, γιατί π.χ. έχει αναλάβει υποχρέωση παράδοσης των εμπορευμάτων σε πελάτες του, θα πρέπει ο δικαιοπάροχος να προβεί στη εκτέλεση αυτής της σύμβασης, ακόμη και μετά τη λύση της σύμβασης Franchising, παραδίδοντας στον δικαιοδόχο τα παραγγελθέντα εμπορεύματα. Αντίθετα στην περίπτωση που η λύση της σύμβασης έχει γίνει λόγω έκτακτης καταγγελίας από τον δικαιοπάροχο για σπουδαίο λόγο οφειλόμενο σε αντισυμβατική συμπεριφορά θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι ο λόγος αυτός έχει επίπτωση και στις εκκρεμείς συμβάσεις πωλήσεως, με αποτέλεσμα να δικαιολογεί υπαναχώρηση του δικαιοπαρόχου από αυτές.<sup>91</sup>

#### **V. Η ανάληψη των αδιάθετων αποθεμάτων**

Είναι πολύ πιθανό μετά τη λύση της σύμβασης Franchising να έχουν παραμείνει στη κατοχή του δικαιοδόχου αδιάθετα προϊόντα του συστήματος καθώς επίσης και ανταλλακτικά ή και εξαρτήματα τους, ανάλογα με το είδος των προϊόντων. Αυτό συνήθως συμβαίνει γιατί ο δικαιοπάροχος έχει τη συμβατική υποχρέωση να διατηρεί αποθέματα αυτών των προϊόντων για την υποστήριξη των πωλήσεων τους. Έτσι λοιπόν ο δικαιοπάροχος έχει την μετασυμβατική υποχρέωση να αναλάβει τόσο τα αδιάθετα αποθέματα του δικαιοδόχου όσο και τα αδιάθετα ανταλλακτικά και εξαρτήματα. Σε υλοποίηση της παραπάνω υποχρέωσης ο δικαιοπάροχος πρέπει να αγοράσει τα αποθέματα του δικαιοδόχου με καταβολή σε αυτόν χρηματικού ποσού ίσου με την αξία των αποθεμάτων την δεδομένη χρονική στιγμή.<sup>92</sup>

#### **VI. Διαιτησία**

Υπάρχει διεθνώς μια συνεχώς αυξανόμενη τάση για τη υποβολή των διαφορών από τις συμβάσεις Franchising στη διαιτησία. Πλέον αποτελεί τον πιο ενδεδειγμένο τρόπο επίλυσης των εν λόγω διαφορών, κυρίως γιατί οι διαιτητές που θα ορισθούν θα

<sup>91</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ. 251 κ' Σουφλερός Ηλ., ό.π., σελ. 182

<sup>92</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ. 256

είναι κατά τεκμήριο πολύ καλές γνώστες του Franchising. Κατά συνέπεια θεωρείται σκόπιμο να τίθεται στις συμβάσεις Franchising ρήτρα διαιτητικής επίλυσης των σχετικών διαφορών.<sup>93</sup>

### 3. 8 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ

#### 3.8.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

##### α) Για τον δικαιοδόχο

Αξιοσημείωτο είναι ότι, σύμφωνα με τα στοιχεία έγκυρων οργανισμών που μελετούν θέματα Franchise, οι νέες επιχειρήσεις λιανεμπορίου που δεν ανήκουν σε δίκτυο καταστημάτων παρουσίασαν θνησιμότητα περίπου 80% κατά την πρώτη κρίσιμη πενταετία της λειτουργίας τους. Το αντίστοιχο ποσοστό επιχειρήσεων που άνηκαν σε δίκτυο καταστημάτων ήταν περίπου 16%. Αυτή η ευκαιρία της εξασφάλισης της επιχειρηματικής δράσης μέσω ενός μοντέλου που ο δικαιοπάροχος έχει αναπτύξει, αποτελεί το βασικότερο πλεονέκτημα για τον δικαιοδόχο. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα της δικαιόχρησης για τον δικαιοδόχο είναι:<sup>94</sup>

**Ι.Ο κάθε δικαιοδόχος απαλλάσσεται σε σημαντικό βαθμό από την ενασχόληση με οργανωτικά προβλήματα.** Με αυτόν τον τρόπο ο δικαιοδόχος έχει περισσότερο χρόνο στην διάθεσή του για να ασχοληθεί και να αφοσιωθεί στην αύξηση και προώθηση των πωλήσεων. Με αυτό τον τρόπο δεν έχει πρόσθετα προβλήματα, τα οποία αφορούν τις προμήθειες, την έρευνα αγοράς, την οργάνωση της διαφημιστικής προβολής κ.τ.λ. Ακόμα, ο δικαιοδόχος εξοικονομεί τις δαπάνες που θα απαιτούνταν για την οργανωτική δομή και την κατάρτιση της επιχείρησης σε περίπτωση που ξεκινούσε ανεξάρτητη και όχι κάτω από την 'ομπρέλα' του δικτύου Franchising.

**ΙΙ.Ο δικαιοδόχος επωφελείται από την εμπορική φήμη και την πελατεία του επιχειρηματικού συστήματος του δικαιοπαρόχου.** Έτσι εξασφαλίζει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων ανεξάρτητων επιχειρήσεων του

<sup>93</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ. 259

<sup>94</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., FRANCHISING (Νομική και επιχειρηματική Διάσταση), ΑΘΗΝΑ 1998, σελ. 82

ίδιου κλάδου και ταυτόχρονα ελαχιστοποιείται στην πράξη το επιχειρηματικό ρίσκο της επιχείρησης.<sup>95</sup>

**III.Ο δικαιοδόχος απολαμβάνει την ενεργή υποστήριξη και βοήθεια του δικαιοπάρoχου σε μια σειρά ζωτικών σημασίας για την επιχείρηση τομείς.** Σε όλη την διάρκεια της συμβάσεως Franchising ο δικαιοπάρoχος αναλαμβάνει την εκπαίδευση του ίδιου του επιχειρηματία αλλά και των στελεχών της επιχείρησης , αναλαμβάνει τον τόπο εγκατάστασης και την προμήθεια πρώτων υλών ή έτοιμων προϊόντων, την μεταφορά των εμπορευμάτων ,την διοίκηση του προσωπικού ,την διαφήμιση και πολλές άλλες δραστηριότητες. Με αυτόν τον τρόπο άτομα που για πρώτη φορά εισέρχονται στον επιχειρηματικό κλάδο μπορούν να εξελιχθούν σε επιτυχημένους επαγγελματίες.

**IV.Βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας του δικαιοδόχου.** Ο δικαιοδόχος μέλος ενός επώνυμου δικτύου Franchising πλέον, έχει την δυνατότητα μιας ευκολότερης και με ευνοϊκότερους όρους χρηματοδότησης από το τραπεζικό σύστημα .

**V.Ο δικαιοδόχος επωφελείται από τις οικονομίες κλίμακας και έτσι έχει την δυνατότητα να παρέχει τα προϊόντα του ή τις υπηρεσίες του σε ανταγωνιστικές τιμές.** Έτσι η επιχείρηση κάνει τα πρώτα τις βήματα στην αγορά έχοντας ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα : ποιοτικά προϊόντα ,σε πολύ χαμηλές τιμές..

Ακόμα, ο δικαιοδόχος επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας και σε άλλες περιπτώσεις όπως : οι διαφημίσεις (δαπάνη που έχει αναλάβει πλέον ο δικαιοπάρoχος), τα ενοίκια αποθήκης (δεν υπάρχει πλέον ανάγκη να διατηρούνται αποθηκευτικοί χώροι), έξοδα διατήρησης stock ( δεν διατηρεί πλέον stock εκτός από αυτά που προβάλλει μέσα στο κατάστημα) κ.τ.λ.<sup>96</sup>

**VI.Ο δικαιοδόχος επωφελείται από την διαφήμιση της επιχείρησης που πραγματοποιεί ο δικαιοπάρoχος.** Η μέθοδος παραχώρησης παρέχει όλα τα πλεονεκτήματα μιας ευρείας παρουσίας στην αγορά, με εθνική και σε πολλές περιπτώσεις διεθνή ακτινοβολία. Σε όλες τις περιπτώσεις όλη αυτήν την εκστρατεία την αναλαμβάνει ο δικαιοπάρoχος με μια αναλογικά πολύ μικρή οικονομική επιβάρυνση στο δικαιοδόχο.

<sup>95</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π. , σελ. 1052

<sup>96</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π., σελ. 1052

**VII.Ο δικαιοδόχος παρά την ένταξη του σε ένα δίκτυο Franchising παραμένει ένας ανεξάρτητος επαγγελματίας.**

Έτσι απολαμβάνει όλα τα προνόμια της ανεξαρτησίας λειτουργώντας παράλληλα σαν τμήμα ενός μεγάλου εμπορικού οργανισμού και συνεπώς επωφελούμενος τις διαρκείς υπηρεσίες υποστήριξης που του παρέχει.

**VIII.Ο δικαιοδόχος επωφελείται από τη συνεχή ανανέωση και εξέλιξη του συστήματος Franchising .** Καθ' όλη την διάρκεια της συμβάσεως ο δικαιοπάροχος κάνει ενέργειες έτσι ώστε μέσω του δικτύου Franchising που έχει δημιουργήσει ,να ενημερώνεται και να παρακολουθεί τις τάσεις και τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά . Μέσω αυτού έχει την δυνατότητα να γνωρίζει άμεσα τις ανάγκες των καταναλωτών και να χαράζει έτσι σωστή εμπορική πολιτική διατηρώντας το σύστημα πάντοτε σύγχρονο και ανταγωνιστικό.<sup>97</sup>

*β) Για τον δικαιοπάροχο*

**I.Η ταχεία ανάπτυξη και εξάπλωση της επιχείρησης που επιτυγχάνεται μέσω της αυτοχρηματοδότησης.** Ο δικαιοπάροχος εκμεταλλεύεται τα χρηματικά ποσά που ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να καταβάλει για να έχει το δικαίωμα εισόδου στο σύστημα Franchising αλλά και στα διαρκή Δικαιώματα του συστήματος , για να υποστηρίξει και να αναπτύξει το δίκτυο του. Ακόμα, με τα προαναφερθέντα χρηματικά ποσά οργανώνει σημαντικά διαφημιστικά προγράμματα που συντελούν στην εξάπλωση του δικτύου καταστημάτων του. Τέλος, αποκτά ένα σημαντικό δίκτυο καταστημάτων τα όποια δημιουργούνται και λειτουργούν με κεφάλαια και ανθρώπινο δυναμικό των δικαιοδόχων και το σημαντικότερο, με πολύ μικρότερο ρίσκο από ότι αν δημιουργούσε ένα δίκτυο υποκαταστημάτων.

**II.Η ραγδαία αύξηση της εμπορικής του φήμης και πελατείας με αποτέλεσμα την καθιέρωση του στην αγορά.** Η μετατροπή του δικτύου της επιχείρησης σε μια αλυσίδα αποκλειστικών καταστημάτων έχει ως αποτέλεσμα να απευθύνεται παράλληλα σε πολλές αγορές. Αυτό σημαίνει ότι μεγαλώνει τον τζίρο του, άρα και τον όγκο των αγορών του και κατά συνέπεια την διαπραγματευτική του ικανότητα έναντι των προμηθευτών του. Παράλληλα, έχει τη δυνατότητα να διεκδικήσει αντιπροσώπευση προμηθευτών που

<sup>97</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ , ό.π., σελ.80

απαιτούν μεγάλο τζίρο. Το τελικό αποτέλεσμα είναι να επιτυγχάνει χαμηλότερες τιμές λιανικής πώλησης, εφόσον δεν μεσολαβεί κέρδος χονδρικής πώλησης, δηλαδή πιο ανταγωνιστικά προϊόντα.

**III. Η πραγματοποίησης οικονομιών κλίμακας.** Για τον δικαιопάροχο υπάρχουν οικονομίες κλίμακας σε πολλές κατηγορίες εξόδων, λόγω του μεγάλου όγκου πωλήσεων και των πολλών σημείων πώλησης και συνεπώς την μείωση του κόστους. Οι κατηγορίες αυτές περιλαμβάνουν : έξοδα λογιστηρίου, έξοδα αποθήκευσης, έξοδα εκπαίδευσης προσωπικού, έξοδα ταξιδιών κ.τ.λ.

**IV. Η άμεση και έγκυρη ενημέρωση για τις τάσεις της αγοράς.** Διατηρώντας δικαιοδόχους σε πολλές περιοχές, ο δικαιοπάροχος έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο δίκτυο πληροφοριών όσον αφορά την ενημέρωση του για τις συνθήκες που επικρατούν στις διάφορες αγορές αλλά και για τις τοπικές καταναλωτικές συνήθειες. Έτσι, είναι σε θέση να χαράζει σωστή επιχειρηματική πολιτική, βασισμένη στα δεδομένα της αγοράς.

**V. Ο άμεσος έλεγχος της διανομής των προϊόντων και της παροχής των υπηρεσιών.** Η μέθοδος του Franchising επιτρέπει στον δικαιοπάροχο να ασκεί άμεσο έλεγχο στον τρόπο άσκησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των δικαιοδόχων του, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνεται η εφαρμογή ενός ενιαίου συστήματος διάθεσης των προϊόντων και υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό.

**VI. Η εκμετάλλευση της εμπειρίας των δικαιοδόχων για την συνεχή βελτίωση και ανανέωση του συστήματος.** Ο δικαιοπάροχος έχει την δυνατότητα να επωφελείται διαρκώς από τις γνώσεις και την εμπειρία που αποκτούν οι δικαιοδόχοι κατά τη διάρκεια της λειτουργίας των επιχειρήσεων τους στα πλαίσια του δικτύου, λαμβανομένου υπόψη ότι πρόκειται για ανεξάρτητους επιχειρηματίες που είναι φυσικό να ενδιαφέρονται για την επιτυχή πορεία του συστήματος.<sup>98</sup>

**VII. Η γεωγραφική επέκταση του δικτύου του παρέχει τη δυνατότητα αύξησης της ποικιλίας των προϊόντων του.** Το δίκτυο καταστημάτων απευθύνεται σε πολλές περιοχές και επειδή πρέπει να καλύπτει τις διαφοροποιημένες ανάγκες των περιοχών αυτών δημιουργεί μια μεγάλη γκάμα προϊόντων. Διευρύνοντας την ποικιλία των προϊόντων του, διευρύνει παράλληλα και το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνεται.

<sup>98</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π., σελ. 1052

**VIII. Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα.** Μια επιχείρηση που αναπτύσσεται επιτυχώς με τη μέθοδο του Franchising μπορεί να επιτύχει σημαντικές και με ευνοϊκούς όρους χρηματοδοτήσεις από τις τράπεζες. Ακόμα, εάν φθάσει στο επιθυμητό σημείο υγιούς ανάπτυξης μπορεί να επιτύχει ακόμα και την είσοδο της στο χρηματιστήριο.<sup>99</sup>

**IX. Το ρίσκο της επιχείρησης μοιράζεται ανάμεσα τον δικαιούχο και τον δικαιούχο.** Το Franchising μπορεί ελεύθερα να χαρακτηριστεί και ως μια συνεργασία μεταξύ δικαιούχου και δικαιούχου. Έτσι, λοιπόν από τη στιγμή που και οι δύο υπηρετούν κοινά συμφέροντα μοιράζονται τις ανησυχίες αλλά και τον επιχειρηματικό κίνδυνο.<sup>100</sup>

γ) Για τον καταναλωτή

Το Franchising ως στρατηγική marketing αλλά και ως μέθοδος ανάπτυξης επιχειρήσεων δεν θα είχε λόγο ύπαρξης εάν δεν παρουσίαζε σοβαρότατα πλεονεκτήματα για τον καταναλωτή. Τα κυριότερα είναι τα εξής:

**I. Ο καταναλωτής έχει εύκολη πρόσβαση σε σημεία πώλησης γνωστών επιχειρήσεων από τα οποία αγοράζει επώνυμα προϊόντα σε λογικές τιμές.** Το προσωπικό ενδιαφέρον που παρουσιάζει ο δικαιούχος για την επιχείρηση εξασφαλίζει στον καταναλωτή άψογη και προσεκτική εξυπηρέτηση τόσο πριν όσο και μετά την πώληση.

**II. Ο καταναλωτής επωφελείται από την ικανότητα των δικτύων Franchising να προσαρμόζονται άμεσα στις απαιτήσεις του προσφέροντας του τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που πραγματικά επιθυμεί.**

**III. Ο καταναλωτής επωφελείται από την ικανότητα των δικτύων Franchising να καθιστούν δυνατή την ταχεία είσοδο νέων και εξειδικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών στις τοπικές αγορές.<sup>101</sup>**

<sup>99</sup> Βλ. σχετικά Πτυχιακή Εργασία: Χαραλαμπίδη Δεσπ., Τίτλ.: FRANCHISING ( περιγραφή του θεσμού, εφαρμογές, πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα, κριτική-προβλέψεις, προτάσεις ), ΠΑΤΡΑ 1995, σελ. 11

<sup>100</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ. 80

<sup>101</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ. 83

### 3.8.1.2 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Οποσδήποτε το Franchising δεν είναι απαλλαγμένο και ορισμένων μειονεκτημάτων. Αυτά έχουν σημαντικά μικρότερη βαρύτητα από τα προαναφερθέντα πλεονεκτήματα του, γεγονός που έχει αποδειχθεί στην πράξη από την τεράστια επιτυχία του θεσμού. Τα πιο ουσιώδη μειονεκτήματα είναι:<sup>102</sup>

α) Για τον δικαιοδόχο :

**I.** Η οποιαδήποτε λανθασμένη επιχειρηματική επιλογή του δικαιοπαρόχου έχει άμεσο και οδυνηρό αντίκτυπο στην πορεία της επιχείρησης του δικαιοδόχου. Έτσι λοιπόν ο σημαντικός βαθμός εξάρτησης από τον δικαιοπάροχο έχει σαν αποτέλεσμα την άμεση εξάρτηση της επιτυχημένης πορείας της επιχείρησης με την ορθότητα και την επιτυχία της επιχειρηματικής πολιτικής που ασκεί ο δικαιοπάροχος.<sup>103</sup>

**II.** Η ένταξη του δικαιοδόχου σε ένα σύστημα Franchising συνεπάγεται τον σημαντικό περιορισμό της επιχειρηματικής του ελευθερίας καθώς υπάγεται στην καθοδήγηση και τον διαρκή έλεγχο του δικαιοπαρόχου.

**III.** Η συνήθης ύπαρξη της ρήτρας μη ανταγωνισμού στη Σύμβαση Franchising για ένα ορισμένο εύλογο χρονικό διάστημα μετά την λύση της. Σε αυτή την περίπτωση ο δικαιοδόχος αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην ασκήσει κατά το παραπάνω χρονικό διάστημα όμοια ή παρεμφερή επιχειρηματική δραστηριότητα με αυτήν του δικαιοπαρόχου είτε μέσα από το κατάστημα όπου ασκούσε την επιχείρηση Franchising κατά την διάρκεια της λειτουργίας της σύμβασης είτε και από οποιοδήποτε άλλο κατάστημα ευρισκόμενο μέσα στα όρια της γεωγραφικής περιοχής που του είχε παραχωρηθεί από τον δικαιοπάροχο.

**IV.** Η ύπαρξη ρήτρας για τη μη δυνατότητα μεταβίβασης της επιχείρησης του δικαιοδόχου χωρίς την συναίνεση του δικαιοπαρόχου. Γενικότερα δε η ύπαρξη δεσμευτικών για τον δικαιοδόχο όρων της σύμβασης αποτελεί οποσδήποτε σημαντικό αλλά και συγχρόνως αναγκαίο μειονέκτημα του Franchising γι' αυτόν.<sup>104</sup>

<sup>102</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκη Δημ., ό.π., σελ.84

<sup>103</sup> Βλ. σχετικά Γιαννακάκη Σωτ., ό.π., σελ. 1052

<sup>104</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ 84



β) Για τον δικαιопάροχο:

- I.**Μια λανθασμένη επιλογή δικαιοδόχου μπορεί να δημιουργήσει μεσοπρόθεσμα σοβαρότατα προβλήματα στην λειτουργία του δικτύου. Η επιλογή των μελών του συστήματος αποτελεί μια δύσκολη, κοστοβόρα και χρονοβόρα διαδικασία, αφού η επιτυχής επιλογή του δικαιοδόχου είναι καθοριστική για την επιτυχία και την ανάπτυξη της συνεργασίας. Πολλές φορές ένας 'προβληματικός' δικαιοδόχος είναι ικανός να προκαλέσει σοβαρούς τριγμούς στο σύστημα.
- II.**Ο δικαιοπάροχος είναι υποχρεωμένος να επιλύει καθημερινά προβλήματα που προκύπτουν από την διαχείριση ενός μεγάλου δικτύου από ανθρώπους διαφορετικής κουλτούρας. Αρκετές φορές η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και των ίδιων των δικαιοδόχων δεν είναι εύκολη. Το σύστημα απαρτίζεται από ανθρώπου διαφορετικής νοοτροπίας και χαρακτήρα και η ένταξη του σε ένα ενιαίο σύστημα όπως το σύστημα του Franchising δημιουργεί πολλές φορές δισεπίλυτα προβλήματα.<sup>105</sup>
- III.**Τα κέρδη του δικαιοπαρόχου είναι λιγότερα από την λειτουργία των καταστημάτων των δικαιοδόχων. Ο δικαιοπάροχος μέσω του δικτύου Franchising επιτυγχάνει την ταχεία εξάπλωση των καταστημάτων του με σχετικά μικρές δαπάνες. Πρέπει κανείς όμως να σκεφτεί ότι και η συμμετοχή στα κέρδη από τις πωλήσεις είναι σημαντικά μικρότερη απ' ότι θα ήταν, αν είχε προτιμηθεί π.χ. η ίδρυση υποκαταστημάτων.
- IV.**Τα αυξημένα προνόμια των δικαιοδόχων πολλές φορές τους οδηγούν σε αθέμιτες συμπεριφορές. Με την πάροδο του χρόνου και όσο περισσότερο αυξάνεται η εμπειρία των δικαιοδόχων σε θέματα που αφορούν το δίκτυο Franchising τόσο πιο συχνά είναι τα φαινόμενα ανυπακοής τους. Η τάση τους για ανεξαρτητοποίηση αυξάνεται και έχει παρατηρηθεί πολλές φορές κάποιοι δικαιοδόχοι να οδηγούνται στην αποχώρησή τους από το σύστημα και στη δημιουργία ανεξάρτητων ανταγωνιστικών καταστημάτων.<sup>106</sup>

<sup>105</sup> Βλ. σχετικά Πτυχιακή Εργασία: Χαραλαμπίδη Δεσπ., Τίτλ:FRANCHISING ( περιγραφή του θεσμού, εφαρμογές, πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα, κριτική-προβλέψεις, προτάσεις ), ΠΑΤΡΑ 1995, σελ. 13

<sup>106</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ 84

γ) Για τον καταναλωτή:

**Ι. Το μοναδικό μειονέκτημα του Franchising για τον καταναλωτή παρουσιάζεται στις περιπτώσεις όπου τα δίκτυα εφαρμόζουν πολιτικές περιοριστικές του ελεύθερου ανταγωνισμού που αποβαίνουν τελικά σε βάρος των τελικών χρηστών. Σε κάποιες περιπτώσεις στο δίκτυο Franchising εφαρμόζεται πολιτική ενιαίων τιμών λιανικής πώλησης των προϊόντων ή παροχής των υπηρεσιών. Αυτό μπορεί να συμβεί είτε με την επιβολή καθορισμένων τιμών από μέρος του δικαιοπαρόχου είτε με την εφαρμογή εναρμονισμένων πρακτικών ως προς την τιμολογιακή πολιτική του δικτύου από τους δικαιοδόχους. Επίσης, στην περίπτωση εφαρμογής πολιτικών απομόνωσης των αγορών με την παρεμπόδιση των καταναλωτών, λόγω του τόπου διαμονής τους, να προμηθεύονται μέσα στην κοινή αγορά απευθείας ή μέσω μεσαζόντων τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο του Franchise, ή όταν χρησιμοποιούν τις διαφορές των προδιαγραφών των παραπάνω προϊόντων και υπηρεσιών για να επιτύχουν το ίδιο ακριβώς αποτέλεσμα (την απομόνωση των αγορών). Όμως τέτοιου είδους πρακτικές απαγορεύονται απολύτως από τον κανονισμό 4087/88 με συνέπεια τα δίκτυα που τις εφαρμόζουν να κινδυνεύουν άμεσα να στερηθούν την ευνοϊκή μεταχείριση που τους επιφυλάσσει ο Κανονισμός.<sup>107</sup>**

---

<sup>107</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ 85

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

#### 4.1 ΝΟΜΟΘΕΤΗΜΑΤΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

##### 4.1.1 Ο ΝΟΜΟΣ 4087/88<sup>108</sup>

Το 1988 η Επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης αφουγκραζόμενη την ανάγκη σύνταξης νομοθετήματος για τον αναπτυσσόμενο θεσμό του Franchising εξέδωσε τον Κανονισμό 4087/88 για την ομαδική απαλλαγή των συμφωνιών Franchising διανομής και υπηρεσιών. Ο Κανονισμός αυτός είχε ισχύ μέχρι τις 31/12/1999(άρθρο 9). Με την έκδοση του κανονισμού 4087/88 η Επιτροπή νομιμοποίησε το Franchising ως σύστημα διανομής προϊόντων και υπηρεσιών, αναγνωρίζοντας ταυτόχρονα τις σημαντικές του ιδιαιτερότητες απέναντι στα πιο παραδοσιακά αντίστοιχα συστήματα και επιπλέον προμήθευσε του επαγγελματίες, οι οποίοι επιθυμούν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα, με ένα πολύ χρήσιμο «οδηγό χάρτη».

Όπως και άλλοι Κοινοτικοί Κανονισμοί με τους οποίους εισάγονται ομαδικές απαλλαγές ορισμένων κατηγοριών συμφωνιών έτσι και ο 4087/88 αποσκοπεί στη διαφύλαξη τόσο του διασηματικού όσο και του ενδοσηματικού ανταγωνισμού. Παρ' όλο που ένα σύστημα και δίκτυο Franchising μπορεί από μόνο του να μην περιορίζει τον διασηματικό ανταγωνισμό, η ύπαρξη παράλληλων δικτύων Franchising ή δικτύων αποκλειστικής ή επιλεκτικής διανομής, τα οποία εγκαθιστούν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, μπορεί να αποκλείσει την πρόσβαση νέων επιχειρηματιών στην αγορά.

#### ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ

Ο κανονισμός καλύπτει τις παρακάτω κατηγορίες συμφωνιών Franchising:

- Συμφωνίες Franchising διανομής ή υπηρεσιών μεταξύ δύο μόνο επιχειρήσεων οι οποίες δεν είναι ανταγωνιστικές.(άρθρα 1 παρ.1,5 στοιχ. (α) και 5<sup>η</sup> αιτιολογική σκέψη)
- Μεικτές συμφωνίες Franchising διανομής και υπηρεσιών (άρθρο 1 παρ. 3 στοιχ. (β) )
- Συμφωνίες Franchising διανομής προϊόντων τα οποία κατασκευάζονται από διαφορετικές ανταγωνιστικές επιχειρήσεις

<sup>108</sup> Βλ. σχετικά Παράρτημα Γ σελ.157

- Συμφωνίες Master Franchising (κύριες συμφωνίες Franchising) (άρθρο 1 παρ.2 και 5<sup>η</sup> αιτιολογική σκέψη)

Ενώ αντίθετα ο κανονισμός 4087/88 δεν περιλαμβάνει τις ακόλουθες μορφές συμφωνιών:

- Συμφωνίες βιομηχανικού Franchising
- Συμφωνίες Franchising μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων (οριζόντιες συμφωνίες Franchising) (άρθρο 5, στοιχ. (α))
- Συμφωνίες Franchising χονδρικής πώλησης προϊόντων (5<sup>η</sup> αιτιολογική σκέψη)

Γενικά για να έχει μια συμφωνία Franchising την ευνοϊκή μεταχείριση του Κανονισμού, δηλ. να εξαιρείται αυτομάτως από την εφαρμογή του απαγορευτικού κανόνα του άρθρου 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, θα πρέπει απαραίτητως :

- Να ανταποκρίνεται πλήρως στον ορισμό των όρων «franchise» και «συμφωνία franchise», όπως αυτός διατυπώνεται στο άρθρο 1, παρ. 3 στοιχ.(α),(β) και (γ) του Κανονισμού.
- Να πληρεί τις τρεις προϋποθέσεις του άρθρου 4 δηλ. οι οποίες είναι
  1. ο δικαιοδόχος θα πρέπει να έχει το δικαίωμα να προμηθεύεται προϊόντα που αποτελούν το αντικείμενο του franchise είτε από άλλους δικαιοδόχους είτε από κάποιο δίκτυο εξουσιοδοτημένων εντολέων.
  2. στην περίπτωση που ο δικαιοπάροχος υποχρεώνει το δικαιοδόχο να παρέχει εγγυήσεις για τα προϊόντα του δικαιοπαρόχου , η υποχρέωση αυτή ισχύει για τέτοια προϊόντα που διατίθενται από οποιοδήποτε μέλος του δικτύου franchise ή από οποιοδήποτε άλλο διανομέα που παρέχει τέτοιες εγγυήσεις στα πλαίσια της κοινής αγοράς.
  3. ο δικαιοδόχος υποχρεούται να δηλώνει την ιδιότητά του ως ανεξάρτητου εμπορευόμενου χωρίς όμως η δήλωση αυτή να θίγει την κοινή ταυτότητα του δικτύου.
- Να μην περιέχει οποιαδήποτε από τις υποχρεώσεις ή τους περιοριστικούς όρους του άρθρου 5 (μαύρη λίστα)

Η συμφωνία Franchising μπορεί να περιλαμβάνει ρήτρες περιοριστικές του ανταγωνισμού, υπό την προϋπόθεση όμως ότι αυτές περιέχονται στο άρθρο 2 του Κανονισμού. Ακόμη μπορεί να περιλαμβάνει τις προβλεπόμενες στο άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού ρήτρες, οι οποίες δεν θεωρούνται περιοριστικές του ανταγωνισμού

εφόσον είναι αναγκαίες για την προστασία των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας του δικαιοπαρόχου ή για την διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising, όπως επίσης να περιλαμβάνει και τις προβλεπόμενες στο άρθρο 3 παρ. 2 ρήτρες που θεωρείται ότι κανονικά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο κατάλογος των περιλαμβανόμενων στο άρθρο 3 του Κανονισμού ρητρών είναι ενδεικτικός.

Το άρθρο 6 του Κανονισμού περιλαμβάνει τη διαδικασία εναντίωσης, σύμφωνα με την οποία οι συμφωνίες Franchising που δεν καλύπτονται αυτομάτως από την εξαίρεση επειδή περιλαμβάνουν ρήτρες που δεν εξαιρούνται ρητά, σύμφωνα με τον κανονισμό, χωρίς όμως και να εξαιρούνται ρητά από την εξαίρεση, μπορούν να τύχουν της εφαρμογής του άρθρου 85 παρ. 3 Συνθ.ΕΚ υπό την προϋπόθεση ότι θα κοινοποιηθούν στην επιτροπή και αυτή δε θα εναντιωθεί στην εξαίρεση μέσα σε προθεσμία 6 μηνών από την κοινοποίηση. Τέλος το άρθρο 8 αφορά τη δυνατότητα της Επιτροπής να άρει το ευεργέτημα του Κανονισμού, εφόσον διαπιστώσει ότι, σε συγκεκριμένη περίπτωση, μια συμφωνία που έτυχε εξαίρεσης με βάση τον Κανονισμό δημιουργεί με την εφαρμογή της ορισμένα αποτελέσματα ασυμβίβαστα με το άρθρο 85 παρ.3 ΣυνθΕΚ.<sup>109</sup>

#### 4.1.2 Η ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ

Στις αρχές του 1997 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προέβη στη δημοσίευση της «Πράσινης βίβλου» (Green Paper) αναφορικά με την πολιτική του ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για του περιορισμούς των κάθετων συμπράξεων. Η πράσινη βίβλος καλύπτει τέσσερις διαφορετικούς τύπους συστημάτων διανομής συμπεριλαμβανομένου και του Franchising. Τα άλλα τρία συστήματα είναι η «αποκλειστική διανομή», η «αποκλειστική προμήθεια» και η «επιλεκτική διανομή». Οι κυριότεροι λόγοι για την έκδοση της Πράσινης Βίβλου ήταν:

α) το γεγονός ότι οι τρεις Κανονισμοί που κάλυπταν την αποκλειστική διανομή (1983/83), την αποκλειστική προμήθεια (1984/83) και το Franchising (4087/88) πλησίαζαν στη λήξη τους και η Επιτροπή θεώρησε ότι η έκδοση και κοινοποίηση στα Κράτη – Μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας της Πράσινης Βίβλου

<sup>109</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., FRANCHISING ( Νομική και Επιχειρηματική Διάσταση ), ΑΘΗΝΑ 1998, σελ. 302

θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο, το οποίο θα την βοηθήσει σημαντικά στην ανανέωση των Κανονισμών αυτών

β) το γεγονός των τεραστίων αλλαγών οι οποίες επήλθαν στη δομή και λειτουργία των συστημάτων διανομής τα τελευταία χρόνια εξαιτίας κυρίως της αλματώδους εξέλιξης της πληροφορικής.

Στην αναζήτηση σχολίων επί της Πράσινης Βίβλου η Επιτροπή προσδιόρισε τέσσερις πιθανές επιλογές έτσι ώστε να βοηθήσει τα ενδιαφερόμενα μέρη να υποβάλλουν τα σχόλια τους. Ο τέσσερις αυτές επιλογές, οι οποίες βέβαια είναι ενδεικτικές είναι οι ακόλουθες:

*Επιλογή πρώτη:* Η διατήρηση του υπάρχοντος συστήματος.

*Επιλογή δεύτερη :* Η δημιουργία ευρύτερων Κανονισμών Ομαδικής Απαλλαγής. Σύμφωνα με αυτήν θα διατηρηθεί το υπάρχον σύστημα με ορισμένες τροποποιήσεις στις προβλέψεις των διάφορων Κανονισμών. Δεν θα υπάρξουν ουσιώδεις διαδικαστικές αλλαγές. Οι Κανονισμοί Ομαδικής Απαλλαγής θα έχουν ευρύτερη εφαρμογή με την έννοια της επέκτασης της κάλυψής τους σε διαφορετικές ρήτρες, έτσι ώστε να διευρυνθεί η νομική εξασφάλιση των συμβαλλομένων. Με αυτόν τον τρόπο θα μειωθεί σημαντικά ο αριθμός των κοινοποιούμενων στην επιτροπή συμφωνιών με αίτημα την ατομική απαλλαγή. Ορισμένες από τις προτεινόμενες από την Επιτροπή τροποποιήσεις οι οποίες θα συμβάλλουν στο να καταστούν οι Κανονισμοί πιο ευέλικτοι είναι οι ακόλουθες :

- Οι Κανονισμοί Ομαδικής Απαλλαγής θα καλύπτουν όχι μόνο τις καταχωρημένες σε αυτούς ρήτρες, αλλά και αυτές που είναι όμοιες ή λιγότερο περιοριστικές
- Εάν μια συμφωνία περιλαμβάνει απαγορευμένες ρήτρες θα απαλλάσσεται από την εφαρμογή του απαγορευτικού κανόνα του άρθρου 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ για το υπόλοιπο τμήμα της.
- Οι Κανονισμοί θα εφαρμόζονται και σε συμφωνίες μεταξύ περισσότερων των δύο μερών
- Ενώσεις ανεξάρτητων λιανοπωλητών θα μπορούν να επωφεληθούν από το ευεργέτημα των Κανονισμών υπό την προϋπόθεση ότι οι ανεξάρτητοι λιανοπωλητές είναι μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις και το μερίδιο αγοράς της συγκεκριμένης ένωσης δεν υπερβαίνει ένα ορισμένο όριο

- Ειδικά ο Κανονισμός για το Franchising θα μπορούσε να επεκταθεί ώστε να καλύπτει τον καθορισμό μέγιστων τιμών πώλησης ως εξαίρεση στη γενική αρχή περί απαγόρευσης των καθορισμένων τιμών.

*Επιλογή Τρίτη:* Η θέσπιση ενός συγκεκριμένου ορίου μεριδίου αγοράς των συμβαλλομένων στην οικεία αγορά της συμβατικής περιοχής, επάνω από το οποίο δεν θα εφαρμόζεται ο Κανονισμός.

*Επιλογή Τέταρτη :* Η δημιουργία Κανονισμών Ομαδικής Απαλλαγής οι οποίοι να εστιάζονται στην εξειδίκευση των οικονομικών συνθηκών στις οποίες εφαρμόζεται το άρθρο 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ. Η κεντρική ιδέα αυτής της επιλογής είναι ότι η οικονομική ανάλυση των περιορισμών που επιβάλλονται στις κάθετες συμπράξεις, θα έπρεπε να πραγματοποιείται με τη χρησιμοποίηση νομικών εργαλείων, έτσι ώστε να παρέχεται στις επιχειρήσεις ένας σημαντικός βαθμός νομικής εξασφάλισης. Αυτή η επιλογή θα μπορούσε να συμβάλλει στην πιο ευέλικτη μεταχείριση των κάθετων συμπράξεων μεταξύ επιχειρήσεων που δεν διαθέτουν σημαντική ισχύ στην αγορά.

Γενικά ο τρόπος προσέγγισης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που απεικονίζεται στην Πράσινη Βίβλο καταδεικνύει ότι η επιτροπή αναγνωρίζει πολλά από τα προβλήματα που δημιούργησε η εφαρμογή των Κανονισμών Ομαδικής Απαλλαγής και επιπλέον αποδεικνύει τη θέληση της να ασχοληθεί με ένα θετικό τρόπο με την επίλυση αυτών των προβλημάτων.

Λίγο μετά από την έκδοση της Πράσινης Βίβλου η Ευρωπαϊκή επιτροπή κυκλοφόρησε στα Κράτη – Μέλη ένα σχέδιο ανακοίνωσης σαν συνέχεια της Πράσινης Βίβλου, με την οποία προσδιορίζει τον τρόπο με τον οποίο προτίθεται να προχωρήσει σχετικά με τις προαναφερθείσες προτάσεις της για αναθεώρηση και εκσυγχρονισμό της πολιτικής της για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού στους περιορισμούς των κάθετων συμπράξεων.

Οι κυριότερες προτάσεις της ανακοίνωσης αυτή είναι:

- Οι Κανονισμοί Ομαδικής Απαλλαγής θα εφαρμόζονται στα συστήματα διανομής όλων των προϊόντων και υπηρεσιών, δηλ. όχι μόνο στα προϊόντα προς μεταπώληση. Ο Κανονισμός θα καθορίζει τις απαγορευμένες ρήτρες που δεν μπορούν να εξαιρεθούν και θα κάνει χρήση των ορίων των μεριδίων αγοράς που διαθέτουν οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις ως βάση για την εκτίμηση των άλλων περιοριστικών του ανταγωνισμού ρητρών.
- Θα υπάρχουν κατευθυντήριες γραμμές για την πολιτική της Επιτροπής αναφορικά με συμφωνίες επιχειρήσεων των οποίων το μερίδιο αγοράς

υπερβαίνει τα όρια που έχουν τεθεί από τον Κανονισμό, όπως επίσης και για την πιθανή άρση του ευεργετήματος του Κανονισμού. Στις περιπτώσεις αυτές.

- Προτείνεται η τροποποίηση των κανόνων για τις περιπτώσεις των κοινοποιήσεων στην Επιτροπή αιτημάτων επιχειρήσεων για ατομική απαλλαγή.
- Προβλέπεται αυξημένη αρμοδιότητα των εθνικών αρχών, διαμέσου της εφαρμογής του άρθρου 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, για τις περιπτώσεις των συμβαλλόμενων επιχειρήσεων των οποίων τα μερίδια αγοράς υπερβαίνουν το συγκεκριμένο όριο του Κανονισμού και άρση του ευεργετήματος της απαλλαγής σε ειδικές περιπτώσεις.<sup>110</sup>

#### 4.1.3 ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ 2790/1999<sup>111</sup>

Η Επιτροπή των Ε.Κ., συνεκτιμώντας την εμπειρία που την οδήγησε στην έκδοση του Κανονισμού 4087/1988, ο οποίος ρύθμιζε ειδικά το franchise, αλλά και την εμπειρία που αποκόμισε από την πρακτική εφαρμογή του κατά την τελευταία δεκαετία, υιοθέτησε τη θέση (η οποία εκφράστηκε στον Κανονισμό 1215/1999) ότι απαιτείται μια πιο απλή, πιο ευέλικτη και περισσότερο εξειδικευμένη νομοθεσία, που να αφορά όλα τα είδη των καθέτων συμφωνιών στο εμπόριο. Η λύση αυτή επιλέχθηκε για τους ακόλουθους λόγους:

1) επειδή οι Κανονισμοί ρυθμίζουν ορισμένα είδη κάθετων συμφωνιών αλλά όχι όλα (π.χ. ρυθμίζουν το franchise, την αποκλειστική διανομή ή την αποκλειστική προμήθεια αλλά δεν ρυθμίζουν την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών που προορίζονται για μεταποίηση ή ενσωμάτωση ή τις συμφωνίες επλεκτικής διανομής) με αποτέλεσμα να περιορίζεται η ασφάλεια δικαίου και να παρατηρείται άνιση μεταχείριση.

2) επειδή οι Κανονισμοί που απαλλάσσουν ορισμένες κάθετες συμφωνίες (συμπεριλαμβανομένου και του franchise) δεν περιορίζονται στον καθορισμό των ρητρών που δεν επιτρέπεται να περιέχουν οι συμβάσεις αλλά περιλαμβάνουν και καθορισμό των ρητρών που επιτρέπεται να περιέχουν, ώστε να δημιουργείται ένα

<sup>110</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ 304

<sup>111</sup> Βλ. σχετικά Παράρτημα Δ, σελ. 167



υπερβολικά άκαμπτο για τις συμβατικές σχέσεις νομοθετικό πλαίσιο, που δεν μπορεί να συμβαδίσει με την ταχύρυθμη εξέλιξη των δομών και τεχνικών της διανομής.

3) επειδή, λόγω της διατύπωσης των Κανονισμών, αυτοί εφαρμόζονταν μόνο σε συμφωνίες μεταξύ δύο και όχι περισσότερων επιχειρήσεων.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, στις 22 Δεκεμβρίου 1999, η Επιτροπή εξέδωσε τον Κανονισμό 2790/1999, ο οποίος αντιμετωπίζει πλέον το franchise από κοινού με άλλα είδη κάθετων συμφωνιών, σηματοδοτώντας την ιστορική εξέλιξη του θεσμού.

## **I. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ -ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ**

Χαρακτηριστικό του νέου Κανονισμού είναι ότι παρέχει μία περίοδο «χάριτος» στις συμφωνίες franchise που ήδη ισχύουν ή θα συναφθούν μέχρι 31-5-2000 και είναι σύμφωνες με τις διατάξεις του Κανονισμού 4087/1988. Στις συμφωνίες αυτές και μέχρι 31-12-2001 εξακολουθεί να εφαρμόζεται ο Κανονισμός 4087/1988. Μετά την 31-12-2001 όλες οι ανωτέρω συμφωνίες, εφόσον δεν είναι σύμφωνες με τον νέο Κανονισμό, θα πρέπει να τροποποιηθούν, εναρμονιζόμενες με τις ρυθμίσεις του.

## **II. ΤΑ ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΩΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ**

Ο Κανονισμός 2790/1999 θέτει ως όριο για το επιτρεπτό των περιορισμών, μερίδιο σχετικής αγοράς του Δικαιοπαρόχου 30%. Τούτο διότι, κατά την Επιτροπή, όταν υπάρχει μερίδιο αγοράς άνω του 30% οι συμφωνίες δεν τεκμαίρεται ότι προκαλούν αντικειμενικά πλεονεκτήματα τέτοιου είδους και σε τέτοιο βαθμό, ώστε να αντισταθμίζονται τα μειονεκτήματα που προκαλούν στον ανταγωνισμό. Το μερίδιο 30% υπολογίζεται με βάση την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή της παροχής των υπηρεσιών της σύμβασης καθώς και προϊόντων ή υπηρεσιών, που, από την πλευρά του Δικαιοδόχου, αντιμετωπίζονται ως συναφή με αυτά. Εάν το μερίδιο αγοράς του Δικαιοπαρόχου δεν υπερβαίνει αρχικά το 30% και μετά το υπερβεί, δεν ανέλθει όμως άνω του 35%, τότε οι ρυθμίσεις του Κανονισμού εξακολουθούν να εφαρμόζονται για δύο ακόμη έτη από το έτος που για πρώτη φορά σημειώθηκε η

υπέρβαση. Αν όμως το μερίδιο αγοράς υπερβεί το 35% οι ρυθμίσεις του Κανονισμού εξακολουθούν να εφαρμόζονται για ένα ακόμη έτος, που υπολογίζεται όπως και παραπάνω. Σε κάθε περίπτωση τα παραπάνω ευεργετήματα δε μπορούν να ισχύσουν για διάστημα μεγαλύτερο των δύο ετών.

Τέλος, προβλέπεται ότι, εφόσον τα παράλληλα δίκτυα που δραστηριοποιούνται με τη μέθοδο του franchise καλύπτουν πάνω από το 50% της σχετικής αγοράς, η Επιτροπή διατηρεί το δικαίωμα να κηρύξει ανεφάρμοστο τον νέο Κανονισμό.

### **III. ΑΛΛΕΣ ΒΑΣΙΚΕΣ ΡΥΘΜΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ:**

#### *Ενδεικτικές & Μέγιστες Τιμές Πώλησης*

Επιτρέπεται στον Δικαιοπάροχο να επιβάλλει μέγιστη τιμή πώλησης ή να συνιστά τιμή πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών της σύμβασης (το τελευταίο επιτρεπτόταν και από τον παλιό Κανονισμό), εφόσον όμως οι τιμές αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγια ή ελάχιστη τιμή πώλησης, η οποία τίθεται συνεπεία πύεσεως οποιουδήποτε μέρους στη σύμβαση ή κινήτρων που προσφέρονται από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος. Η ρύθμιση αυτή είναι πραγματικά ενδιαφέρουσα για τους Δικαιοπαρόχους, γιατί δίνει τη δυνατότητα να διαμορφώνουν, υπό τις προϋποθέσεις του Κανονισμού, ανώτατες τιμές πώλησης, οι οποίες σηματοδοτούν την ανταγωνιστικότητά τους και την απήχισή τους στην αγορά.

#### *Παραχώρηση Γεωγραφικής Περιοχής*

Αν και ο νέος Κανονισμός περιέχει μία γενικότερη απαγόρευση περιορισμού των πωλήσεων (του Δικαιοδόχου) σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή, καθιερώνονται και εξαιρέσεις, που η διατύπωσή τους, κατά την άποψη της γράφουσας, αποδεικνύει ότι η έννοια της γεωγραφικής περιοχής εξακολουθεί να υφίσταται και ότι επιτρέπεται ο περιορισμός των ενεργητικών πωλήσεων του Δικαιοδόχου σε περιοχές που έχουν αποκλειστικά παραχωρηθεί σε άλλους Δικαιοδόχους. Άλλωστε, η παραχώρηση γεωγραφικής περιοχής είχε κριθεί από τον Κανονισμό 4087/1988 ως απαραίτητη για την προστασία της επένδυσης του Δικαιοδόχου.

### *Υποχρέωση μη Ανταγωνισμού κατά τη Διάρκεια της Σύμβασης*

Απαγορεύεται στον Δικαιοπάροχο να επιβάλλει στον Δικαιοδόχο κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση μη ανταγωνισμού για χρόνο μεγαλύτερο των πέντε ετών. Ο χρονικός αυτός περιορισμός δεν ισχύει, εφόσον ο Δικαιοπάροχος είναι ιδιοκτήτης ή μισθωτής των χώρων στους οποίους ασκεί τη δραστηριότητά του ο Δικαιοδόχος (οπότε υπομισθωτής θα είναι ο Δικαιοδόχος). Σύμφωνα με το άρθρο 1β του Κανονισμού ως υποχρέωση μη ανταγωνισμού νοείται κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση βάσει της οποίας ο Δικαιοδόχος δε μπορεί να αγοράζει ή να πωλεί προϊόντα ή να παρέχει υπηρεσίες που είναι ανταγωνιστικές προς αυτά του Δικαιοπαρόχου, οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση υποχρέωση του Δικαιοδόχου να αγοράζει από τον Δικαιοπάροχο ή από άλλη επιχείρηση που αυτός έχει υποδείξει ή η υποχρέωση το 80% των συνολικών προμηθειών του Δικαιοδόχου να αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση και των υποκατάστατών τους στη σχετική αγορά, του ανωτέρω ποσοστού υπολογιζόμενου με βάση την αξία των προμηθειών του Δικαιοδόχου κατά το προηγούμενο ημερολογιακό έτος.

### *Υποχρέωση μη Ανταγωνισμού μετά τη Λύση της Σύμβασης*

Μετά τη λύση της σύμβασης, απαγορεύεται στον Δικαιοπάροχο να επιβάλλει στον Δικαιοδόχο υποχρέωση μη παραγωγής, αγοράς, πώλησης ή μεταπώλησης των αγαθών ή υπηρεσιών της σύμβασης, εκτός εάν ο περιορισμός αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της σύμβασης και τον χώρο στον οποίο δραστηριοποιούνταν ο Δικαιοδόχος κατά τη διάρκεια της σύμβασης, είναι απαραίτητος για την προστασία της τεχνογνωσίας του Δικαιοπαρόχου και δεν εκτείνεται χρονικά περισσότερο από ένα έτος από τη λύση της σύμβασης. Επιτρέπεται, παρόλα αυτά, να επιβληθεί περιορισμός αόριστης διάρκειας προκειμένου να προστατευθεί η τεχνογνωσία του Δικαιοπαρόχου, που δεν έχει καταστεί ευρύτερα γνωστή. Η έννοια της τεχνογνωσίας δεν φαίνεται, πάντως, να διαφοροποιείται από την έννοια του Κανονισμού 4087/1988 αν και η διατύπωσή της είναι περισσότερο γενική για να καλύπτει όλα τα είδη καθέτων συμφωνιών.

## Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας

Επιτρέπεται στον Δικαιοπάροχο να επιβάλλει στον Δικαιοδόχο υποχρεώσεις σχετικές με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, εφόσον δεν πρόκειται για κύριο όρο της σύμβασης και οι υποχρεώσεις αυτές συνδέονται άμεσα με τη χρήση και πώληση των προϊόντων ή υπηρεσιών της σύμβασης από τον Δικαιοδόχο στους πελάτες του.

## IV. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως προκύπτει από το κείμενο του Κανονισμού, σκοπός του νομοθέτη ήταν η προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού, που επιτυγχάνεται με ρήτρες όπως η αποτροπή δραστηριοποίησης των δικτύων σε μεγάλα τμήματα της αγοράς, το μερίδιο αγοράς που τίθεται ως όριο για συμμετοχή σε τέτοιες συμφωνίες και ο περιορισμός της απαγόρευσης ανταγωνισμού. Η ανάγκη όμως προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού διατυπώνεται εκ παραλλήλου με το συμπέρασμα της Επιτροπής ότι η ύπαρξη των ανωτέρω συμφωνιών βελτιώνει την οικονομική αποτελεσματικότητα στο πλαίσιο μιας αλυσίδας διανομής με τον καλύτερο συντονισμό των συμμετεχουσών επιχειρήσεων, μειώνει το κόστος συναλλαγής και διανομής των μερών και βελτιστοποιεί το επίπεδο των επενδύσεων και των πωλήσεων. Ερευνητέο είναι, πλέον, πως θα αντιμετωπισθούν από διοικητικής και νομολογιακής άποψης οι συμβάσεις που θα καταρτισθούν σύμφωνα με το νέο νομοθετικό πλαίσιο. Στο μέτρο βέβαια που οι ρήτρες των συμφωνιών δεν αντιστρατεύονται νεώτερες νομοθετικές ρυθμίσεις θα πρέπει να ερμηνεύονται σύμφωνα με την μέχρι σήμερα πρακτική και εμπειρία αλλά και υπό των φως των αποφάσεων της Επιτροπής Ανταγωνισμού και των Δικαστηρίων.<sup>112</sup>

<sup>112</sup> Βλ. σχετικά <http://www.franchisee.gr/Articel/Legal/artlega8.htm>

## 4.2 ΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΓΙΑ ΤΟ FRANCHISING ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΜΕΛΩΝ<sup>113</sup>

Σήμερα που ο ρυθμός των εμπορικών συναλλαγών σε διεθνές επίπεδο έχει περάσει στο προσκήνιο της επικαιρότητας, είναι εύλογο οι συμβάσεις franchise να έχουν αναδειχθεί ως το συμβατικό μοντέλο που χαίρει ιδιαίτερης προτίμησης από τους επιχειρηματίες ανά τον κόσμο. Η αλματώδης αυτή ανάπτυξη του θεσμού δεν θα μπορούσε να αφήσει ασυγκίνητη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Τα μέλη της κοινότητας αφομοίωσαν αμέσως το θεσμό και την νοοτροπία του Franchising και γρήγορα η ανάγκη της σύστασης ειδικού νομοθετήματος για το Franchising έγινε επιτακτική.

### 4.2.1 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΓΑΛΛΙΑ<sup>114</sup>

Το 1989 ψηφίσθηκε ο νόμος 89-1008/31.12.1989, πιο γνωστός ως νόμος του Ντουπέν (Loi Doubin) και το 1991 το Διάταγμα 91-337/4.4.1991 για την εφαρμογή του άρθρου 1 του συγκεκριμένου νόμου. Ο νόμος του Ντουπέν (Loi Doubin) αποτέλεσε την πρώτη εκτός των Η.Π.Α. απόπειρα νομοθετικής προστασίας του υποψήφιου δικαιοδόχου μιας σύμβασης Franchising. Ωστόσο και πριν από αυτόν, ήδη από το 1972, υπήρχε στη Γαλλία σχετικό πλαίσιο προστασίας, όχι υποχρεωτικό βέβαια, με βάση τον Κώδικα Δεοντολογίας της Γαλλικής Ομοσπονδίας του Franchising.

Σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ.1 του νόμου του Ντουπέν *«οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο θέτει στη διάθεση ενός άλλου προσώπου μια εμπορική επωνυμία, ένα εμπορικό σήμα ή ένα διακριτικό τίτλο απαιτώντας από αυτό το άλλο πρόσωπο μια αποκλειστική δέσμευση αναφορικά με την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, υποχρεούται πριν από την υπογραφή της οποιασδήποτε σύμβασης που συνάπτεται για το συμφέρον των δύο μερών να παραδώσει στον αντισυμβαλλόμενο του ένα έγγραφο που να περιέχει ειλικρινείς πληροφορίες με βάση τις οποίες θα μπορέσει αυτός να αναλάβει την παραπάνω δέσμευση έχοντας πλήρη επίγνωση της καταστάσεως.»*

<sup>113</sup>Βλ. σχετικά [http://europa.eu.int/comm/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/index_en.htm)

<sup>114</sup>Βλ. σχετικά <http://www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx>

Οι περισσότεροι δικαιопάροχοι που λειτουργούν διεθνώς είναι ενήμεροι ότι στη Γαλλία υπάρχει ο νόμος αυτός ο οποίος καθιστά αναγκαία την υποχρέωση της πληροφόρησης του δικαιοδόχου ένα σεβαστό διάστημα πριν από την υπογραφή οποιασδήποτε σύμβασης.

Αυτός ο νόμος εφαρμόζεται σε συμβόλαια τα οποία έχουν τα ακόλουθα συνδυασμένα στοιχεία :

- Ένα από τα μέρη να μπορεί να χρησιμοποιήσει το σήμα κατατεθέν, την επωνυμία ή τον διακριτικό τίτλο του μαγαζιού και
- Ένα από τα μέρη να δεσμεύεται σε αποκλειστικότητα

Σε περίπτωση που οι παραπάνω όροι ισχύουν ένα πληροφοριακό έγγραφο πρέπει να παραδίδεται στον υποψήφιο δικαιοδόχο 30 μέρες πριν από την εκτέλεση της σύμβασης δικαιόχρησης ή πριν από την καταβολή οποιουδήποτε ποσού από αυτόν στον δικαιοπάροχο, συνοδευόμενο και από ένα σχέδιο της οριστικής σύμβασης(άρθρο 1 παρ.4). Το έγγραφο αυτό πρέπει να προσδιορίζει επακριβώς την παλαιότητα και την εμπειρία της επιχείρησης και του δικαιοπαρόχου, την κατάσταση και τις προοπτικές εξέλιξης της αγοράς, τη σπουδαιότητα του δικτύου franchising, όπως επίσης και τις παρεχόμενες αποκλειστικότητες.

Ειδικότερα το πληροφοριακό έγγραφο πρέπει απαραίτητα να περιέχει τα ακόλουθα πληροφοριακά στοιχεία αναφορικά με:

1. Την επιχείρηση του δικαιοπαρόχου:
  - Την ημερομηνία ίδρυσης της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου και τα βασικά στάδια εξέλιξής της.
  - Την έδρα της
  - Τη νομική της μορφή
  - Το ύψος του κεφαλαίου της
  - Τον αριθμό μητρώου της
  - Λεπτομέρειες για την ιστορία του δικαιοπαρόχου και των διευθυντών της τα τελευταία 5 χρόνια
  - Τα πλήρη οικονομικά στοιχεία των δύο τελευταίων χρήσεων της
  - Τις τράπεζες με τις οποίες συνεργάζεται

## 2. Το δίκτυο Franchising

- Ένα σύντομο ιστορικό της εξέλιξης του κατά την τελευταία πενταετία
- Πλήρη στοιχεία των επιχειρήσεων που απαρτίζουν το δίκτυο, τις ημερομηνίες σύναψης και ανανέωσης των συμβάσεων τους, καθώς επίσης και τον συμφωνηθέντα τρόπο συνεργασίας τους με τον δικαιούχο.
- Τον αριθμό των επιχειρήσεων που αποχώρησαν από το δίκτυο κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους, προσδιορίζοντας και τους λόγους αποχώρησης.
- Τα εμπορικά σήματα ή και τις άδειες χρήσης εμπορικών σημάτων μαζί με τους αριθμούς καταχώρησης τους στην αρμόδια υπηρεσία.

## 3. Τον ανταγωνισμό

- τη γενική εικόνα της εθνικής και τοπικής αγοράς σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πραγματεύεται η σύμβαση, και ακόμα και τις προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς.
- Την τυχόν διάθεση των προϊόντων του δικτύου και διαμέσου άλλων σημείων πώλησης μέσα στη γεωγραφική περιοχή του υποψήφιου δικαιούχου.

## 4. Τις δαπάνες

- Τα έξοδα στα οποία πρέπει να υποβληθεί ο υποψήφιος δικαιούχος πριν από την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησής του

Η ανάλυση της αγοράς μπορεί να είναι μια κοστοβόρα και χρονοβόρα διαδικασία ειδικά για τους ξένους δικαιούχους. Έτσι ένας ξένος δικαιούχος πρέπει να ξοδέψει πολλά χρήματα για να μπορέσει ένα τρίτο μέλος να ετοιμάσει την ανάλυση αγοράς γι' αυτόν.

Ένας άλλος παράγοντας που θα μπορούσε να δημιουργήσει πρόβλημα είναι η αναμονή των 30 ημερών. Σε πολλές περιπτώσεις τα μέλη δεν είναι πρόθυμα να περιμένουν ένα μήνα πριν αρχίσουν την επιχείρησή τους και σε μερικές περιπτώσεις οι πελάτες οι οποίοι ήδη έχουν κινήσει τις διαδικασίες εγγραφής τους μπορεί στο διάστημα αυτό να χάσουν το ενδιαφέρον τους. Η παραβίαση όμως από τον δικαιούχο του συγκεκριμένου νόμου συνεπάγεται τόσο αστικές όσο και ποινικές κυρώσεις εναντίον του.

## *Σε ποιες περιπτώσεις ο νόμος Ντουπέν (Loi Doubin) μπορεί να αποφευχθεί ?*

Σε μια διεθνή σύμβαση franchise υπάρχουν κάποιες διαφωνίες οι οποίες λένε ότι ο Ντουπέν (Loi Doubin) νόμος δεν εφαρμόζεται όταν η διεθνή σύμβαση franchising επίκειται στον Αγγλικό νόμο. Ενώ ο νόμος αυτός είναι γενικά υποχρεωτικός, δεν εφαρμόζεται όταν ένα από τα δύο μέλη είναι ξένα και όταν τα μέλη έχουν αποφασίσει ότι η σύμβαση τους θα ακολουθεί ξένη νομοθεσία. Το δικαστήριο του Παρισιού πρόσφατα αποφάσισε ότι μεταξύ ενός Ισπανικού και ενός Γαλλικού μέλους ο νόμος Doubin δεν εφαρμόζεται. Αυτό παρ' όλο που το συμβόλαιο ήταν να πάρει δράση στην Γαλλία επειδή τα μέλη διάλεξαν τον Ισπανικό νόμο ως τον καθοδηγητικό νόμο για το συμβόλαιό τους. Αυτή η απόφαση είναι πολύ εξυπηρετική για τους ξένους δικαιοπαρόχους γιατί τους δίνει τη δυνατότητα να ξεφύγουν από τις κοστοβόρες και χρονοβόρες απαιτήσεις του νόμου του Ντουπέν (Loi Doubin) σε σχέση με την υποχρεωτική ανάλυση της αγοράς πριν τη σύναψη των συμβολαίων.

### *Ημι-αποκλειστικότητα*

Μια ακόμη πιθανή περίπτωση στην οποία μπορείς να αποφύγεις το νόμο Doubin είναι αυτή της ημι-αποκλειστικότητας. Με αλώτερο σκοπό ο νόμος Doubin να εφαρμόζεται πρέπει η πλειοψηφία της επιχειρηματικής δραστηριότητας των Γάλλων συμβασιούχων να επηρεάζονται από την «υποχρέωση αποκλειστικότητας». Ενώ αυτό είναι συχνό στο περιεχόμενο μιας σύμβασης Franchising δεν είναι πάντα το αντικείμενο απασχόλησης. Πιο συγκεκριμένα, δεν είναι αντικείμενο όταν ο δικαιοδόχος έχει μια ήδη υπάρχουσα επιχείρηση στην οποία θέλει να προσθέσει το επιχειρηματικό μοντέλο του δικαιοπαρόχου.

### *Οι συνέπειες της μη-συμμόρφωσης*

Υπάρχει βέβαια το ρίσκο οι παραπάνω περιπτώσεις να μη γίνουν δεκτές από κάποιο Γαλλικό δικαστήριο. Εν τούτοις, το ρίσκο δεν είναι τόσο μεγάλο όσο πολύ ήθελαν να πιστεύουν στο παρελθόν. Η μη συμμόρφωση με το νόμο Ντουπέν (Loi Doubin) δεν καθιστά την συμφωνία αυτόματα άκυρη. Η συμφωνία θα δηλωθεί άκυρη αν ο δικαιοδόχος μπορεί να παρουσιάσει στοιχεία ότι το έντυπο πληροφόρησης που του παρέδωσε ο δικαιοπαρόχος πριν την υπογραφή της σύμβασης περιείχε ψευδής πληροφορίες.



Ακόμα, αν η συμφωνία τελικά κηρυχθεί από τις αρμόδιες αρχές άκυρη, ο δικαιοδόχος δε θα χάσει τίποτα από τα αποκτηθείσα κέρδη του και απλώς θα του επιστραφούν τα τέλη δικαιοδόχου και τα συνεχή δικαιώματα.

### *Η λύση της παραίτησης.*

Είναι επίσης δυνατόν για τα μέλη να παραιτηθούν παντελώς του δικαιώματος τους από το νόμο του Doubin. Εν τούτοις, αυτό μπορεί να γίνει μόνο μετά την εκτέλεση της σύμβασης και όχι πριν. Ο λόγος είναι πασιφανές. Ο νόμος έχει τεθεί σε ισχύ με σκοπό να προστατεύει τον δικαιοδόχο και ο δικαιοπάροχος δεν πρέπει να χρησιμοποιεί την υπεροχή του για να αναγκάσει το δικαιοδόχο να παραιτηθεί αυτής της προστασίας. Όμως, στη περίπτωση όπου μια μεγάλη διεθνή Γαλλική σύμβαση αναμιγνύεται ή σε περίπτωση που και τα δύο μέλη επιθυμούν να αποφύγουν το νόμο Doubin για λόγους έλλειψης χρόνου τότε μία συμφωνία αποδέσμευσης από το νόμο υπογράφεται και από τα δύο μέλη μια μέρα μετά την υπογραφή της κύριας σύμβασης.

### **NOMOLOGIA**<sup>115</sup>

- Σύμφωνα με μια απόφαση του Γαλλικού Ακυρωτικού Δικαστηρίου ( Cass. Com., 4 dec. 1990, no 89 – 14.314, J P C ed. G. 1991, II , p. 305, no 21725, obs. Virassamy G) ο δικαιοπάροχος είχε παραβιάσει το σχετικό νόμο όταν η έρευνα αγοράς που πραγματοποίησε ήταν κακής ποιότητας με αποτέλεσμα να δώσει στον υποψήφιο δικαιοδόχο λανθασμένες πληροφορίες.
- Σύμφωνα με μια απόφαση του Εφετείου του Παρισιού ( CA Paris, 29 mai 1992, D. 1992, som, p. 391 ) ο δικαιοπάροχος δεν είναι υπεύθυνος για τη μη επίτευξη των οικονομικών αποτελεσμάτων που προσδοκούσε ο δικαιοδόχος για την επιχείρησή του παρόλο που αυτός βασίστηκε σε μια σχετική οικονομική μελέτη που του προμήθευσε ο δικαιοπάροχος.
- Κατά μια άλλη απόφαση του Γαλλικού Ακυρωτικού ( Cass. Com, 15 juin 1993, no R G 91 – 14.935, Lamy Droit economique 1997, no 3883, p.

<sup>115</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δ., Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, 2002, σελ.202-230

1318) ένας δικαιοπάροχος κρίθηκε υπεύθυνος για τη μη παροχή πληροφόρησης στον υποψήφιο δικαιοδόχο σχετικά με τις επικρατούσες στην τοπική αγορά συνθήκες, τις οποίες εάν εκείνος γνώριζε δεν θα είχε προβεί στην υπογραφή της σύμβασης Franchising.

- Σύμφωνα με δύο αποφάσεις του Εφετείου του Παρισιού (CA Paris, 7 avril 1993, Petites Affiches 3 decembre 1993, no 145, p. 15 note Y. Marot et CA Paris, 24 mars 1995, D. 1995, IR p. 138) στην περίπτωση που η παραβίαση του Loi Doubin συνίσταται στην μη παράδοση από τον δικαιοπάροχο στον υποψήφιο δικαιοδόχο του σχεδίου της σύμβασης Franchising μέσα στην προαναφερθείσα προθεσμία των 20 ημερών, τότε η υπογραφείσα σύμβαση κηρύσσεται άκυρη.
- Σε μια άλλη υπόθεση ο δικαιοπάροχος, η διεθνής εταιρεία «But», πραγματοποίησε μια έρευνα της τοπικής αγοράς του υποψήφιου δικαιοδόχου σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της οποίας ο προβλεπόμενος ετήσιος κύκλος εργασιών της επιχείρησης του θα ανερχόταν σε 90.000.000 φράγκα. Όμως ο κύκλος εργασιών του πρώτου χρόνου λειτουργίας της συγκεκριμένης επιχείρησης ανήλθε μόνο στα 65.000.000 φράγκα με αποτέλεσμα ο επιχειρηματίας να ασκήσει αγωγή κατά του δικαιοδόχου θεωρώντας τον υπεύθυνο για τη ζημιά που υπέστη λόγω της λανθασμένης προσυμβατικής πληροφόρησης που έλαβε από αυτόν. Το Εφετείο του Παρισιού (CA Paris, 3 fevrier 1994, j CI. Contracts, conc., consom. Juin 1994, no 113) δικάωσε τον δικαιοδόχο, επιδικάζοντας του μάλιστα αποζημίωση 20.000.000 φράγκων, θεωρώντας ότι ο δικαιοπάροχος δεν έλαβε υπόψη του την ιδιομορφία της τοπικής αγοράς κατά την σύνταξη της σχετικής μελέτης με άμεσο επακόλουθο τη μη προσαρμογή του συστήματος Franchising στις ιδιαίτερες απαιτήσεις της τοπικής πελατείας.
- Τέλος, σύμφωνα με μία άλλη απόφαση του Εφετείου του Παρισιού ( CA Paris, 21 juin 1996, no RG 95- 7838 et 96- 6822, lettre de la FFF, octobre 1996, p. 6, note H. Bensoussan) θεωρήθηκε ότι ο δικαιοπάροχος δεν ήταν υπεύθυνος για την αποτυχία της επιχείρησης του δικαιοδόχου, παρόλο που παραβίασε τον Loi Doubin μη χορηγώντας του σχέδιο της σύμβασης Franchising μέσα στην προβλεπόμενη νόμιμη προθεσμία, δεδομένου ότι

κρίθηκε πως ο δικαιοδόχος είχε τη δυνατότητα να σχηματίσει ολοκληρωμένη άποψη για την επιτυχία του επιχειρηματικού τους εγχειρήματος με βάση όλες τις υπόλοιπες πληροφορίες που έλαβε από τον δικαιοπάροχο.

#### 4.2.2 TO FRANCHISING ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ <sup>116</sup>

Στις 15.1.1996 η Ισπανία έγινε η πέμπτη χώρα ( μετά τις Η.Π.Α. , τη Γαλλία, το Μεξικό και τη Βραζιλία) που απέκτησε νομοθετικό πλαίσιο που αφορά το Franchising με τον νόμο υπ' αριθμ. 2/15.1.1996.

Υπάρχει μια συγκεκριμένη νομοθεσία για την «υποχρέωση αποκάλυψης» και την «εγγραφή» των δικαιοπαρόχων, που απευθύνεται σε όλα τα είδη franchise που λαμβάνουν χώρα στην Ισπανία (συμπεραλαμβανομένου και του master franchise).

Κατά τον Ισπανικό νόμο, όλες οι εταιρείες franchising (είτε ισπανικές, είτε ξένες είτε master franchisee) πρέπει να εγγραφούν στον σύνδεσμο franchising. Η μη συμμόρφωση με τον κανονισμό που αφορά την εγγραφή τους αποτελεί σοβαρή παραβίαση και μπορεί να τιμωρηθεί με πρόστιμο από 500,000 pesetas (περίπου 1,000 €) έως 2,500,000 pesetas (περίπου 5,000€).

Ο σύνδεσμος franchising ιδρύθηκε το 1988 με σκοπό τη δημιουργία ενός διαφανούς συστήματος, συγκεκριμένα σε ό,τι αφορά τις συνεργασίες franchising. Η ιδέα ήταν ότι οι μελλοντικοί franchisees θα μπορούσαν να αναγνωρίζουν τα νόμιμα και ποιοτικά συστήματα franchising ανατρέχοντας στα αρχεία του συνδέσμου. Αν και η αρχική ιδέα ήταν να ιδρυθεί ένας τέτοιος σύνδεσμος σε κάθε περιοχή της Ισπανίας, υπό την επίβλεψη βέβαια του κεντρικού συνδέσμου στην Μαδρίτη, αυτό δεν έχει πραγματοποιηθεί ακόμα.

Η έλλειψη ομοιομορφίας στα κριτήρια σήμαινε επίσης ότι ο σύνδεσμος λειτουργούσε χωρίς τους κατάλληλους κανονισμούς. Ως αποτέλεσμα ο σύνδεσμος δεχόταν και έδινε πρόσβαση σε συστήματα τα οποία δεν ήταν της επιχειρηματικής κατηγορίας του franchising. Έτσι αυτό οδήγησε στην αποτυχία εκπλήρωσης του

<sup>116</sup> Βλ. σχετικά <http://www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx>

σκοπού όπου αρχικά είχε ο σύνδεσμος, να δημιουργήσει δηλ. μια λίστα από ποιοτικά συστήματα franchising.

Ακόμα η Ισπανική νομοθεσία απαιτεί από τον δικαιοπάροχο να γνωστοποιήσει στον δικαιοδόχο γραπτώς – 21 μέρες πριν το κλείσιμο της συμφωνίας ή την υπογραφή οποιουδήποτε άλλου συμφωνητικού- όλες τις σχετικές με το δίκτυο Franchising πληροφορίες έτσι ώστε να διευκολύνει στη λήψη μιας πλήρως αιτιολογημένης απόφασης αναφορικά με το αν επιθυμεί ή όχι να ενταχθεί στο συγκεκριμένο δίκτυο. Το παρεχόμενο πληροφοριακό υλικό πρέπει να περιλαμβάνει ουσιαστικής φύσης πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα του δικαιοπαρόχου, τον επιχειρηματικό τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται το δίκτυο Franchising, το αντικείμενο και τα χαρακτηριστικά του συστήματος Franchising, τη δομή και το μέγεθος του δικτύου, όπως επίσης και ουσιώδεις όρους της σύμβασης Franchising. Αν ο δικαιοδόχος βρει τις πληροφορίες ανεπαρκείς μπορεί πάντα να απευθυνθεί στην πολιτεία ή ακόμα και στον σύνδεσμο, ο οποίος έχει την δικαιοδοσία να υποβάλλει πρόστιμο στον δικαιοπάροχο.

Από τα μέσα τις δεκαετίας του ογδόντα, υπήρχε μια αύξηση όσον αφορά τις αποφάσεις των δικαστηρίων που αφορούν το franchising. Τα δικαστήρια πλέον αντιμετωπίζουν συχνά διαμάχες franchising που αφορούν την τήρηση των όρων μιας συμφωνίας franchise ή την μη τήρηση της «υποχρέωσης αποκάλυψης». Υπάρχει μια ποικιλία στον τρόπο με τον οποίο τα δικαστήρια αντιμετωπίζουν τις συμβάσεις franchising. Ενώ μερικά δικαστήρια αντιμετωπίζουν την σύμβαση ως μία γενική εμπορική σύμβαση άλλες αποφάσεις την αντιμετωπίζουν ως κάτι λιγότερο από μια σύμβαση παραχώρησης εκμετάλλευσης του σήματος της επιχείρησης. Σε μερικές περιπτώσεις η σύμβαση αντιμετωπίζεται ως άδεια μίας μεθόδου μάρκετινγκ ή know-how ή ακόμα ως άδεια υπηρεσιών.

Όποια εκδοχή και να ακολουθήσουν, τα Ισπανικά δικαστήρια είναι της άποψης ότι ο δικαιοπάροχος και ο δικαιοδόχος είναι δύο ανεξάρτητα μέρη και το καθένα ανεξάρτητα αναλαμβάνει τις ευθύνες του για την επιτυχία ή την αποτυχία του συστήματος.

Τέλος τα ισπανικά δικαστήρια θα επιτρέψουν την πρόωπη λύση του συμβολαίου αν αυτό έχει ματαιωθεί και σε περίπτωση που τα οικονομικά μέσα του συμβολαίου δεν μπορούν να κατορθωθούν λόγω μη προβλέψιμων καταστάσεων.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η Ισπανική αγορά του franchise προσφέρει στους Αμερικανούς δικαιωπαρόχους μια καλή ευκαιρία να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους και στην Ευρώπη. Ο Ισπανικός νόμος απαιτεί την τήρηση της «υποχρέωσης αποκάλυψης» και την «υποχρέωση εγγραφής». Εντούτοις, τα δικαστήρια έχουν διαφορετική άποψη για τις αξίες και τους σκοπούς του θεσμού του Franchising και το σύστημα της εγγραφής παρουσιάζει πολλά προβλήματα κατά την εφαρμογή του. Το τελευταίο σχεδιάστηκε για να προωθεί την διαφάνεια και για να παρέχει ένα αξιόπιστο και επίσημο τρόπο πληροφόρησης των ενδιαφερομένων για τα ποιοτικά συστήματα Franchising που λαμβάνουν χώρα στην Ισπανία. Οι δικαιωπάροχοι που σκέφτονται να κάνουν την είσοδο τους στην Ισπανική αγορά θα απολαύσουν εμπορικό ενθουσιασμό με λίγα νομικά εμπόδια.

### 4.2.3 TO FRANCHISING ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ<sup>117</sup>

Έχοντας ήδη από το 1997 στο ενεργητικό της 2 νομοσχέδια ρύθμισης διαφάνειας και πειθαρχίας μεταξύ των μερών η Γερουσία της Ιταλίας ενέκρινε τον Απρίλιο του 2004 έναν καινούργιο νόμο ο οποίος ρυθμίζει το franchising στην Ιταλία. Στις 24 Μαΐου, ο νέος νόμος δημοσιεύθηκε στη εφημερίδα της κυβέρνησης και την επομένη τέθηκε σε ισχύ.

Ο σκοπός του νόμου αυτού είναι να εισάγει ένα σαφή ορισμό και μια γενική ρύθμιση για το franchising στη Ιταλία και να προσδώσει ένα μεγαλύτερο βαθμό διαφάνειας στις συμβάσεις μέσω μιας προκαταβολικής πληροφόρησης του δικαιωδόχου μέσω εγγράφων και γενικότερων πληροφοριών.

Σύμφωνα με τον νόμο το franchising ορίζεται ως *«μια συμφωνία σύμφωνα με την οποία το ένα μέλος παράχωρεί στο άλλο την χρήση ενός συνδυασμού, της πνευματικής του περιουσίας και/ή των βιομηχανικών δικαιωμάτων, τεχνογνωσίας, τεχνική και διαφημιστική υποστήριξη, και την ευκαιρία να γίνει μέλος ενός δικτύου franchising»*.

<sup>117</sup> Βλ. σχετικά <http://www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx>

Η σύμβαση franchising πρέπει να είναι σε γραπτή μορφή, διαφορετικά θεωρείται άκυρη και ανενεργής. Η διάρκεια μιας συμφωνίας franchising πρέπει να οριστεί έχοντας υπ' όψιν το χρόνο που χρειάζεται ο δικαιοδόχος για να αναπληρώσει την επένδυση και σε κάθε περίπτωση πρέπει ο χρόνος αυτός να είναι τουλάχιστον τρία χρόνια, εκτός από τη περίπτωση της λύσης της συμφωνίας λόγω παραβίασης της σύμβασης.

Η γραπτή συμφωνία πρέπει να περιέχει:

- Το ακριβές ποσό του δικαιώματος εισόδου(franchising fee) και της επένδυσης του δικαιοδόχου
- Τη μέθοδο πληρωμής των royalties και τον καθορισμό μιας ελάχιστης εισπραξης της επιχείρησης από τον δικαιοδόχο
- Μια ακριβής αναγνώριση της αποκλειστικής περιοχής που παρεχωρήθη στον δικαιοδόχο
- Περιγραφή των υπηρεσιών που θα παρέχει ο δικαιοπάροχος, όπως τεχνική και διαφημιστική υποστήριξη, σχεδιασμό και εκπαίδευση
- Τους επιμέρους όρους του συμβολαίου που ρυθμίζουν την ανανέωση, τη λύση και τη φοριτότητα της συμβάσεως.

Τουλάχιστον 30 ημέρες πριν από την ημερομηνία εκτέλεσης της συμβάσεως franchise, ο δικαιοπάροχος είναι υποχρεωμένος να παραδώσει στον δικαιοδόχο ένα γενικό προσχέδιο του συμβολαίου, μαζί με:

- Ενσωματωμένες πληροφορίες που αφορούν τον δικαιοπάροχο
- Εάν ζητηθεί από τον δικαιοδόχο, τους ισολογισμούς του δικαιοπαρόχου των προηγούμενων τριών οικονομικών ετών
- Τα έγγραφα που σχετίζονται με το εμπορικό σήμα του δικαιοπαρόχου
- Λεπτομερής ανάλυση των χαρακτηριστικών στοιχείων του διαφημιστικού συστήματος του δικαιοπαρόχου
- Μια λίστα με τα ονόματα όλων των δικαιοδόχων που ανήκουν στο δίκτυο του δικαιοπαρόχου μαζί με μία λίστα με όλα τα αποκλειστικά σημεία πώλησης που συμπεριλαμβάνονται στο δίκτυο του δικαιοπαρόχου
- Τις διακυμάνσεις στον αριθμό των δικαιοδόχων που μετέχουν στο δίκτυο τα τελευταία τρία χρόνια

- Μια περιληπτική περιγραφή των δικαστικών υποθέσεων ή των αυθαίρετων διαδικασιών που έχουν γίνει εναντίον του δικαιιοπαρόχου τα τελευταία τρία χρόνια

Ακόμα ο νόμος προβλέπει ότι σε περίπτωση διαμάχης μεταξύ των μελών, πριν να κινηθούν νομικά, τα μέλη θα μπορούσαν να προσπαθήσουν να συνδιαλεχθούν σύμφωνα με το τοπικό Εμπορικό νόμο. Ο νόμος θα είναι άμεσα εφαρμόσιμος στις συμφωνίες που συνάφθηκαν μετά την επίσημη ημερομηνία εγκυρότητάς του. Μια μεταβατική περίοδο ενός χρόνου θα δοθεί για τις συμφωνίες franchise που είχαν τεθεί ήδη σε ισχύ.

Τρεις μήνες μετά από την ημερομηνία όπου ο νόμος τέθηκε σε ισχύ, μια υπουργική έκθεση υποβλήθηκε με σκοπό να αποσαφηνίσει κάποιες υποχρεώσεις αποκάλυψης που έχουν σχέση με έναν ξένο δικαιιοπάροχο.

Σε περίπτωση δε παροχής λανθασμένων πληροφοριών, ο νόμος καθιστά σαφές ότι ο δικαιιοδόχος μπορεί να ζητήσει λύση της συμφωνίας και αποζημίωση για τις ζημιές που υπέστη.

## **ΟΙ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΟΜΟ**

Η γενική αντίδραση του επιχειρηματικού κόσμου στην εφαρμογή του καινούργιου νόμου ήταν ευνοϊκή. Ο Ιταλικός Σύνδεσμος Franchising καλώς όρισε την έγκριση του καινούργιου νόμου κατά τη διάρκεια του ετήσιου συμβουλίου του στις 19 Μαΐου 2004. Σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου, ο νόμος είναι απαραίτητος και κατάλληλος για να ρυθμίσει μια αγορά όπου, στο παρελθόν, παρήγαγε καταχρήσεις οι οποίες έβλαπταν τα μέλη της αγοράς. Στη πραγματικότητα, συχνά όχι απόλυτα νόμιμες επιχειρήσεις χρησιμοποιούσαν ως ομπρέλα το θεσμό και τον σύνδεσμο του franchising και συνεπώς οι προσδοκίες του συνδέσμου είναι ο νόμος αυτός να μειώσει τέτοιες συμπεριφορές, ανοίγοντας την αγορά μόνο σε σοβαρούς επενδυτές. Ο Σύνδεσμος καλώς όρισε επίσης και το γεγονός ότι πλέον η υποχρέωση που είχαν οι δικαιιοπάροχοι να εγγράφονται στον οργανισμό κατά την είσοδό τους στην Ιταλική αγορά, δεν ήταν μέρος των κανονισμών του νόμου.

Ο καινούργιος νόμος ήταν ευπρόσδεκτος από όλους. Εν τούτοις μένει να δούμε με ποιον τρόπο μερικές διατάξεις του νόμου αυτού θα ερμηνευτούν από τα Ιταλικά δικαστήρια. Για παράδειγμα, κάποια δίκτυα δεν μπορούν να θεωρηθούν δίκτυα franchise γιατί : η έλλειψη ενός ή περισσότερων στοιχείων που περιέχονται στον ορισμό του franchise, η διάρκεια και η ποιότητα της δοκιμαστικής περιόδου ή και η αποτελεσματική προστασία των δικαιωμάτων σε περίπτωση ψευδή ή ανεπαρκής disclosure.

Η παγκόσμια τάση στις κυβερνήσεις να υιοθετούν συγκεκριμένη νομοθεσία για το franchise συνεχίζεται. Το κύριο μέλημα του καινούργιου Ιταλικού νόμου είναι να προσπαθεί να εξασφαλίσει ότι οι μελλοντικοί δικαιωματούχοι θα λαμβάνουν τις απαραίτητες σχετικές πληροφορίες ένα λογικό χρονικό διάστημα πριν να δεσμεύσουν τους εαυτούς του στο franchise.

Η Ιταλία ακολουθεί το παράδειγμα της Ισπανίας και της Γαλλίας. Εν τούτοις αντίθετα με την Ισπανία η νομοθεσία της Ιταλίας αποφάσισε να μην επιβάλει απαίτηση εγγραφής στους δικαιωματούχους. Αυτό έγινε έχοντας ως αφορμή την αποτυχία του Ισπανικού νόμου στο συγκεκριμένο τομέα.

Ο Ιταλικός νόμος ήταν πολλά χρόνια «υπό κατασκευή» και τελικά είδε το φως της μέρας εξαιτίας πολλαπλών πολιτικών συμμαχιών στο Ιταλικό κοινοβούλιο. Ο νόμος δεν έπρεπε να παρουσιάζει καμία δυσκολία για Αμερικανούς και Ευρωπαίους δικαιωματούχους που επιθυμούν να κάνουν την είσοδο τους στην Ιταλική αγορά και για το λόγο αυτό ειδικοί Ιταλοί δικηγόροι συμβούλευαν συνεχώς τους νομοθέτες γεγονός που κατέληξε σε μεγάλο χάσιμο χρόνου.

#### **4.2.4 TO FRANCHISING ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ.<sup>118</sup>**

Στη Γερμανία δεν υπάρχει ειδικό νομοθέτημα για το Franchising παρ' όλα αυτά όμως οι δικαιωματούχοι τυγχάνουν ιδιαίτερης προστασίας.

Ενδεικτικό της προστασίας αυτής είναι η τάση των Γερμανικών δικαστηρίων πλέον να ζητούν από τους δικαιωματούχους να ακολουθούν διαδικασίες συλλογής

<sup>118</sup> Βλ. σχετικά <http://www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx>



των χρεών των δικαιοδόχων παρά να λήγουν την συνεργασία τους με τον δικαιοδόχο για το λόγο της μη καταβολής των δικαιωμάτων εισόδου(franchise fees).

Αυτή η ανατρεπτική τάση στον Γερμανικό νόμο για το Franchise είναι αποτέλεσμα της εφαρμογής της παραγράφου 307 του Γερμανικού Κώδικα Δεοντολογίας. Το άρθρο 9 δίνει τη δικαιοδοσία στα δικαστήρια να εξαιρέσουν άδικους όρους λύσης της σύμβασης από μια συμφωνία franchising. Προηγουμένως ίσχυε ότι τα μέρη μια συμφωνίας μπορούσαν να αποφασίζουν οι ίδιοι ποιοι είναι οι λόγοι οι οποίοι δικαιολογημένα θα οδηγήσουν το δικαιοπάροχο σε λύση της σύμβασης.

Στην αποκαλούμενη “Burger King” υπόθεση, το δικαστήριο του Βερολίνου απέρριψε μία αίτηση λήξης της σύμβασης που κατέθεσε ο “Burger King” με σκοπό να λήξει τη συμφωνία franchise με τη δικαιολογία της μη πληρωμής από τον δικαιοδόχο των royalties 10 ημέρες αφ’ ότου είχε λάβει ειδοποίηση υπενθύμισης. Αυτό είναι ένας πολύ συχνός όρος που συναντάται σε πολλές συμβάσεις franchise. Το δικαστήριο έφθασε στο αποτέλεσμα ότι ο όρος λήξης δημιουργούσε μια δεδομένη ανισορροπία μεταξύ των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων των μελών και για το λόγο αυτό χαρακτηρίστηκε άδικη. Σε αυτές τις περιπτώσεις το Γερμανικό δικαστήριο προτείνει να εξαλείφεται ο όρος στην ολότητα του. Ο λόγος ήταν ότι οι συμφωνίες franchise περιέχουν συνήθως μακροχρόνιες δεσμεύσεις ( συνήθως 5 και 10, μερικές φορές και 20 χρόνια). Το δικαστήριο ένιωσε ότι ήταν άδικο τέτοιες συμβάσεις που απαιτούν σημαντική επένδυση και δέσμευση και για τα δύο μέλη να τερματίζονται γιατί ένα μέλος έχει καθυστερήσει μόνο 10 ημέρες μια πληρωμή. Κατά τη γνώμη του δικαστηρίου, η λύση της σύμβασης για μη πληρωμή μπορεί να δικαιολογηθεί μόνο όταν η αργοπορία υπερβαίνει τις 6 εβδομάδες.

#### 4.2.5. TO FRANCHISING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αντίθετα με άλλα συμβατικά μορφώματα, τα οποία ρυθμίζονται έστω στοιχειωδώς από τον νόμο, στην Ελλάδα η σύμβαση Franchising είναι νομοθετικά αρρυθμιστη. Τα μόνα νομοθετήματα που ασχολούνται με τα σχετικά ζητήματα προέρχονται από την Επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αφορούν αποκλειστικά σε ζητήματα δικαίου του ανταγωνισμού.

Έτσι το 1988 η Επιτροπή εξέδωσε τον κανονισμό 4087/1988<sup>119</sup> για την ομαδική απαλλαγή των συμφωνιών Franchising. Ο κανονισμός αυτός ίσχυε μέχρι και τις 31/5/2000 και στην χώρα μας. Έτσι λοιπόν το 1999 η Επιτροπή ψήφισε τον νέο κανονισμό 2790/1999<sup>120</sup> ο οποίος θα ίσχυε από τις 01/06/2000 και ο οποίος δεν περιείχε ορισμούς σχετικούς με το Franchising ούτε ειδικές ρυθμίσεις για το περιεχόμενο των σχετικών συμβάσεων. Συνεπώς η χώρα μας από τις 1/06/2000 βρέθηκε χωρίς να έχει οποιοδήποτε σχετικό νομοθετικό κείμενο που αφορά το Franchising.

Το μοναδικό μη κανονιστικού χαρακτήρα- κείμενο που αντιμετωπίζει τα σχετικά ζητήματα είναι ο Ευρωπαϊκός Κώδικας Δεοντολογίας για το Franchising, ο οποίος εκπονήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise και υιοθετήθηκε το 1999 από τον Ελληνικό Σύνδεσμο Franchising<sup>121</sup>. Ο Κώδικας Δεοντολογίας, μολονότι δεν έχει κανένα δεσμευτικό χαρακτήρα, έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς αποτελεί χρήσιμο οδηγό στην αντιμετώπιση των ζητημάτων που ανακύπτουν.<sup>122</sup> Ωστόσο πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη ότι ο Κώδικας Δεοντολογίας αποτελεί κείμενο δεσμευτικό μόνο για τα μέλη του Συνδέσμου, οι δε προβλεπόμενες κυρώσεις για τους τυχόν παραβάτες είναι αποκλειστικά πειθαρχικής φύσεως και οπωσδήποτε λειτουργούν μέσα στα στενά όρια του Συνδέσμου (π.χ. επίπληξη ή σε σοβαρές περιπτώσεις αποβολή του μέλους- παραβάτη). Παρά όμως αυτή του την εγγενή αδυναμία δεν παύει ο Κώδικας Δεοντολογίας – λαμβανομένου υπόψη ότι αποτελεί το μόνο νομικής φύσεως κείμενο για το Franchising στην Ελλάδα – να είναι μια πολύ σοβαρή προσπάθεια προς την κατεύθυνση της προστασίας των μερών μιας σύμβασης Franchising.<sup>123</sup>

Ακόμη πρέπει να λεχθεί ότι οι ρυθμίσεις των Κωδίκων Δεοντολογίας λαμβάνονται συνήθως σοβαρά υπόψη από τα δικαστήρια- κυρίως στις χώρες εκείνες, όπως είναι και η Ελλάδα, όπου δεν υπάρχει ιδιαίτερο νομοθετικό πλαίσιο- με αποτέλεσμα να επιτελούν μια νομοθετική λειτουργία. Αυτό μπορεί ιδιαίτερα να

<sup>119</sup> Βλ. παραπάνω παρ.4.1.1

<sup>120</sup> Βλ. παραπάνω παρ.4.1.3

<sup>121</sup> Βλ. Παράρτημα Ε, σελ. 176

<sup>122</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απόστολος, Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., Σελ.221

<sup>123</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δ., Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, 2002, σελ.41

συμβαίνει όταν τα μέρη κάνουν σαφή αναφορά στις διατάξεις του Κώδικα Δεοντολογίας στη σύμβαση Franchise που συνάπτουν. Επίσης, μετά τη θέση σε ισχύ του Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising, το να έχει ο δικαιούχος ιδιότητα του μέλους του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος αποτελεί εγγύηση για τους υποψήφιους λήπτες, με την έννοια ότι αυτοί γνωρίζουν ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση οφείλει να ακολουθήσει τις επιταγές του Κώδικα Δεοντολογίας τόσο κατά τις διαπραγματεύσεις όσο και κατά το συμβατικό και ενδεχομένως και το μετασυμβατικό στάδιο.

Τέλος, η αντιμετώπιση και κάλυψη του υπάρχοντος νομοθετικού κενού, αναφορικά με το franchise στην Ελλάδα, συντελείται και από το Ν. 703/77 για τον έλεγχο των μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού, όπως ισχύει σήμερα, το Ν. 146/1914 για τον αθέμιτο ανταγωνισμό, το Π.Δ. 219/91 για τους εμπορικούς αντιπροσώπους, το Ν. 2239/94 για τα σήματα αλλά και από διατάξεις τους Αστικού μας Κώδικα (π.χ. 174, 178-179, 371-372) για ζητήματα σχετικά με την κατάρτιση, τις διάφορες φάσεις της εκτέλεσης και τη λύση της αμφοτεροβαρούς ενοχικής σύμβασης franchise.<sup>124</sup>

---

<sup>124</sup> Βλ. [www.lawnet.gr/case\\_study.asp?PageLabel=3&MeletID=26](http://www.lawnet.gr/case_study.asp?PageLabel=3&MeletID=26)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ

#### 5.1 ΤΟ FRANCHISING ΣΤΗ ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΔΕΚ

Υπάρχει μόνο μια απόφαση του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων(ΔΕΚ) αναφορικά με το Franchising. Η απόφαση αυτή του ΔΕΚ εκδόθηκε μετά από προδικαστικό ερώτημα που του υποβλήθηκε από το Γερμανικό δικαστήριο , στα πλαίσια της διαφοράς που εκκρεμούσε ενώπιον του ανάμεσα στην εταιρεία Pronuptia de Paris GmbH και στην Γερμανίδα δικαιοδόχο Irmgard Schillgalis, στην οποία είχε παραχωρηθεί στα πλαίσια τριών συμβάσεων Franchising διανομής το δικαίωμα να εκμεταλλεύεται στη Βόρεια Γερμανία καταστήματα και να πωλεί προϊόντα με την επωνυμία και το σήμα της Pronuptia.<sup>125</sup>

Επειδή η δικαιοδόχος καθυστέρησε την καταβολή των δικαιωμάτων επί του κύκλου εργασιών της που προβλέπονταν από τη συμφωνία, η δικαιοπάροχος υπέβαλε μήνυση εναντίον της δικαιοδόχου και η υπόθεση κατέληξε στα δικαστήρια.

Κατά την δίκη στα Γερμανικά Δικαστήρια, μετά από αγωγή του δικαιοπαρόχου, ο δικαιοδόχος ισχυρίστηκε ότι οι συμβάσεις Franchising που είχε υπογράψει περιείχαν άκυρες ρήτρες με αποτέλεσμα να συμπαρασύρονται σε ακυρότητα και οι ίδιες ως εμπίπτουσες στον απαγορευτικό κανόνα του άρθρου 85 παρ.1 ΣυνθΕΚ. Αρχικά το πρωτοδικείο εξέδωσε απόφαση υπέρ του δικαιοπαρόχου, στη συνέχεια όμως το Εφετείο δικαίωσε τον δικαιοδόχο, κρίνοντας ότι οι συγκεκριμένες συμβάσεις Franchising ήταν πράγματι άκυρες σύμφωνα με το άρθρο 85 παρ. 2 ΣυνθΕΚ. Ο δικαιοπάροχος άσκησε αναίρεση κατά της εφετειακής απόφασης και το Γερμανικό Ακυρωτικό απηύθυνε προδικαστικό ερώτημα στο ΔΕΚ, αφού θεώρησε ότι η έκδοση απόφασης επί της αναίρεσεως προϋπέθετε ερμηνεία του σχετικού Κοινοτικού Δικαίου.

Το ΔΕΚ έκρινε ότι οι συμφωνίες Franchising αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία συμφωνιών διανομής που περιέχουν τόσο στοιχεία παραχώρησης άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης εμπορικής τεχνογνωσίας, όσο και στοιχεία σύμβασης

<sup>125</sup> Βλ. σχετικά Σουφλερός Ηλ., Οι Συμβάσεις Franchising στο ελληνικό δίκαιο και στο κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού, 1995, Σελ. ???

διανομής. Το ΔΕΚ κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η συγκεκριμένη σύμβαση ενέπιπτε στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ και ότι δεν μπορούσε να τύχει απαλλαγής κατά τον κανονισμό 67/67. Περαιτέρω έκρινε ότι η συμβατότητα των συμφωνιών Franchising με το άρθρο 85 παρ. 1 δεν πρέπει να εκτιμάται αφηρημένα, αλλά υπό το φως των επιμέρους ρυθμίσεων κάθε συμφωνίας και του οικονομικού της περιεχομένου. Το ΔΕΚ επίσης αναγνώρισε τα οφέλη που αποκομίζουν από την εφαρμογή της συμφωνίας Franchising τόσο ο δικαιοπάροχος όσο και ο δικαιοδόχος, με αποτέλεσμα οι συμφωνίες Franchising να μην περιορίζουν, αυτές καθαυτές, τον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Με βάση τα παραπάνω το ΔΕΚ θεώρησε ότι οι ρήτρες της σύμβασης με τις οποίες διασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία του συστήματος Franchising δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του νόμου 85 παρ. 1 ΣυνθΕΚ. Τέτοιου είδους έγκυρες ρήτρες είναι οι σχετικές με την απαγόρευση μεταβίβασης των απορρεουσών από τη σύμβαση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του δικαιοδόχου σε τρίτους χωρίς την έγκριση του δικαιοπαρόχου, με τη δυνατότητα του δικαιοπαρόχου να κοινοποιεί στον δικαιοδόχο ενδεικτικές τιμές πώλησης, με τη χρησιμοποίηση από τον δικαιοδόχο της τεχνογνωσίας του δικαιοπαρόχου κ.λ.π. Αντίθετα κρίθηκαν από το ΔΕΚ άκυρες οι ρήτρες εκείνες με τις οποίες περιορίζεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των μελών του δικτύου, ενώ δεν είναι απαραίτητες ούτε για την προστασία τεχνογνωσίας του δικαιοπαρόχου ούτε για τη διαφύλαξη της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου. Τέτοιου είδους ρήτρες είναι αυτές που καταλήγουν στον καταμερισμό των αγορών μεταξύ των μελών του δικτύου, όπως επίσης και αυτές με τις οποίες ο δότης επιβάλλει στον λήπτη καθορισμένες τιμές πώλησης.

Υπό το φως της απόφασης του ΔΕΚ στην υπόθεση Pronuptia η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων εξέδωσε πέντε αποφάσεις με τις οποίες απάλλαξε, με βάση το άρθρο 85 παρ. 3 ΣυνθΕΚ, ισάριθμες τυποποιημένες συμφωνίες Franchising από το πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παρ. 1 και συγχρόνως προετοίμασε το έδαφος για την έκδοση του κανονισμού 4087/88. Οι αποφάσεις αυτές ήταν οι ακόλουθες:<sup>126</sup>

<sup>126</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δ., Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, 2002, Σελ.299

1. Pronuptia
2. Yves Rocher
3. Charles Jourdan
4. Computer Land
5. Service Master

## 5.2 ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η μέχρις σήμερα νομολογία στη χώρα μας αναφορικά με το Franchising είναι πράγματι ελάχιστη. Υπάρχουν δημοσιευμένες 3 αποφάσεις στην χώρα μας

- **Η Πολ.Πρ.Αθ 13118/1995 (ΕμπΔ 96, σελ. 183)**

Είναι η πρώτη χρονολογικά απόφαση δικαστηρίου της ουσίας που αναφέρεται στη σύμβαση Franchising. Αφορούσε υπόθεση Franchising υπηρεσιών και συγκεκριμένα επιχειρηματική δραστηριότητα με αντικείμενο την παροχή από τα μέλη του δικτύου μεσιτικών υπηρεσιών ( μεσίτες αστικών συμβάσεων). Για την εξαγωγή της κρίσης του το Δικαστήριο στηρίχθηκε, πολύ ορθά, κατά βάση στον Κανονισμό 4087/88 αλλά και στην σχετική νομολογία του ΔΕΚ (υποθ. «Pronuptia» ), κρίνοντας ότι η επιβολή από τον δικαιοπάροχο στους δικαιοδόχους κοινού και ενιαίου τιμολογίου αμοιβών και προμηθειών, το οποίο μάλιστα αποφασίζεται και διαμορφώνεται από τον πρώτο, συνιστά ευθεία παράβαση τόσο του Κανονισμού (άρθρ. 5, στοιχ.(ε) ) όσο και του ν. 703/1977 (άρθρ.1, στοιχ.(α)) αλλά βέβαια και του άρθρ. 85 παρ.1 στοιχ. (α) ΣυνθΕΚ, αφού με αυτόν τον τρόπο ουσιαστικά ο δικαιοπάροχος επιβάλλει στους δικαιοδόχους καθορισμένες τιμές διάθεσης των υπηρεσιών της σύμβασης. Σωστά επίσης έκρινε το Δικαστήριο ως παράνομους – υπερβολικά δεσμευτικούς της συμβατικής ελευθερίας και αντίθετους στα χρηστά ήθη και την καλή πίστη σύμφωνα με τα άρθρα 57, 178 και 179 Α.Κ.- και συνεπώς άκυρους τους όρους της συγκεκριμένης σύμβασης για υποχρέωση των δικαιοδόχων να γνωστοποιούν στον δικαιοπάροχο το πελατολόγιό τους , να καταβάλλουν

αποζημίωση σε περίπτωση λήξης της σύμβασης και υπέρμετρη αποζημίωση σε περίπτωση καταγγελίας της, να επιτυγχάνουν υπερβολικά δύσκολους οικονομικούς στόχους και τέλος τον όρο της σύμβασης για επιβολή δεσμεύσεων στους κληρονόμους των ληπτών.<sup>127</sup>

- **Η ΜπρΚέρκυρας 551/1996 (ΔΕΕ 3/1997, σελ.275)**

Πρόκειται για μια απόφαση που εκδόθηκε μετά από αίτηση του δικαιοδόχου για τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων κατά του δικαιοπαρόχου, με κύριο αντικείμενο του αιτήματος την εξακολουθητική προσωρινή λειτουργία της συμβατικής σχέσης, την οποία ο δικαιοπάροχος θεωρούσε λυμένη, καθόσον είχε προβεί σε έκτακτη καταγγελία της σύμβασης Franchising υπηρεσιών θεμελιωθείσα στην υπαίτια αντισυμβατική συμπεριφορά του λήπτη. Το Δικαστήριο έκανε δεκτό το παραπάνω αίτημα του δικαιοδόχου κρίνοντας ότι, όταν πρόκειται για διαρκή συμβατική σχέση και με την αίτηση ζητείται η προσωρινή εξακολούθηση της λειτουργίας της, δεν απαγορεύεται η λήψη ασφαλιστικών μέτρων υπό τη μορφή της προσωρινής ρύθμισης (άρθρ. 731 επ. Του Κ.Πολ.Δ), γιατί σε αυτή τη περίπτωση δεν υπάρχει κίνδυνος δημιουργίας αμετάκλητων καταστάσεων και κατ' ακολουθία πρόσκρουση στον απαγορευτικό κανόνα του άρθρου 692 παρ. 4 Κ.Πολ.Δ, αφού πρόκειται για προσωρινή λειτουργία της συμβατικής σχέσης. Αντίθετα η λήψη ασφαλιστικών μέτρων με τα οποία απαγορεύεται προσωρινά η λειτουργία της συμβατικής σχέσης, οδηγεί οπωσδήποτε σε πλήρη ικανοποίηση του δικαιώματος.<sup>128</sup>

---

<sup>127</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δ., Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, 2002, σελ. 284

<sup>128</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.286

- **Η ΕφΘες 1043/1998 (ΔΕΕ 5/1998, σελ. 491)**

Η απόφαση αυτή κάνει επίσης σαφή αναφορά στον Κανονισμό 4087/88 και δέχεται, όπως οι προηγούμενες, ότι η σύμβαση Franchising είναι μεικτή σύμβαση στην οποία απαντώνται στοιχεία περισσότερων συμβάσεων, διέπεται δε από τους κανόνες που ρυθμίζουν το τμήμα της σύμβασης που προέχει στην όλη συμβατική σχέση, ενώ οι κανόνες οι οποίοι διέπουν τα υπόλοιπα τμήματα της σύμβασης εφαρμόζονται συμπληρωματικά. Με βάση αυτό το σκεπτικό το Δικαστήριο θεώρησε ότι στη συγκεκριμένη σύμβαση Franchising προέχον τμήμα της ήταν οι διαδοχικές συμβάσεις πώλησης των προϊόντων του δικαιοπαρόχου. Όμως οι συμβάσεις πώλησης που συνάπτονται στα πλαίσια της σύμβασης Franchising, η οποία και ορθά χαρακτηρίζεται ως σύμβαση-πλαίσιο, δεν ταυτίζονται με αυτήν αλλά καταρτίζονται μόνο για να καταστεί δυνατή η εκτέλεση της και μάλιστα κατά τη διάρκεια της συνεργασίας, σε κάθε περίπτωση έχουν νομική αυτοτέλεια απέναντι της. Συνεπώς δεν είναι δυνατό αυτές οι εκτελεστικές συμβάσεις πώλησης να προσδώσουν στη σύμβαση Franchising τον χαρακτήρα αγοραπωλησίας όπως εσφαλμένα δέχεται η παραπάνω απόφαση.<sup>129</sup>

- **Η ΕΑ 50/1986 (ΠΗΓΗ)**

Οι Ελληνικές αρχές ανταγωνισμού αντιμετώπισαν μέχρι σήμερα μόνο μια περίπτωση συμφωνίας Franchising. Πρόκειται για την υπόθεση «ΠΗΓΗ». Η τυποποιημένη σύμβαση μεταξύ της «ΠΗΓΗΣ Ε.Π.Ε.» και των καταστημάτων «ΠΗΓΗ» δεν χαρακτηριζόταν από τους συμβαλλόμενους ως σύμβαση Franchising, όμως από την εξέταση των όρων της προέκυψε ότι αυτή έφερε τα χαρακτηριστικά μιας σύμβασης Franchising υπαγωγής. Στην υπόθεση αυτή η Επιτροπή Ανταγωνισμού (ΕΑ) έκρινε ότι οι περιλαμβανόμενοι στη σύμβαση όροι για παραχώρηση προστατευμένης γεωγραφικής περιοχής στον δικαιοδόχο, επιβολή υποχρέωσης στον δικαιοδόχο για αποκλειστική προμήθεια των συμβατικών προϊόντων από τον υποδειχθέντα από τον δικαιοπάροχο προμηθευτή, ακόμη κι αν ο

<sup>129</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.288



δικαιοδόχος μπορεί να προμηθευτεί τα συγκεκριμένα προϊόντα από άλλη πηγή με συμφερότερους όρους, επιβολή υποχρέωσης για μη πώληση από τον δικαιοδόχο άλλων προϊόντων εκτός των συμβατικών και επιβολή καθορισμένων τιμών πώλησης εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 1 ν 703/77 και κατά συνέπεια είναι άκοροι.<sup>130</sup>

- **Η ΕΑ 15/1995**

Πρόκειται για μια σημαντική απόφαση με την έννοια ότι εφαρμόζει για πρώτη φορά σε συμφωνία Franchising τον κανόνα «De minimis». Η απόφαση αυτή εκδόθηκε μετά από αίτηση δικαιοδόχων κατά του δικαιοπαρόχου για τη λήψη ασφαλιστικών μέτρων κατ' αυτού. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού έκρινε ότι η συγκεκριμένη συμφωνία Franchising ξέφευγε της εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 1 ν. 703/77, γιατί το μερίδιο του δικαιοπαρόχου στην οικεία αγορά ήταν ασήμαντο και συνεπώς επρόκειτο για μια σύμπραξη ήσσονος σημασίας από τη λειτουργία της οποίας ούτε περιοριζόταν ούτε νοθεύονταν αισθητά ο ανταγωνισμός στην οικεία αγορά.<sup>131</sup>

- **Η ΕΑ 51/1997 (ΔΕΕ 10/1997, σελ. 955)**

Η ΕΑ κατέληξε μετά από εξέταση των συμβάσεων Franchising που της γνωστοποιήθηκαν και αφού έλαβε υπόψη της τις διατάξεις του Κανονισμού 4087/88 στις ακόλουθες κρίσεις:

➤ Οι εξεταζόμενες συμφωνίες Franchising αποτελούν καταρχήν συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων σύμφωνα με την έννοια του αρθρ. 1 παρ. 1 ν 703/77 και πρέπει συνεπώς να εξετασθεί εάν περιέχουν όρους που παρακωλύουν, περιορίζουν ή νοθεύουν τον ανταγωνισμό.

<sup>130</sup> Βλ. σχετικά Γεωργιάδης Απ., Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising., σελ.229

<sup>131</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.292

- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό η υποχρέωση του δικαιοδόχου για καταβολή άμεσου οικονομικού ανταλλάγματος στον δότη, δηλ. περιοδική καταβολή χρηματικών ποσών ως διαρκή δικαιώματα που αντιστοιχεί στην παραχώρηση σε αυτόν της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του διακριτικού τίτλου του δικαιοπαρόχου όπως επίσης και στην παραχώρηση άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας του.
- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό η υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην κοινοποιήσει την τεχνογνωσία του δικαιοπαρόχου σε τρίτους
- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό η υποχρέωση του δικαιοδόχου για συμμετοχή του στη διαφημιστική δαπάνη του δικτύου Franchising
- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό το δικαίωμα του δικαιοπαρόχου να συνιστά τιμές πώλησης των συμβατικών προϊόντων στον δικαιοδόχο
- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό η υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην ανοίξει άλλα καταστήματα στη συμβατική περιοχή χωρίς την έγγραφη συναίνεση του δικαιοπαρόχου.
- Δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό το δικαίωμα του δικαιοπαρόχου να ελέγχει οποτεδήποτε το κατάστημα του δικαιοδόχου
- Περιορίζει τον ανταγωνισμό και δεν μπορεί να τύχει απαλλαγής η ρήτρα σύμφωνα με την οποία τα αυτοτελή διαφημιστικά μηνύματα του δικαιοδόχου πρέπει προηγουμένως να εγκριθούν από τον δικαιοπάροχο, καθώς έτσι όπως είναι διατυπωμένη η συγκεκριμένη ρήτρα ουσιαστικά αναιρεί το δικαίωμα του δικαιοδόχου να προβαίνει σε αυτοτελής διαφημίσεις.

➤ Περιορίζει τον ανταγωνισμό και δεν μπορεί να τύχει απαλλαγής η ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας των συμβατικών προϊόντων από προμηθευτές που υποδεικνύει ο δικαιούχος στο μέτρο που τα προϊόντα αυτά διατίθενται στην αγορά και διαμέσου άλλου δικτύου εξουσιοδοτημένων διανομέων από τον δότη

➤ Περιορίζει τον ανταγωνισμό και δεν μπορεί να τύχει απαλλαγής η ρήτρα σύμφωνα με την οποία ο δικαιούχος έχει το δικαίωμα να ελέγχει τους προμηθευτές του δικαιούχου για να επαληθεύει τα οικονομικά στοιχεία που του δίδει ο τελευταίος.

➤ Περιορίζει τον ανταγωνισμό και δε μπορεί να τύχει απαλλαγής η ρήτρα σύμφωνα με την οποία απαγορεύεται στον δικαιούχο και στους μετόχους του να αποκτήσουν οικονομικά συμφέροντα στο κεφάλαιο επιχειρήσεων ανταγωνιστικών του δικαιούχου.

➤ Περιορίζει τον ανταγωνισμό και δεν μπορεί να τύχει απαλλαγής η ρήτρα με την οποία επιβάλλεται υποχρέωση μη ανταγωνισμού στον δικαιούχο, στους μετόχους του και στους μέχρι πρώτου βαθμού συγγενείς τους σε περίπτωση καταγγελίας της σύμβασης μέχρι τη συμπλήρωση του εναπομένου συμβατικού, μετά την καταγγελία, χρόνου, καθώς επίσης και για ένα χρόνο μετά τη συμπλήρωση του παραπάνω χρονικού διαστήματος. Αυτό δε γιατί η συγκεκριμένη ρήτρα αφενός μεν περιλαμβάνει στο εύρος της απαγόρευσης ανταγωνισμού τους συγγενείς των μετόχων του δικαιούχου, αφετέρου δε από άποψη χρόνου εκτείνεται έως 6 χρόνια.<sup>132</sup>

<sup>132</sup> Βλ. σχετικά Κωστάκης Δημ., ό.π., σελ.292

### 5.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Όπως κατέδειξε η μελέτη μας σχετικά με τον θεσμό του Franchising, ο θεσμός αποτελεί το πιο σύγχρονο μέσο για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Η διεθνής επιχειρηματική κοινότητα έχει πλήρως κατανοήσει τις ανεξάντλητες δυνατότητες αυτής της πρωτοποριακής μεθόδου επιχειρηματικής ανάπτυξης με αποτέλεσμα να την έχει υιοθετήσει σε σημαντικό βαθμό. Είναι αλήθεια ότι σήμερα συστήματα και δίκτυα Franchising ανευρίσκονται σε ολόκληρο τον αναπτυγμένο αλλά ακόμα και στον υπό ανάπτυξη κόσμο.

Όμως το Franchising για να ευδοκιμήσει χρειάζεται να βρει πρόσφορο έδαφος που δεν είναι άλλο από τη σωστή προετοιμασία των επιχειρήσεων εκείνων που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν και τη μετέπειτα προσεκτική από αυτές εφαρμογή του.

Επιπλέον όμως το Franchising για να αποδώσει καρπούς χρειάζεται να λειτουργήσει μέσα στο κατάλληλο περιβάλλον. Στη δημιουργία αυτού του περιβάλλοντος συντελεί η ύπαρξη σαφούς νομοθετικού πλαισίου το οποίο αφενός μεν να παρέχει στους συμβαλλόμενους άνεση κινήσεων, αφετέρου δε να τους δημιουργεί αίσθημα σιγουριάς και εμπιστοσύνης. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δείχνει να έχει κατανοήσει σε σημαντικό βαθμό τις αδυναμίες του Κανονισμού 2790/1999 σχετικά με τη δημιουργία ενός σταθερού νομικού περιβάλλοντος και ήδη προετοιμάζει την ανανέωσή του. Σ' αυτό βέβαια συμβάλλει και η εμπειρία που έχει στο μεταξύ αποκτηθεί τόσο από τη λειτουργία του κανονισμού όσο και από την αλματώδη εξάπλωση του Franchising.

Στην χώρα μας δυστυχώς δεν έχει δημιουργηθεί ακόμη το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο. Οι δυσκολίες ένταξης της σύμβασης Franchising στο ισχύον σύστημα δικαίου οφείλονται στο ότι σε πολλούς τομείς η οικονομική ζωή δεν προσανατολίζεται προς τους ρυθμισμένους από τον νομοθέτη συμβατικούς τύπους αλλά προχωρεί στη διαμόρφωση εννόμων σχέσεων που ανταποκρίνονται στους δικούς της στόχους και τις δικές της ανάγκες.

Πιστεύουμε λοιπόν πως έφτασε πραγματικά η ώρα για τη σύνταξη ενός ιδιαίτερου νομοθετήματος για το Franchising. Οπωσδήποτε δεν μπορεί να παραγνωριστεί η αντίθετη άποψη μιας μερίδας των νομικών που υποστηρίζει ότι τέτοια ανάγκη δεν υπάρχει καθώς τα προβλήματα που εμφανίζονται σε μια συμβατική σχέση Franchising μπορούν κάλλιστα να επιλυθούν με την ευθεία ή

αναλογική εφαρμογή των διατάξεων άλλων νομοθετημάτων. Όμως και μόνο από την απλή αυτή παράθεση ενός τόσο μεγάλου αριθμού νομοθετημάτων γίνεται φανερή η δυσκολία, εάν όχι η αδυναμία, των συμβαλλομένων να γνωρίζουν από την αρχή της συμβατικής τους σχέσης σε ποια σημεία πρέπει να επικεντρώσουν την προσοχή τους έτσι ώστε να αποφύγουν την εμφάνιση μελλοντικών δυσεπίλυτων προβλημάτων. Επιπλέον τόσο ο εφαρμοστής του Δικαίου όσο και ο νομικός της πράξης απαιτείται πολλές φορές να προβούν στη δημιουργία περίπλοκων νομικών κατασκευών και υπερβάσεων, που είναι αρκετά πιθανόν να στηρίζονται σε σαθρές νομικές βάσεις, προκειμένου να δώσουν την πλέον αρμόζουσα νομική λύση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα μέλη μιας σύμβασης Franchising. Όλοι αυτή λοιπόν η προαναφερθείσα δύσκολη κατάσταση θα αντιμετωπιζόταν με επιτυχία εάν συντασσόταν ένα νομοθέτημα για το Franchising.

Επιπλέον, η μελέτη κατέδειξε τα σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Franchising ως μορφή οικονομικής συνεργασίας τόσο για το δικαιοπάροχο όσο και για τον δικαιούχο αλλά και για τους καταναλωτές καθώς επίσης και τη σημαντική συμβολή του στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αλληλοδιείσδυση, ειδικά μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις διάφορες εθνικές αγορές, και κατ' επέκταση στην ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς. Η αναγνώριση των συμφωνιών Franchising από το ΔΕΚ και την Επιτροπή ως ιδιαίτερου τύπου συμφωνιών σε συνδυασμό με την ευνοϊκή αντιμετώπισή του από άποψη πολιτικής ανταγωνισμού και ιδιαίτερα με τη μη απαγόρευση, από τον Κανονισμό 4087/88 για την ομαδική απαλλαγή ορισμένων κατηγοριών συμφωνιών Franchising από την εφαρμογή του άρθρου 85 παρ. 1 ΣυνΘΕΚ, τη σύναψη συμφωνιών Franchising σε οικονομικούς τομείς που καλύπτονται από άλλους, εν μέρη αυστηρότερους, κανονισμούς ομαδικής απαλλαγής είναι σίγουρο ότι θα συμβάλλει στη παραπέρα ανάπτυξή του. Οι συμφωνίες Franchising προσφέρουν μια ιδανική δυνατότητα συγκερασμού, στα πλαίσια μιας ενιαίας σύμβασης, στοιχείων που προέρχονται από τα κλασσικά συστήματα διανομής προϊόντων ενσωματώνοντας ταυτόχρονα και τη παροχή υπηρεσιών και στοιχείων που προέρχονται από τις κλασσικές συμβάσεις παραχώρησης άδειας εκμετάλλευσης συμπεριλαμβάνοντας επιπλέον και την άδεια εκμετάλλευσης εμπορικής τεχνογνωσίας αλλά και μιας ολόκληρης σειράς άλλων άυλων αγαθών που μπορούν να περιέχονται στο πακέτο Franchising.

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βιλλιώτης Χ.:** Οι τάσεις του franchise στην Ευρωπαϊκή Ένωση, Ναυτεμπορική, Ειδική Ετήσια Έκδοση, Φεβρουάριος 1998.
- Βορσάδης Α.:** Μηχανογραφικός έλεγχος ενός δικτύου Franchising, εισήγηση στο συνέδριο του «Money Snow», Ιούνιος 1997.
- Βούλγαρης Ι.:** Οι συμβάσεις δικαιόχρησης (franchise Agreements) όπως προκύπτουν από τη διεθνή νομική πρακτική και λειτουργούν στις διεθνείς συναλλαγές, Νομική Βιβλιοθήκη 1998, σελ. 897.
- Γαλάνης Β.:** Leasing Factoring Forfeiting Franchising Venture Capital: Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοοικονομικών θεσμών στη χώρα μας, Αθήνα: Σταμούλης 1994.
- Γεωργιάδης Α.:** Η σύμβαση Franchising, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 193. (Άρθρο)
- Γεωργιάδης Α.:** Νεές μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: leasing, factoring, forfeiting, franchising, Αθήνα: Αντ. Ν. Σάκκουλας, 2000.
- Γιαννακάκης Σ.:** Νομικό καθεστώς και πρακτική της σύμβασης δικαιόχρησης (Franchising) στην Ελλάδα, ΔΕΕ 1997, σελ. 1046.
- Γιαννακάκης Σ.:** «Η εξέλιξη του franchise στην Ευρώπη, Περιοδικό: Franchise business, Τεύχος 27, Δεκέμβριος 2005, Σελ. 86.
- Γρηγοράκης Α.-Μαλανδράκης Ε.:** Αναλυτική περιγραφή της οργανωτικής δομής σε επιχειρήσεις τύπου franchising, Πάτρα 1999.
- Δημητριάδη Μ.-Θωμά Σ.:** Ο σύγχρονος χρηματοοικονομικός θεσμός του Franchising στην Ελληνική αγορά, Πάτρα 2000, (Πτυχιακή Εργασία).
- Ζάντζα Α.:** Οι συνέπειες της καταγγελίας της σύμβασης franchising, Αθήνα: 2001, (Πτυχιακή Εργασία)
- Ζέκος Γ.:** Franchising και Cyberspace, ΔΕΕ 2001, σελ. 52.
- Κουτσούκης Δ.:** Η εφαρμογή του νόμου 703/1977 «Περί προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού», Νομική Βιβλιοθήκη Αθήνα 1996
- Κωστάκης Δ.:** Franchising: νομική και επιχειρηματική διάσταση, θεωρία-νομολογία-υποδείγματα, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη 2002.
- Κωστάκης Δ.:** Franchising-Νομική και επιχειρηματική διάσταση, Νομική Βιβλιοθήκη 2002 (Άρθρο)
- Κωστάκης Δ.:** Franchising, το επιχειρηματικό μοντέλο διανομής της νέας χλιετίας, Συνήγορος 2000, σελ. 47.

- Λαζαρίδης Γ.:** Το Franchising στην Ελλάδα του 1997, Ναυτεμπορική 8.01.1998.
- Μαλάκος Π.:** Franchising και διεθνής τραπεζική πρακτική, ΔΕΕΤ, Δ τρίμηνο, 1992,
- Μαμαρέλη Σ.:** Η λήξη λόγω καταγγελίας για σπουδαίο λόγο της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, της σύμβασης αποκλειστικής διανομής και της σύμβασης franchising, Αθήνα: 2000 (Πτυχιακή Εργασία).
- Μπερνίτσας Π.:** Το ευρωπαϊκό κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού και η επίδραση του στη θέσπιση και εφαρμογή του Ν.703/1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού», Αθήνα-Κομοτηνή: Αντ.Ν.Σάκκουλας, 1988. (Πτυχιακή Εργασία)
- Σουφλερός Η.:** Οι συμβάσεις franchising στο ελληνικό δίκαιο και το κοινοτικό δίκαιο ανταγωνισμού, Αθήνα: Αντ.Ν.Σάκκουλας 1995.
- Τρίμη Ε.-Πέττα Κ.:** Το Franchising και η Ελληνική πραγματικότητα, Πάτρα 1998 (Πτυχιακή Εργασία).
- Χαραλαμπίδη Δ.:** Franchising (περιγραφή του θεσμού-εφαρμογές-πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα-κριτική-προβλέψεις-προτάσεις), Πάτρα 1995 (Πτυχιακή Εργασία).
- Χρυσοβαλάντου Τ.-Χαιρέτη Χ.:** Ο θεσμός Franchising, Πάτρα 1998 (Πτυχιακή Εργασία).

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [www.aktoweb.com/jobs/interactivecd/1proypotheseis\\_franchising4.htm](http://www.aktoweb.com/jobs/interactivecd/1proypotheseis_franchising4.htm)
- [www.assofranchising.it](http://www.assofranchising.it)
- [www.british-franchise.org.uk](http://www.british-franchise.org.uk)
- [www.czech-franchise.cz](http://www.czech-franchise.cz)
- [www.de.wikipedia.org](http://www.de.wikipedia.org)
- [www.dfv-franchise.de](http://www.dfv-franchise.de)
- [www.europa.eu.int/comm/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/index_en.htm)
- [www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx](http://www.europeanfranchising.com/franchisingineu/intro.aspx)
- [www.europeanfranchising.net/](http://www.europeanfranchising.net/)
- [www.fcd.gr](http://www.fcd.gr)
- [www.franchise.org](http://www.franchise.org)
- [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr)

[www.franchisecore.gr](http://www.franchisecore.gr)  
[www.franchiseexpo.com](http://www.franchiseexpo.com)  
[www.franchisedeal.com](http://www.franchisedeal.com)  
[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)  
[www.franchise-success.gr](http://www.franchise-success.gr)  
[www.franchising.expocets.it](http://www.franchising.expocets.it)  
[www.franchising.fi](http://www.franchising.fi)  
[www.franchising.gr](http://www.franchising.gr)  
[www.franchiseworks.com](http://www.franchiseworks.com)  
[www.franquiciadores.com](http://www.franquiciadores.com)  
[www.git.gr/symbasi](http://www.git.gr/symbasi)  
[www.icap.gr](http://www.icap.gr)  
[www.infofranchise.gr](http://www.infofranchise.gr)  
[www.kpsnet.gr](http://www.kpsnet.gr)  
[www.lawnet.gr/](http://www.lawnet.gr/)  
[www.nfv.nl](http://www.nfv.nl)  
[www.nomos.gr](http://www.nomos.gr)  
[www.ramcomputer.gr](http://www.ramcomputer.gr)  
[www.thefranchiseco.gr](http://www.thefranchiseco.gr)  
[www.unidroit.org/english/guides/1998franchising/country/eu.htm](http://www.unidroit.org/english/guides/1998franchising/country/eu.htm)  
[www.unh.edu/news/news\\_releases/2006/march/lw\\_060307franchise.html](http://www.unh.edu/news/news_releases/2006/march/lw_060307franchise.html)

## ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

**Konigseberg Alex:** International Franchising, New York: Juris Publishing 1997.

**Martinek Michael:** Franchising, Know-how-Vertaege, Management-und Consultingsvertaege, Munchen : C.H. Beck 1992.

**Martinek Michael:** Moderne Vertragstypen, von Michael Martinek, Munchen: C.H. Beck 1991-1993.



## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α**

## ΣΧΕΔΙΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Στην Αθήνα σήμερα ..... μεταξύ αφενός μεν της  
Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία ....., η οποία  
εδρεύει στην Αθήνα, ..... και εκπροσωπείται νόμιμα,  
θα αποκαλείται δε στο εξής για τις ανάγκες της παρούσας σύμβασης «Ο ΔΟΤΗΣ»  
(Franchisor), αφετέρου δε του .....

ο οποίος θα αποκαλείται στο εξής για τον ίδιο όπως παραπάνω λόγιο «Ο  
ΛΗΠΤΗΣ» (Franchisee), συμφωνήθηκαν και έγιναν αμοιβαία αποδεκτά τα ακόλου-  
θα:

Οι παραπάνω συμβαλλόμενοι συνάπτουν με το παρόν Σύμβαση Δικαιόχρησης  
(Franchising) Υπαγωγής με τους ακόλουθους όρους και συμφωνίες:

### A. ΠΡΟΟΙΜΙΟ

#### 1. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Με την παρούσα σύμβαση ο Δότης παραχωρεί στον Λήπτη την άδεια χρήσης  
και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchise, το οποίο θα αναλυθεί παρακάτω,  
έναντι συγκεκριμένου οικονομικού ανταλλάγματος, με αντικειμενικό σκοπό  
την παροχή από τον Λήπτη των υπηρεσιών του Δότη μέσα από το κατάστημα  
του πρώτου.

#### 2. ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ

Ο Λήπτης διατηρεί μία ανεξάρτητη επιχείρηση, συναλλάσσεται με τους τρί-  
τους με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό και κατά συνέπεια ο  
Δότης δεν αναλαμβάνει υποχρεώσεις του Λήπτη ούτε έναντι των Αρχών ούτε  
έναντι των καταναλωτών - πελατών, ούτε έχει ο Λήπτης το δικαίωμα να ενερ-  
γεί πράξεις στο όνομα του Δότη και γενικά να τον δεσμεύει με οποιοδήποτε  
τρόπο έναντι των κάθε φύσεως- τρίτων. Η ιδιότητα αυτή του Λήπτη ως ανεξάρ-  
τητου επιχειρηματία θα δηλώνεται από αυτόν ρητά και σε όλα τα έντυπα, τις  
επαγγελματικές κάρτες, το διαφημιστικό υλικό κ.λ.π. της επιχείρησής του  
καθώς επίσης και σε ειδική πινακίδα που θα πρέπει να τοποθετηθεί σε ευδιά-  
κριτο στο καταναλωτικό κοινό μέρος του καταστήματός του. Επίσης ο Λήπτης  
δεν συνδέεται με τον Δότη με σχέση προσθήσεως, αντιπροσωπεύσεως (έστω  
και φαινομένης), εξαρτημένης εργασίας και εντολής, συμφωνεί δε ότι δεν θα  
παραπλανήσει οποιονδήποτε έτσι ώστε να του δημιουργηθεί η εσφαλμένη

---

εντύπωση ότι του έχει παρασχεθεί τέτοια εξουσία ή εξουσιοδότηση από τον Δότη.

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ «ΠΑΚΕΤΟΥ» FRANCHISE

Ο Δότης είναι δικαιούχος του Σήματος Υπηρεσιών .....  
..... Το παραπάνω σήμα έχει καταχωρηθεί και προστατεύεται κατά  
το Νόμο, όπως προκύπτει από την .....

Ο Δότης έχει επίσης δημιουργήσει έναν ιδιαίτερο και εύκολα αναγνωρίσιμο τύπο καταστήματος με συγκεκριμένο διασχηματισμό, δηλ. με ιδιαίτερη εσωτερική και εξωτερική εμφάνιση, ο οποίος και αποτελεί την οπτική ταυτότητα του δικτύου του. Ακόμη έχει δημιουργήσει ένα συγκεκριμένο Επιχειρηματικό Σύστημα (Σύστημα Franchising), δηλ. την οργανωτική εκείνη υποδομή η οποία απαιτείται για να λειτουργήσει το Δίκτυο Franchising.

Στα πλαίσια του Συστήματος Franchising λοιπόν ο Δότης έχει δημιουργήσει μία συγκεκριμένη, ουσιαστικής σημασίας και εμπιστευτική τεχνογνωσία αναφορικά με τις μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανογράφησης και μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί. Η λεπτομερής περιγραφή της τεχνογνωσίας αυτής όπως και η απεικόνιση των λειτουργιών του Συστήματος Franchising γίνονται στο ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (Operations Manual) με το οποίο ο Δότης προμηθεύει τον Λήπτη και το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της παρούσας σύμβασης. Ο Δότης έχει ήδη δοκιμάσει με επιτυχία το Σύστημα Franchising που δημιούργησε και βέβαια την τεχνογνωσία του στα δικά του καταστήματα του δικτύου που τα λειτούργησε ήδη για χρονικό διάστημα δύο ετών ως πιλοτικά. Μετά την επιτυχημένη λειτουργία των πιλοτικών του καταστημάτων ο Δότης δημιούργησε το πακέτο franchise το οποίο αποτελείται τόσο από τα δικαιώματα του βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας επί του σήματος υπηρεσιών ..... των διαφόρων διακριτικών γνωρισμάτων του καταστήματος και της επιχείρησης του (π.χ. ο ιδιαίτερος διασχηματισμός του καταστήματος, η ιδιαίτερη εμφάνιση του έντυπου υλικού της επιχείρησης, οι ιδιαίτεροι χρωματικοί συνδυασμοί κ.λ.π.), του εγχειριδίου λειτουργίας, των αρχιτεκτονικών σχεδίων του προτύπου καταστήματος και των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών με βάση τα οποία λειτουργεί το σύστημα μηχανοργάνωσης του δικτύου, όσο και από την προαναφερθείσα τεχνογνωσία του.

### 4. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Υπηρεσίες της παρούσας σύμβασης τις οποίες παρέχει ο Δότης στα πλαίσια της επιχειρηματικής του δραστηριότητας είναι οι ακόλουθες:

.....

Όλες τις παραπάνω υπηρεσίες ο Δότης θα τις προσφέρει κατ'αποκλειστικότητα στον Λήπτη μέσα στη συμβατική περιοχή, έτσι ώστε και αυτός να τις

παρέχει στους δικούς του πελάτες. Εννοείται βέβαια ότι κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης ο Δότης έχει το δικαίωμα τόσο να προσθέτει όσο και να αφαιρεί υπηρεσίες από την προαναφερθείσα σειρά παρεχομένων υπηρεσιών, έτσι ώστε να διατηρείται συνεχώς η ανταγωνιστικότητα του συστήματος και του δικτύου franchising.

## **5. ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ**

Ο Δότης εκδίδει και αναθεωρεί, όποτε κρίνει αυτό απαραίτητο, ένα Εγχειρίδιο Λειτουργίας (Manual), στο οποίο περιγράφεται λεπτομερώς η παρούσα και νεώτερη συγκεκριμένη και ουσιαστικής σημασίας τεχνογνωσία του αναφορικά με τις εφαρμοζόμενες μεθόδους οργάνωσης, διοίκησης, διαχείρισης, λειτουργίας, επικοινωνίας οργάνωσης και μάρκετινγκ της επιχείρησής του, όπως επίσης και οι μέθοδοι συνεργασίας του με τον Λήπτη. Ο Δότης μπορεί, όπως προαναφέρθηκε, να αναθεωρεί τα περιεχόμενα του Εγχειριδίου αυτού έτσι ώστε να καθίστανται γνωστές στον Λήπτη πρόοδοι και νέες εξελίξεις στο Σύστημα Franchising και στην παροχή υπηρεσιών, τεχνικές λειτουργίες και σε άλλα μέρη και διαδικασίες αναφορικά με τη λειτουργία της Επιχείρησης Franchising, με δεδομένο ότι το Σύστημα Franchising και βέβαια η τεχνογνωσία του Δότη που αποτελεί βασικό του στοιχείο πρέπει να ανανεώνονται και εξελίσσονται διαρκώς ώστε να ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Το Εγχειρίδιο αυτό, με το οποίο ο Δότης προμηθεύει τον Λήπτη, αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της παρούσας σύμβασης και δίδεται στο Λήπτη μόνο κατά χρήση.

## **ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**

### **ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ**

#### **B. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΟΤΗ**

##### **1. Παραχώρηση στον Λήπτη της Άδειας Χρήσης και Εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising**

Ο Δότης παραχωρεί με την παρούσα σύμβαση στον Λήπτη την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του δικού του «πακέτου» Franchise το περιεχόμενο του οποίου προσδιορίσθηκε στο άρθρο Α3 της παρούσης και το οποίο ο Λήπτης δικαιούται αλλά και υποχρεούται να χρησιμοποιεί καθόλη τη διάρκεια της συμβατικής σχέσης. Συγκεκριμένα του παραχωρεί την μη αποκλειστική άδεια χρήσης του Σήματος Υπηρεσιών ....., καθώς και την επίσης μη αποκλειστική άδεια χρήσης των λοιπών διακριτικών γνωρισμάτων της επιχείρησης και του καταστήματος του καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης. Ο Λήπτης δικαιούται αλλά και υποχρεούται να χρησιμοποιεί το προαναφερθέν Σήμα και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα και στοιχεία,

σημερινά και μελλοντικά, του Συστήματος Franchising του Δότη μόνο στο οριζόμενο παρακάτω Κατάστημά του και μόνο για τις υπηρεσίες της παρούσας σύμβασης. Απαγορεύεται στον Λήπτη να χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο Σήμα ή/και οποιοδήποτε συνδυασμό θα μπορούσε να κάνει με αυτόν, καθώς επίσης και γενικότερα οποιαδήποτε σύμβολα, διακριτικά γνωρίσματα, χρωματισμούς κ.λπ. του Συστήματος Franchising του Δότη, τόσο σημερινά όσο και μελλοντικά, ως μέρος της επωνυμίας της επιχείρησής του ή οποιουδήποτε άλλου νομικού προσώπου ήθελε συστήσει. Ο Λήπτης δεν δικαιούται να προσθέτει άλλα ονόματα ή/και σήματα ούτε να τροποποιεί με οποιοδήποτε τρόπο το συγκεκριμένο Σήμα και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα. Ο Δότης διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα ιδιοκτησίας του Σήματος όπως βέβαια και όλων των υπολοίπων διακριτικών γνωρισμάτων και στοιχείων, σημερινών και μελλοντικών, του Συστήματος του Franchising, τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει με οποιοδήποτε τρόπο και σε άλλες ανεξάρτητες ή/και σχετικές με την παρούσα σύμβαση περιπτώσεις και για δικό του λογαριασμό, με τον περιορισμό βέβαια του άρθρου Β4 (παραχωρηθείσα προστατευόμενη περιοχή) της παρούσας. Διατηρεί επίσης ο Δότης το δικαίωμα της χρησιμοποίησης και παραχώρησης αδειών χρήσης του παραπάνω Σήματος και των λοιπών προαναφερθέντων Διακριτικών Γνωρισμάτων και Στοιχείων και σε άλλες επιχειρήσεις και καταστήματα όπου συμμετέχει ή/και σε οποιασδήποτε άλλης μορφής επιχειρήσεις (ατομική ή εταιρείες) ήθελε συστήσει στο μέλλον. Ο Δότης ελέγχει τον τρόπο χρήσης του Σήματος και των άλλων Διακριτικών του γνωρισμάτων από τον Λήπτη, ο οποίος υποχρεούται να τον ειδοποιεί αμέσως μόλις διαπιστώσει ότι κάποιος τρίτος παραβιάζει τα νόμιμα δικαιώματα του Δότη επ'αυτών, όπως επίσης να του παρέχει κάθε απαραίτητη συνδρομή τόσο κατά την εξώδικη όσο και κατά τη δικαστική επιδίωξη προστασίας των δικαιωμάτων του. Η συνδρομή αυτή του Λήπτη αφορά κυρίως την από μέρους του λήψη κάθε πρόσφορου δικαστικού μέτρου εναντίον των παραβατών καθώς επίσης και την παρέμβαση του υπέρ του Δότη σε οποιαδήποτε δικαστική ενέργεια αναλάβει κατά των παραβατών για την προστασία των παραχωρηθέντων στον Λήπτη δικαιωμάτων του Βιομηχανικής ή/και Πνευματικής Ιδιοκτησίας. Η καλή φήμη και η εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού που έχει δημιουργηθεί σε σχέση με το Σήμα ανήκει σε κάθε περίπτωση στον Δότη.

Ο Δότης παραχωρεί επίσης στον Λήπτη καθόλη τη χρονική διάρκεια της παρούσας σύμβασης την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης της συγκεκριμένης, ουσιαστικής σημασίας και εμπιστευτικής τεχνογνωσίας του αναφορικά με τις μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανοργάνωσης και μάρκετινγκ της εμπορικής του δραστηριότητας. Η παραχώρηση από τον Δότη στον Λήπτη της προαναφερθείσας άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising αφορά αποκλειστικά και μόνο την εκπλήρωση από τον λήπτη του αντικειμενικού σκοπού της παρούσας συνεργασίας, δηλαδή την παροχή των συμβατικών υπηρεσιών μέσα από το δικό του Κατάστημα Franchising του Δικτύου.

## 2. Η Ένταξη του Λήπτη στο Σύστημα Franchising του Δότη

Ο Δότης εντάσσει τον Λήπτη στο Σύστημα Franchising που έχει δημιουργήσει παρέχοντάς του την απαιτούμενη τεχνική και οργανωτική υποδομή όπως και την ανάλογη εκπαίδευση.

Συγκεκριμένα ο Δότης παρέχει στον Λήπτη κατά την έναρξη της παρούσας συνεργασίας τους:

α) την τεχνογνωσία για την κατασκευή, εσωτερική και εξωτερική διαμόρφωση του Καταστήματος του, όπως επίσης και τη σχετική αρχική αρχιτεκτονική μελέτη. Το Κατάστημα του Λήπτη θα διαμορφωθεί πριν από την έναρξη λειτουργίας του τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά σύμφωνα με τις προδιαγραφές του Δότη οι οποίες είναι ενιαίες για όλα τα Καταστήματα του Δικτύου Franchising και με βάση τις προδιαγραφές του Δότη, ο οποίος έχει το δικαίωμα να ελέγχει την ακριβή και πιστή τήρηση των παραπάνω προδιαγραφών. Το κόστος της κατασκευής, περιλαμβανομένης και της επίβλεψης, η οποία θα γίνεται από τον επιβλέποντα αρχιτέκτονα - μηχανικό του Δότη, της εσωτερικής και εξωτερικής διαμόρφωσης, της προσαρμογής της αρχικής αρχιτεκτονικής μελέτης, όπως επίσης και του εξοπλισμού του καταστήματος, βαρύνει τον Λήπτη.

β) Του αποκαλύπτει τα επιχειρηματικά του εκείνα μυστικά με βάση τα οποία θα μπορέσει ο Λήπτης να ενταχθεί άμεσα και αρμονικά στο Σύστημα Franchising και να οργανώσει με επιτυχία την επιχειρηματική του δραστηριότητα.

γ) Εκπαιδεύει τόσο τον Λήπτη όσο και το προσωπικό του σε θέματα οργάνωσης, αρχών και τεχνικών επικοινωνίας, αρχών μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων, τεχνικής των πωλήσεων, διοικητικής και γενικής λογιστικής, διαχείρισης του καταστήματος, οργάνωσης, λειτουργίας κ.λ.π. Η αρχική αυτή εκπαίδευση, διαμέσου της οποίας ο Δότης κοινοποιεί στον Λήπτη την προαναφερθείσα τεχνογνωσία του, είναι υποχρεωτική για τον Λήπτη και το προσωπικό του και θα πραγματοποιείται είτε σε κάποιο από τα Καταστήματα του Δικτύου, είτε στην έδρα του Δότη πριν από την έναρξη λειτουργίας του Καταστήματος του Λήπτη και

δ) Του παραδίδει το προαναφερθέν στο άρθρο Α5 της παρούσας Εγχειρίδιο (Manual).

## 3. Η Συνεχής Υποστήριξη του Λήπτη καθόλη τη Διάρκεια της Συμβάσεως

Ο Δότης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση να υποστηρίζει συνεχώς τον Λήπτη για όσο χρονικό διάστημα ισχύει η Σύμβαση και συγκεκριμένα να του παρέχει συμβουλές σε οργανωτικά, διαχειριστικά, φορολογικά, οικονομικά, λογιστικά, εμπορικά θέματα, καθώς επίσης και σε θέματα μάρκετινγκ.

---

**4. Ο Ακριβής Προσδιορισμός της Γεωγραφικής Περιοχής Δραστηριότητας του Λήπτη**

Ο Δότης παρέχει με την παρούσα Σύμβαση στον Λήπτη την άδεια αποκλειστικής χρήσης και Εκμετάλλευσης του προπεριγραφέντος «πακέτου» Franchise στην γεωγραφική περιοχή .....

καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης. Η περιοχή αυτή θεωρείται προστατευμένη για τον Λήπτη με την έννοια ότι ο Δότης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση αφενός να μην εγκαθιστά άλλο Λήπτη σε αυτήν και αφετέρου να μην λειτουργεί ο ίδιος κατάστημα λιανικής πώλησης των συμβατικών προϊόντων στην ίδια περιοχή.

**5. Ο Σεβασμός από τον Δότη της Αρχής της Ίσης Μεταχείρισης Όρων των Ληπτών**

Ο Δότης έχει την υποχρέωση να μην κάνει διακρίσεις στον τρόπο αντιμετώπισης των μελών του Δικτύου Franchising και κατά συνέπεια ο Λήπτης δεν δικαιούται να απαιτήσει προνομιακή μεταχείριση από τον Δότη έναντι των υπολοίπων μελών του δικτύου.

**Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ**

Ο Λήπτης παρέχει τις υπηρεσίες της παρούσας συμβάσεως στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Η συμβολή του στην παρούσα συνεργασία Franchising περιλαμβάνει τις ακόλουθες υποχρεώσεις:

**1. Την Καταβολή Δικαιωμάτων στον Δότη**

Ο Λήπτης καταβάλλει συγχρόνως με την υπογραφή της παρούσας το εφάπαξ ποσό των δρχ. .... στον Δότη ως δικαίωμα εισόδου του στο Σύστημα Franchising (Entry Fee). Ακόμη ο Λήπτης θα καταβάλλει περιοδικά ανά ..... και καθόλη τη διάρκεια της συμβατικής σχέσης ποσοστό ..... επί του συνολικού ποσού του κύκλου εργασιών (τζίρου) της επιχείρησης του στον δότη ως διαρκή δικαιώματα για τη συνεχή παροχή υπηρεσιών υποστήριξης του δότη προς αυτόν.

Ο Λήπτης θα καταβάλλει τέλος περιοδικά ανά ..... ποσοστό ..... επί του συνολικού ποσού των πάσης φύσεως ακαθάριστων εισπράξεων του (τζίρου), στον Δότη ως συμβολή στην πανελλησιακή διαφημιστική δαπάνη τόσο του Δικτύου Franchising όσο και των συμβατικών υπηρεσιών. Ο Λήπτης αναγνωρίζει ότι η παραπάνω συμμετοχή του στη διαφήμιση παρέχει σημαντικότερη ωφέλεια και στο δικό του Κατάστημα, καθόσον τόσο με αυτή όσο και με την τοπική διαφήμιση που θα πραγματοποιεί, όπως προσδιορί-

ζεται παρακάτω, θα επιτευχθεί σημαντικότερη αύξηση και των δικών του εσόδων. Τα προαναφερθέντα χρηματικά ποσά θεωρούνται εύλογα και δίκαια από τα δύο Μέρη.

**2. Την Ενεργό Προώθηση της Παροχής των Υπηρεσιών του Συστήματος Franchising**

Ο Λήπτης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση να προωθήσει την παροχή των υπηρεσιών του συστήματος (συμβατικές υπηρεσίες) ακολουθώντας πιστά τη μέθοδο προώθησης και προβολής του Δότη, εξυπηρετώντας και προστατεύοντας τα συμφέροντα του τελευταίου.

**3. Την Συμμόρφωσή του στον τρόπο Παροχής των Υπηρεσιών του Δότη**

Ο Λήπτης οφείλει να συμμορφώνεται απόλυτα, καθόλη τη διάρκεια της παρούσας συμβάσεως, με τις διδόμενες από τον Δότη Οδηγίες Παροχής των Υπηρεσιών της Σύμβασης.

**4. Την Αυστηρή Τήρηση των Οδηγιών του Δότη για τη Διαμόρφωση του Καταστήματος του**

Ο Λήπτης είναι υποχρεωμένος να ακολουθήσει πιστά τις οδηγίες του Δότη για τη διαμόρφωση, διακόσμηση, την τοποθέτηση του εξοπλισμού και των επιγραφών, την θέση των επίπλων και γενικότερα τη διεύθυνση του καταστήματος του. Συγκεκριμένα το Κατάστημα του Λήπτη πρέπει να φέρει τα διακριτικά χρώματα του Δότη, τα διακριτικά του σήματα (ταμπέλες) και τον ειδικά μελετημένο από τον Δότη εξοπλισμό. Ο Λήπτης οφείλει να εξασφαλίζει την έγγραφη προέγκριση του Δότη πριν από οποιαδήποτε μεταβολή των παραπάνω. Ο Δότης διατηρεί το δικαίωμα να ζητά από τον Λήπτη ανά ..... την ανανέωση ή/και την αλλαγή της εξωτερικής και εσωτερικής εμφάνισης του καταστήματος του και του εξοπλισμού του. Η παραπάνω ανανέωση ή/και αλλαγή θα πραγματοποιείται με βάση τις υποδείξεις και οδηγίες του Δότη, λαμβανομένης όμως υπόψη και της γνώμης του Λήπτη. Τέτοιου είδους ανανεώσεις και αλλαγές είναι επιβεβλημένες τόσο από την ανάγκη της διαρκούς άριστης εμφάνισης των καταστημάτων του Δικτύου Franchising, όσο και από αυτήν της συνεχούς εξέλιξης του Συστήματος, βασικότατο εξωτερικό γνώρισμα του οποίου αποτελεί η οπτική ταυτότητα. Η τελική εμφάνιση του Καταστήματος του Λήπτη εγκρίνεται από τον Δότη πριν από την έναρξη λειτουργίας του.

**5. Την Συμμόρφωσή του στις Οργανωτικές Αρχές του Συστήματος Franchise**

Ο Λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται προς τις ενιαίες οργανωτικές αρχές του Συστήματος Franchise που έχουν διαμορφωθεί από τον Δότη και κυρίως προς την αρχή της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία η εικόνα των καταστημάτων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία.



**6. Την Αναγνώριση του Δικαιώματος του Δότη  
Εφαρμογής Νέων Μεθόδων στο Σύστημα Franchising**

Ο Λήπτης αναγνωρίζει από τώρα και αποδέχεται το δικαίωμα του Δότη να προβαίνει, όποτε κρίνει εκείνος απαραίτητο, στην εφαρμογή νέων μεθόδων μάρκετινγκ, πωλήσεων, λειτουργίας, διοίκησης, διαχείρισης, επικοινωνίας κ.λ.π. στο Σύστημα Franchising, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η διαρκής εύρυθμη λειτουργία του μέσα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο και εξελισσόμενο εξωτερικό οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

**7. Την Εκμετάλλευση του «Πακέτου» Franchise»  
μόνο μέσα από το Κατάστημα του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να εκμεταλλεύεται το προπεριγραφέν «πακέτο» Franchise, παρέχοντας αποκλειστικά και μόνο τις υπηρεσίες της παρούσας σύμβασης προς τους πελάτες του, μόνο μέσα από το κατάστημα του.

Ο Λήπτης έχει το δικαίωμα, μετά από προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, να ανοίξει και άλλα ή άλλα καταστήματα του Δικτύου Franchising στην παραχωρηθείσα περιοχή, με δική του βέβαια αποκλειστικά δαπάνη.

**8. Τη μη Αλλαγή του Καταστήματος του χωρίς την Έγκριση του Δότη**

Κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης είναι δυνατό ο Λήπτης να μεταστεγάσει το κατάστημα του, μέσα βέβαια πάντοτε στα όρια της παραχωρηθείσας γεωγραφικής περιοχής, υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση της προηγούμενης έγγραφης έγκρισης του Δότη. Ιδιαίτερα αυτό μπορεί να συμβεί σε περιπτώσεις όπου λόγοι ανωτέρας βίας, λήξης μισθωτηρίου συμβολαίου, καταγγελίας για ιδιόχρηση και άλλοι παρόμοιοι επιβάλλουν αυτή τη μεταστέγαση. Σε μια τέτοια περίπτωση ο Δότης δεν ευθύνεται για τις νέες δαπάνες που δημιουργούνται ή τις απώλειες που θα υποστεί ο Λήπτης ή άλλες τυχόν οποιεσδήποτε ζημιές του από τη μεταστέγαση.

**9. Την Έγκαιρη Εκτέλεση Όλων των Προβλεπομένων Επισκευών και  
Συντηρήσεων του Καταστήματος του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να διατηρεί καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας το Κατάστημα του σε άριστη κατάσταση και να πραγματοποιεί με δικά του έξοδα όλες εκείνες τις επισκευές και συντηρήσεις που είναι απαραίτητες προς τούτο.

Με δικά του επίσης έξοδα υποχρεούται να διατηρεί συνεχώς καθαρό και τακτοποιημένο το κατάστημα του σύμφωνα με τις υποδείξεις του Δότη.

Το Κατάστημα θα παραμένει ανοικτό και σε λειτουργία κατά τις ημέρες και ώρες που ορίζουν τόσο οι σχετικές αποφάσεις των Αρχών όσο και ο Δότης και ο Λήπτης είναι αποκλειστικά και μόνοι υπεύθυνοι απέναντι τους για οποιεσδήποτε συναφείς παραβάσεις.

---

Εννοείται βέβαια ότι οποιασδήποτε φύσεως δαπάνη σχέση έχουσα με τη λειτουργία του Καταστήματος (π.χ. φωτισμός, ύδρευση, δημοτικά τέλη, φόροι, έξοδα και δαπάνες αδειών, μισθοδοσία υπαλλήλων κ.λ.π.) βαρύνουν αποκλειστικά και μόνο τον Λήπτη.

#### **10. Την Ασφάλιση του Καταστήματος του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να συνάψει τα απαραίτητα ασφαλιστήρια συμβόλαια που θα ανταποκρίνονται στην πραγματική αξία τόσο του καταστήματος του όσο και του πάσης φύσεως εξοπλισμού του, τα οποία θα εγκριθούν από τον Δότη και να τα διατηρεί σε ισχύ έτσι ώστε σε περίπτωση επηλεύσεως του ασφαλισθέντος κινδύνου να αποκατασταθούν τα πράγματα στην προηγούμενη κατάσταση. Υποχρεούται ακόμη ο Λήπτης να συνάψει ασφαλιστήριο συμβόλαιο ασφάλισης επαγγελματικής αστικής ευθύνης. Η ασφαλιστική εταιρεία που θα επιλεγεί θα πρέπει να είναι κοινής αποδοχής. Ακόμη ο Λήπτης θα πρέπει να παραδώσει στον Δότη ένα αντίγραφο όλων των ασφαλιστηρίων συμβολαίων, όπως επίσης και να του παραδίδει κάθε φορά αντίγραφα των αποδεικτικών πληρωμής των ασφαλίσεων, όποτε αυτά του ζητηθούν.

#### **11. Τη μη Διενέργεια Ενεργητικών Πωλήσεων σε Άλλες Παραχωρηθείσες Περιοχές ή/και σε Άλλες Παραχωρηθείσες Ομάδες Πελατών**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην διενεργεί ενεργητικές πωλήσεις προσελκύνοντας με οποιοδήποτε τρόπο, πελάτες από γεωγραφικές περιοχές τις οποίες ο Δότης είτε έχει παραχωρήσει συμβατικά κατ'αποκλειστικότητα σε άλλους Λήπτες είτε έχει κρατήσει για να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά ο ίδιος. Την ίδια υποχρέωση υπέχει ο Λήπτης και αναφορικά με συγκεκριμένες ομάδες πελατών τις οποίες ο Δότης είτε έχει παραχωρήσει συμβατικά κατ'αποκλειστικότητα σε άλλους Λήπτες είτε έχει κρατήσει για τον ίδιο.

#### **12. Τη μη Άσκηση άμεσως ή έμμεσα Παρεμφερούς Επιχειρηματικής Δραστηριότητας σε περιοχή στην οποία ανταγωνίζεται με τον Δότη ή με άλλο Λήπτη**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην ασκεί ούτε άμεσα αλλά ούτε και έμμεσα όμοια ή/και παρεμφερή με την παρούσα επιχειρηματική δραστηριότητα σε περιοχή όπου είτε θα ανταγωνίζεται κάποιο άλλο μέλος του Δικτύου Franchising είτε τον ίδιο τον Δότη.

Ο Λήπτης υπέχει αυτή την υποχρέωση και μετά τη λύση της παρούσας σύμβασης για το εύλογο χρονικό διάστημα του ενός χρόνου, μόνο όμως αναφορικά με το κατάστημα της επιχείρησης του Franchising. Εννοείται δηλαδή ότι για το προαναφερθέν εύλογο χρονικό διάστημα ο Λήπτης δεν θα έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το κατάστημα όπου ασκούσε την επιχειρηματική του δραστηριότητα κατά τη διάρκεια λειτουργίας της παρούσας σύμβασης για την παραγωγή, αγορά, πώληση ή μεταπώληση ανταγωνιστικών προϊόντων με αυτά της σύμβασης.

**13. Τη μη Απόκτηση Οικονομικών Συμφερόντων σε Ανταγωνιστικές Επιχειρήσεις**

Απαγορεύεται απολύτως στον Λήπτη να συμμετέχει καθόλη τη διάρκεια της παρούσας Σύμβασης όπως επίσης και για το εύλογο χρονικό διάστημα του ενός χρόνου μετά τη λύση της σε επιχείρηση οιασδήποτε νομικής μορφής η οποία ανταγωνίζεται το Δίκτυο Franchising του Δότη, με την έννοια να μην αποκτά τέτοια οικονομικά συμφέροντα στο κεφάλαιο των ανταγωνιστικών αυτών επιχειρήσεων τα οποία ενδέχεται να του δώσουν τη δυνατότητα να επηρεάσει την επιχειρηματική τους συμπεριφορά.

**14. Την Παροχή Αποκλειστικά των Υπηρεσιών του Δότη ή/και Τρίτων Οριζόμενων από Αυτόν**

Ο Λήπτης υποχρεούται να παρέχει στο κατάστημα του αποκλειστικά και μόνο τις συμβατικές υπηρεσίες που του προσφέρει ο Δότης ή/και τρίτοι οριζόμενοι από αυτόν.

**15. Τη μη Παροχή Υπηρεσιών Ανταγωνιστικών Αυτών του Δότη**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην παρέχει υπηρεσίες ανταγωνιστικές αυτών του Δότη.

**16. Τη Διατήρηση της Κοινής Ταυτότητας και Φήμης του Δικτύου Franchising**

Ο Λήπτης οφείλει να καταβάλει καθ'όλη τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης κάθε δυνατή προσπάθεια τόσο για την ανάπτυξη της Επιχείρησής του όσο και για την προστασία της κοινής ταυτότητας και φήμης του Δικτύου. Η γενικότερη αυτή υποχρέωση περιλαμβάνει ενδεικτικά τις ακόλουθες ειδικότερες υποχρεώσεις:

α) την τήρηση ορθής κατά τα συναλλακτικά ήθη συμπεριφοράς του ιδίου και του προσωπικού του προς τους πελάτες του δικτύου, τον Δότη και τους υπόλοιπους Λήπτες,

β) τη διατήρηση επαρκούς, κατάλληλα εκπαιδευμένου και έμπειρου προσωπικού για την εξυπηρέτηση των πελατών του.

γ) τη μη πρόσληψη εργαζομένου ή/και συνεργάτη του Δότη ή κάποιου άλλου Λήπτη.

δ) την αυστηρή τήρηση από μέρους του της εργατικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας,

ε) την απόλυση οποιουδήποτε μέλους του προσωπικού του έχει αποδεδειγμένα υποπέσει σε σοβαρά παραπτώματα τα οποία βλάπτουν ή/και δυσφημούν τη φήμη του δικτύου,

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

στ) την εμπρόθεσμη εξόφληση όλων των λογαριασμών που έχουν σχέση με τη λειτουργία του καταστήματος του (ενοίκιο, μισθοί και ασφαλιστικές εισφορές εργαζομένων, τέλη, φόροι κ.λ.π.),

ζ) την τοποθέτηση και διατήρηση επιγραφών και διαφημίσεων των συμβατικών υπηρεσιών μέσα και έξω από το κατάστημα του μετά από σχετικές υποδείξεις του Δότη και χωρίς βέβαια να έχει το δικαίωμα να απαιτήσει οποιοδήποτε αντάλλαγμα από τον Δότη για το λόγο αυτό καθόσον οι ενέργειες αυτές αποσκοπούν στην καλή λειτουργία της παρούσας σύμβασης,

η) τη χρησιμοποίηση στο κατάστημα του αποκλειστικά και μόνο του Διακριτικού Τίτλου ..... υπό τον οποίο και θα λειτουργεί καθόλη τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης, απαγορευομένης απολύτως της αναρτήσεως τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά οποιασδήποτε άλλης επιγραφής, εξαιρουμένης μόνο της περιπτώσεως του άρθρου Α2 της παρούσης,

θ) την προσωπική επαγγελματική απασχόλησή του αποκλειστικά και μόνο στο συγκεκριμένο κατάστημα του Δικτύου, δεδομένου ότι στις συμβάσεις Franchising το προσωπικό στοιχείο έχει καταλυτικό ρόλο.

ι) τη μη καθ'οιονδήποτε τρόπο δυσφήμιση των υπηρεσιών της σύμβασης τόσο από τον ίδιο όσο και από το προσωπικό του, όπως βέβαια και του Συστήματος Franchising

κ) τη μη άσκηση οποιασδήποτε άλλης δραστηριότητας μέσα στο Κατάστημα του εκτός από εκείνην της παρούσας σύμβασης,

λ) την αποκλειστική εφαρμογή στο κατάστημα του της μεθοδολογίας και οργάνωσης που θα του παρέχει ο Δότης και η οποία θα καλύπτει όλες τις επαγγελματικές δραστηριότητες του καταστήματος,

μ) την αυστηρή τήρηση όλων των προδιαγραφών ποιότητας του Δότη αναφορικά με την εμφάνιση των χώρων παροχής των συμβατικών υπηρεσιών, την εμφάνιση του ίδιου και των υπαλλήλων του, καθώς επίσης και την εξυπηρέτηση των πελατών,

ν) την τήρηση όλων των επιβαλλόμενων από τον Δότη λογιστικών διαδικασιών που αφορούν στην τεκμηρίωση κάθε συναλλαγής και

ξ) την τήρηση όλων των προβλεπόμενων από τον Δότη διαδικασιών διοικητικής υποστήριξης του Δικτύου Franchising.

### 17. Την πραγματοποίηση Τοπικής Διαφήμισης

Όπως προαναφέρθηκε στο άρθρο Γ1 της παρούσας ο Λήπτης συμβάλλει οικονομικά στη διαφημιστική δαπάνη του Δότη αναφορικά με τη διαφήμιση σε πανελλαδική κλίμακα. Για την εξασφάλιση διαφάνειας στον τομέα αυτό ο Δότης γνωστοποιεί στον Λήπτη το εκάστοτε διαφημιστικό του πρόγραμμα.

Παράλληλα όμως ο Λήπτης δικαιούται να προβαίνει και στη διενέργεια τοπικής διαφήμισης του Καταστήματος του, η οποία θα συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση των εσόδων του, το κόστος της οποίας βαρύνει αποκλειστικά τον ίδιο υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση της έγγραφης προέγκρισης του Δότη αναφορικά με τη φύση της συγκεκριμένης διαφήμισης. Υποχρεωτικά επίσης ο Λήπτης χρησιμοποιεί για τη διαφήμιση αυτή το έντυπο διαφημιστικό υλικό του Δότη. Εννοείται βέβαια ότι στην παραπάνω διαφήμιση ο Λήπτης υποχρεούται να παρουσιάζεται μόνο ως Αδειούχος Franchise του Δότη για τη συγκεκριμένη παραχωρηθείσα περιοχή.

**18. Τη μη Κοινοποίηση σε Τρίτους της Τεχνογνωσίας και των Επιχειρηματικών Απορρήτων του Δότη**

Ο Λήπτης υποχρεούται τόσο κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης όσο και μετά τη ρύση της να μην κοινοποιεί σε τρίτους τόσο την τεχνογνωσία όσο και τα Επιχειρηματικά και άλλα απόρρητα του Δότη. Υποχρεούται ακόμη ο Λήπτης να μην χρησιμοποιεί την τεχνογνωσία που του έχει παραχωρηθεί για σκοπούς διαφορετικούς από την εκμετάλλευση του Franchise. Ο Λήπτης συμφωνεί και αποδέχεται για το συμφέρον ολοκλήρου του Συστήματος Franchising να λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για να διατηρήσει και προφυλάξει την τεχνογνωσία του Δότη από δημοσίευση, κοινοποίηση ή οποιαδήποτε άλλη μη εγκεκριμένη αποκάλυψη. Την ίδια υποχρέωση υπέχει και το προσωπικό του Λήπτη. Για την τήρηση των παραπάνω απορρήτων το προσωπικό του Λήπτη θα υπογράψει σχετικό έγγραφο, συνταχθέν από τον Δότη, περί μη αποκαλύψεως αυτών των απορρήτων.

Εννοείται βέβαια ότι την παραπάνω υποχρέωση υπέχει τόσο ο Λήπτης όσο και το προσωπικό του και αναφορικά με το παραδοθέν σε αυτόν κατά χρήση Εγχειρίδιο, απαγορευομένης ρητά της παραγωγής (φωτο) αντιγράφων, έστω και τμήματός του. Το Εγχειρίδιο αυτό παραμένει στην κυριότητα του Δότη και διατηρείται σε ασφαλή χώρο του καταστήματος του Λήπτη υπό την αποκλειστική του ευθύνη.

**19. Την Παρακολούθηση από τον ίδιο και το προσωπικό του των Προγραμμάτων Επαγγελματικής Κατάρτισης που διοργανώνει ο Δότης**

Ο Λήπτης υποχρεούται τόσο αυτός όσο και το προσωπικό του να παρακολουθεί ανελλιπώς τα προγράμματα εκπαίδευσης που θα οργανώνει ο Δότης. Υπάρχει η αρχική εκπαίδευση, όπως αυτή αναφέρεται στο άρθρο Β2γ της παρούσας, που μπορεί να επαναλαμβάνεται εμπλουτισμένη και με άλλα στοιχεία όποτε κρίνει σκόπιμο ο Δότης. Τόσο η Αρχική όσο και η Συμπληρωματική Εκπαίδευση του Λήπτη και του προσωπικού του θα παρέχονται δωρεάν από τον Δότη. Η έννοια της δωρεάν εκπαίδευσης δεν περιλαμβάνει τα έξοδα μισθοδοσίας, μεταφοράς, παραμονής, διατροφής και ημερήσιας εκτός έδρας αποζημίωσης.

**20. Την Υποχρέωση να επιτρέπει στον Δότη τη Διενέργεια Ελέγχων του Καταστήματος του, των Μεταφορικών του Μέσων, των παρεχόμενων Υπηρεσιών και των Λογιστικών του Βιβλίων**

Ο Λήπτης υποχρεούται να δέχεται οποτεδήποτε και απροειδοποίητα τις επισκέψεις του Δότη ή/και των εκπροσώπων του στο κατάστημα του, οι οποίοι έχουν το δικαίωμα προσπέλασης προς κάθε σημείο του καταστήματος και των συνδεδεμένων με την επιχείρηση χώρων, μεταφορικών μέσων, ηλεκτρονικών υπολογιστών και των αρχείων και βιβλίων της επιχείρησης. Ο Δότης έχει επίσης το δικαίωμα ο ίδιος ή/και εκπρόσωποί του να ελέγχουν οποτεδήποτε κρίνουν απαραίτητο, χωρίς προειδοποίηση και με οιονδήποτε πρόσφορο τρόπο ελέγχου, όλα τα λογιστικά και χρηματοοικονομικά βιβλία και στοιχεία του Λήπτη. Τέλος ο Δότης δικαιούται να συμπληρώνει ειδικό έντυπο κάθε φορά που ελέγχει τον Λήπτη με παρατηρήσεις και προτάσεις για τη βελτίωση της εικόνας και λειτουργίας του καταστήματος του, ο δε Λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται άμεσα με αυτές.

**21. Την Κοινοποίηση Οικονομικών Καταστάσεων προς τον Δότη και την Εμπρόθεση Πληρωμή των Συμφωνηθέντων Ποσών**

Ο Λήπτης υποχρεούται να προμηθεύει τον Δότη με όλες εκείνες τις πληροφορίες και τα οικονομικά δεδομένα που του χρειάζονται για την άσκηση ενός ικανοποιητικού ελέγχου του Δικτύου Franchising. Τέλος είναι υποχρεωμένος ο Λήπτης να συγκεντρώνει στην περιοχή ευθύνης του και να διοχετεύει στον Δότη πληροφορίες από την Αγορά και την δραστηριότητα του Ανταγωνισμού. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία στις περιπτώσεις της παροχής όμοιων ή/και παρεμφερών υπηρεσιών από τρίτους με τα σήματα (ορθά ή παραποιημένα) του Δότη.

Ο Λήπτης αναλαμβάνει την υποχρέωση να εξοφλεί τις οφειλές του προς τον Δότη εμπρόθεσμα.

Επιπρόσθετα το σύστημα τήρησης των οικονομικών και λογιστικών στοιχείων και καταστάσεων του Λήπτη θα πρέπει να είναι της αποδοχής του Δότη και βέβαια να εναρμονίζεται με την εκάστοτε ισχύουσα φορολογική νομοθεσία.

**22. Τη μη Μεταβίβαση της Σύμβασης ή την Εκχώρηση των Δικαιωμάτων που απορρέουν από αυτήν χωρίς την Έγκριση του Δότη**

Ο Λήπτης δεν δύναται να μεταβιβάσει τη σύμβαση ή να εκχωρήσει τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτήν καθώς επίσης και να μεταβιβάσει τμήμα ή το σύνολο της επιχείρησης του προς οποιοδήποτε τρίτο, χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη. Ο Λήπτης δεν δύναται να συνάψει συμφωνία Υποδικαιοχρησίας (sub - franchising). Αυτά δε συμφωνούνται δεδομένου ότι η παρούσα Σύμβαση Franchising στηρίζεται στην προσωπική σχέση εμπιστοσύνης του Δότη προς τον συγκεκριμένο Λήπτη. Συνεπώς καμία μεταβίβαση ή εκχώρηση

---

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

από τον Λήπτη δεν θα έχει ισχύ έναντι του Δότη εάν δεν εγκριθεί προηγουμένως εγγράφως από αυτόν και επιπρόσθετα εάν εκείνος προς τον οποίον γίνεται η μεταβίβαση δεν εκτελέσει όλους τους όρους που θα τεθούν από τον Δότη.

Αντίθετα ο Δότης έχει το δικαίωμα να μεταβιβάσει τη σύμβαση ή να εκχωρήσει τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτήν σε οποιοδήποτε τρίτο, παρεχόμενης από τώρα της σχετικής συναίνεσεως του Λήπτη.

### **23. Την Έγκαιρη Έναρξη Λειτουργίας του Καταστήματος του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να κάνει έναρξη της λειτουργίας του Καταστήματος του το αργότερο μέσα σε ..... από την ημερομηνία υπογραφής της παρούσας σύμβασης.

### **24. Την Επίτευξη ενός Ελάχιστου Κύκλου Εργασιών (τζίρου)**

Ο Λήπτης υποχρεούται να πραγματοποιήσει κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησής του ελάχιστο κύκλο εργασιών (τζίρο) ποσού δρχ. ...., ο οποίος θα πρέπει να αυξάνεται κατά ποσοστό ..... για κάθε επόμενο χρόνο λειτουργίας της παρούσας σύμβασης.

### **25. Την Κοινοποίηση στον Δότη της αποκτηθείσας κατά την Εκμετάλλευση του Franchise Πείρας του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να κοινοποιεί στον Δότη την αποκτηθείσα κατά την εκμετάλλευση του Franchising πείρα του και να του παραχωρεί, καθώς επίσης και στους άλλους Λήπτες, μη αποκλειστική άδεια εκμετάλλευσης της τεχνολογίας που προέκυψε από την πείρα αυτή.

## **ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**

### **ΛΟΙΠΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ**

#### **Δ. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ - ΜΕΓΙΣΤΗ ΤΙΜΗ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ**

Ο Δότης απλώς δύναται να συνιστά στον Λήπτη τιμές μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να του επιβάλει είτε άμεσα είτε έμμεσα πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης. Όμως ο Δότης έχει τη δυνατότητα να επιβάλει στον Λήπτη μέγιστες τιμές μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων, υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης.

## Ε. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η διάρκεια της παρούσας σύμβασης ορίζεται ..... αρχομένη την ..... και λήγουσα την .....

Η χρονική αυτή διάρκεια της σύμβασης θεωρείται εύλογη και από τα δύο μέρη τόσο για να επιτευχθεί ο σκοπός της όσο και για να αποσβεσθούν οι επενδύσεις του Λήπτη.

Προβλέπεται το δικαίωμα των δύο μερών για ανανέωση της σύμβασης για χρονικό διάστημα ..... από την παραπάνω λήξη της. Η σχετική πρόταση για ανανέωση θα κοινοποιηθεί εγγράφως από το ενδιαφερόμενο μέρος στο άλλο τουλάχιστον ..... πριν από τη λήξη της σύμβασης, το δε άλλο μέρος υποχρεούται να απαντήσει είτε θετικά είτε αρνητικά επίσης εγγράφως μέσα σε χρονικό διάστημα ..... από τη λήψη της πρότασης. Τυχόν μη απάντηση του θεωρείται ως αποδοχή της πρότασης ανανέωσης. Η παραπάνω ανανέωση θα γίνεται εγγράφως με τους όρους του Franchising που θα ισχύουν τη δεδομένη χρονική στιγμή και χωρίς πρόσθετη οικονομική επιβάρυνση του Λήπτη. Το παραπάνω δικαίωμα ανανέωσης μπορούν να το ασκούν τα δύο μέρη για όσες ακόμη φορές επιθυμούν για το ίδιο χρονικό διάστημα και κάτω από τις ίδιες ως άνω προϋποθέσεις.

## ΣΤ. ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

### 1. ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΛΥΣΗ

Η παρούσα σύμβαση λύεται αυτομάτως με την πάροδο του συμφωνηθέντος χρόνου διάρκειας της και υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι δεν θα έχει στο μεταξύ ανανεωθεί όπως προβλέπεται παραπάνω.

Αυτομάτως επίσης λύεται η σύμβαση αυτή και σε περίπτωση υποβολής σε δικαστική συμπαράσταση, πτώχευσης, αναγκαστικής διαχείρισης, εκκαθάρισης και δηλώσεως παύσης πληρωμών οποιουδήποτε των εδώ συμβαλλομένων.

### 2. ΕΚΤΑΚΤΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ

Η παρούσα σύμβαση μπορεί να καταγγελθεί οποτεδήποτε, εννοείται δηλαδή και πριν την παραπάνω συμφωνηθείσα συμβατική λήξη της, για σπουδαίο λόγο από οποιοδήποτε των εδώ συμβαλλομένων μερών.

Ο σπουδαίος λόγος μπορεί να έχει α) αντικειμενικό χαρακτήρα, όπως ενδεικτικά είναι: οι σοβαρές οικονομικές ζημιές του Δότη ή/και του Λήπτη από την παραμονή τους στο σύστημα Franchising, η σοβαρότατη επιδείνωση της οικονομικής κατάστασης κάποιου μέρους, η αφαίρεση της απαραίτητης για τη συνέχιση της επιχείρησης άδειας των αρμοδίων αρχών, η οποία βέβαια δεν θα οφείλεται σε υπαιτιότητα αυτού από τον οποίο αφαιρείται, το κλείσιμο ή η καταστροφή της

---



## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

επιχείρησης λόγω ανωτέρας βίας, σοβαρότατη ασθένεια μεγάλης διάρκειας κ.λ.π. και β) να οφείλεται σε υπαιτιότητα του ενός από τα μέρη.

Σπουδαίοι λόγοι που οφείλονται σε υπαιτιότητα μπορεί ενδεικτικά να είναι:

α) Ως προς τον Λήπτη: σοβαρή παραμέληση των υποχρεώσεων του για προώθηση των παρεχομένων υπηρεσιών του Συστήματος Franchising, μη τήρηση των προδιαγραφών και των οδηγιών του Δότη για τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης του, την εξυπηρέτηση των πελατών κ.λ.π. ώστε να τίθεται σε κίνδυνο η φήμη και η ενιαία εμφάνιση του συστήματος, παράβαση της ρήτρας μη ανταγωνισμού και της υποχρέωσης εχεμύθειας, παρεμπόδιση της άσκησης του ελέγχου εκ μέρους του Δότη, συμμετοχή τρίτων στην επιχείρηση του Λήπτη χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, συμμετοχή του Λήπτη σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, παροχή άλλων υπηρεσιών πέραν αυτών του Δότη, η μεταβίβαση της σύμβασης franchising, η παραχώρηση υπο-άδειας εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchise χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, άρνηση ή καθυστέρηση πέραν των ..... από την ημερομηνία έκδοσης των σχετικών τιμολογίων οιασδήποτε πληρωμής δικαιωμάτων προς τον Δότη, αδικαιολόγητη και επανειλημμένη άρνηση ικανοποίησης μη αμφισβητούμενων απαιτήσεων προμηθευτών, εκμισθωτών ή οποιωνδήποτε άλλων συναλλασσομένων με το σύστημα τρίτων ώστε να τίθεται σε κίνδυνο η φήμη του συστήματος, παράβαση των υποχρεώσεων συνεργασίας που έχουν ως στόχο τη διασφάλιση και ενίσχυση της συνοχής του συστήματος, συμπεριφορά και δηλώσεις προς τρίτους που είναι βλαπτικές για τη φήμη του συστήματος, του Δότη και των άλλων Ληπτών κ.λ.π.

β) Ως προς τον Δότη: παράβαση των υποχρεώσεων ένταξης της επιχείρησης του Λήπτη στο σύστημα, παροχής οργανωτικής και επιχειρηματικής υποστήριξης ή παραχώρησης των επί μέρους στοιχείων του «πακέτου» Franchise για εκμετάλλευση από τον Λήπτη, αυθαίρετος περιορισμός της παραχωρηθείσας περιοχής, υβριστική συμπεριφορά του προς τον Λήπτη κ.λ.π.

### **3. ΤΑΚΤΙΚΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ**

Στην περίπτωση που τυχόν η σύμβαση μετατραπεί μετά τη συμβατική ρήξη της σε αορίστου χρόνου τότε θα μπορεί να καταγγελθεί από οποιοδήποτε των μερών και χωρίς την ύπαρξη σπουδαίου λόγου υπό την απαραίτητη προϋπόθεση της τηρήσεως εξαμηνιαίας προθεσμίας και της επιδόσεως σχετικού εγγράφου στο άλλο μέρος.

### **4. ΛΥΣΗ ΜΕ ΚΟΙΝΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ**

Τα δύο μέρη μπορούν βέβαια να λύσουν την παρούσα σύμβαση οποτεδήποτε με αμοιβαία έγγραφη συμφωνία ρυθμίζοντας ταυτόχρονα και τις μεταξύ τους μετασυμβατικές σχέσεις.

## **Z. ΜΕΤΑΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ**

### **1. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗΣ**

Στην περίπτωση κατά την οποία η παρούσα σύμβαση λυθεί με έκτακτη καταγγελία οποιουδήποτε μέρους για σπουδαίο λόγο που οφείλεται στην υπαίτια αντισυμβατική συμπεριφορά του άλλου μέρους το υπαίτιο μέρος υποχρεούται σε καταβολή αποζημιώσεως προς το ανυπαίτιο.

### **2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ**

Ταυτόχρονα με τη ρύση της σύμβασης ο Λήπτης υποχρεούται να αποδώσει στον Δότη σε καλή κατάσταση όλα τα αντικείμενα που έλαβε από αυτόν προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στα πλαίσια της Σύμβασης. Τέτοια αντικείμενα είναι ενδεικτικά το Εγχειρίδιο (Manual), το διαφημιστικό και άλλο έντυπο υλικό, κάθε είδους κατάλογοι, κάθε είδους έγγραφα, επιστολόχαρτα, οι πινακίδες με τα διακριτικά γνωρίσματα του Δότη κ.λ.π. Εννοείται ότι απαγορεύεται απολύτως και η με οποιοδήποτε τρόπο αναπαραγωγή των αντικειμένων αυτών από τον Λήπτη.

### **3. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΑΛΕΙΨΗΣ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ**

Ταυτόχρονα με τη ρύση της σύμβασης ο Λήπτης έχει υποχρέωση να μην χρησιμοποιεί και εκμεταλλεύεται τα Εμπορικά Σήματα, την Εμπορική Επωνυμία, την Τεχνογνωσία και γενικά όλα τα Δικαιώματα Πνευματικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας του Δότη των οποίων η χρήση και εκμετάλλευση του είχε παραχωρηθεί κατά τη σύναψη της σύμβασης και βεβαίως οφείλει να παύσει αμέσως να εμφανίζεται ως Λήπτης του Συστήματος Franchising.

## **H. ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ - ΔΙΑΙΤΗΣΙΑ**

Συμφωνείται ρητά μεταξύ των μερών ότι κάθε διαφορά που θα έχει ως ιστορική αιτία την παρούσα σύμβαση ή άλλα γεγονότα εξ αφορμής αυτής της σύμβασης, σχετικά με το κύρος της ή με τη δημιουργία περαιτέρω δικαιωμάτων εξ αφορμής του κύρους ή της ακυρότητας αυτής της σύμβασης, καθώς και κάθε αρνητικό αναγνωριστικό αίτημα, που θα έχει ως ιστορική αιτία γεγονότα, παραγωγικά ενστάσεων εναντίον δικαιωμάτων που γεννιούνται από αυτή τη σύμβαση, θα εκδικάζεται αποκλειστικά διαιτητικώς κατά τα άρθρα 867 - 903 του Κ. Πολ. Δικ. Η συμφωνούμενη εδώ ρήτρα Διαιτησίας θα καλύπτει και τις πιθανές εξωσυμβατικές αξιώσεις των Μερών (π.χ. από τον Αθέμιτο Ανταγωνισμό και τις περί αδικοπραξιών διατάξεις του Α.Κ). Επίσης θα καλύπτει και τις πιθανές μελλοντικές οποιασδήποτε φύσης τροποποιήσεις της παρούσας Σύμβασης. Οι παραπάνω διαφορές θα

---

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

επιλύονται από Δικαστή Πρωτοδίκη του Πρωτοδικείου Αθηνών, οριζόμενο σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 871 Α του Κ. Πολ. Δικ.

Σε πίστωση των παραπάνω συνετάχθη το παρόν σε τέσσερα (4) όμοια αντίτυπα και αφού αναγνώσθηκε από τους συμβαλλομένους υπογράφεται από αυτούς όπως ακολουθεί, έλαβαν δε ο καθένας από ένα όμοιο αντίτυπο, από ένα δε ακόμη θα κατατεθεί στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. του Δότη και του Λήπτη μέσα στην προβλεπόμενη από το Νόμο προθεσμία.

### ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

Ο ΔΟΤΗΣ

Ο ΛΗΠΤΗΣ

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β**

## ΣΧΕΔΙΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ FRANCHISING ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Στον Αθήνα σήμερα ..... μεταξύ αφενός μεν της Ανώνυμης Εταιρείας με την επωνυμία, ..... η οποία εδρεύει στην Αθήνα και εκπροσωπείται νόμιμα, θα αποκαλείται δε στο εξής για τις ανάγκες της παρούσας σύμβασης «Ο ΔΟΤΗΣ» (Franchisor), αφετέρου δε του .....

ο οποίος θα αποκαλείται στο εξής για τον ίδιο όπως παραπάνω λόγο «Ο ΛΗΠΤΗΣ» (Franchisee), συμφωνήθηκαν και έγιναν αμοιβαία αποδεκτά τα ακόλουθα:

Οι παραπάνω συμβαλλόμενοι συνάπτουν με το παρόν Σύμβαση Δικαιόχρησης (Franchising) Υπαγωγής με τους ακόλουθους όρους και συμφωνίες:

### A. ΠΡΟΟΙΜΙΟ

#### 1. ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Με την παρούσα σύμβαση ο Δότης παραχωρεί στον Λήπτη την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchise, το οποίο θα αναλυθεί παρακάτω, έναντι συγκεκριμένου οικονομικού ανταλλάγματος, με αντικειμενικό σκοπό την εμπορία από τον Λήπτη των προϊόντων της σύμβασης μέσα από το Κατάστημα του πρώτου.

#### 2. ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ

Ο Λήπτης διατηρεί μία ανεξάρτητη επιχείρηση, συναλλάσσεται με τους τρίτους με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό και κατά συνέπεια ο Δότης δεν αναλαμβάνει υποχρεώσεις του Λήπτη ούτε έναντι των Αρχών ούτε έναντι των καταναλωτών - πελατών, ούτε έχει ο Λήπτης το δικαίωμα να ενεργεί πράξεις στο όνομα του Δότη και γενικά να τον δεσμεύει με οποιοδήποτε τρόπο έναντι των κάθε φύσεως τρίτων. Η ιδιότητα αυτή του Λήπτη ως ανεξάρτητου επιχειρηματία θα δηλώνεται από αυτόν ρητά και σε όλα τα έντυπα, τις επαγγελματικές κάρτες, το διαφημιστικό υλικό κ.λ.π. της επιχείρησής του καθώς επίσης και σε ειδική πινακίδα που θα πρέπει να τοποθετηθεί σε ευδιάκριτο στο καταναλωτικό κοινό μέρος του καταστήματός του. Επίσης ο Λήπτης δεν συνδέεται με τον Δότη με σχέση προσθήσεως, αντιπροσωπεύσεως (έστω και φαινομένης), εξαρτημένης εργασίας και εντολής, συμφωνεί δε ότι δεν θα παραπλανήσει

---

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

οποιονδήποτε έτσι ώστε να του δημιουργηθεί η εσφαρημένη εντύπωση ότι του έχει παρασχεθεί τέτοια εξουσία ή εξουσιοδότηση από τον Δότη.

### 3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ «ΠΑΚΕΤΟΥ» FRANCHISE

Ο Δότης είναι δικαιούχος του Εμπορικού Σήματος .....  
..... Το παραπάνω σήμα έχει καταχωρηθεί και προστατεύεται κατά το Νόμο, όπως προκύπτει από την .....

Ο Δότης έχει επίσης δημιουργήσει έναν ιδιαίτερο και εύκολα αναγνωρίσιμο τύπο καταστήματος με συγκεκριμένο διασχηματισμό, δηλ. με ιδιαίτερη εσωτερική και εξωτερική εμφάνιση, ο οποίος και αποτελεί την οπτική ταυτότητα του δικτύου του. Ακόμη έχει δημιουργήσει ένα συγκεκριμένο Επιχειρηματικό Σύστημα (Σύστημα Franchising), δηλ. την οργανωτική εκείνη υποδομή η οποία απαιτείται για να λειτουργήσει το Δίκτυο Franchising.

Στα πλαίσια του Συστήματος Franchising λοιπόν ο Δότης έχει δημιουργήσει μία συγκεκριμένη, ουσιαστικής σημασίας και εμπιστευτική τεχνογνωσία αναφορικά με τις μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανογράφησης, merchandising και μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί. Η λεπτομερής περιγραφή της τεχνογνωσίας αυτής όπως και η απεικόνιση των λειτουργιών του Συστήματος Franchising γίνονται στο ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ (Operations Manual) με το οποίο ο Δότης προμηθεύει τον Λήπτη και το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της παρούσας σύμβασης. Ο Δότης έχει ήδη δοκιμάσει με επιτυχία το Σύστημα Franchising που δημιούργησε και βέβαια την τεχνογνωσία του στα δικά του καταστήματα του δικτύου που τα λειτουργήσει ήδη για χρονικό διάστημα δύο ετών ως πιλοτικά. Μετά την επιτυχημένη λειτουργία των πιλοτικών του καταστημάτων ο Δότης δημιούργησε το πακέτο franchise το οποίο αποτελείται τόσο από τα δικαιώματα του βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας επί του εμπορικού σήματος ..... των διαφόρων διακριτικών γνωρισμάτων του καταστήματος και της επιχείρησης του (π.χ. ο ιδιαίτερος διασχηματισμός του καταστήματος, η ιδιαίτερη εμφάνιση του έντυπου υλικού της επιχείρησης, οι ιδιαίτεροι χρωματικοί συνδυασμοί κ.λ.π.), του εγχειριδίου λειτουργίας, των αρχιτεκτονικών σχεδίων του προτύπου καταστήματος και των προγραμμάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών με βάση τα οποία λειτουργεί το σύστημα μηχανοργάνωσης του δικτύου, όσο και από την προαναφερθείσα τεχνογνωσία του.

### 4. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Α. Προϊόντα της παρούσας σύμβασης τα οποία παράγει, εισάγει και εμπορεύεται ο Δότης είναι τα ακόλουθα:

Όλα τα παραπάνω προϊόντα ο Δότης θα τα προμηθεύει κατ' αποκλειστικότητα στον Λήπτη μέσα στην παραχωρούμενη με την παρούσα σύμβαση γεωγραφική περιοχή.

Εννοείται βέβαια ότι κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης ο Δότης έχει το δικαίωμα τόσο να προσθέτει όσο και να αφαιρεί προϊόντα από την προαναφερθείσα σειρά (γκάμα), έτσι ώστε να διατηρείται συνεχώς η ανταγωνιστικότητα του συστήματος και του δικτύου franchising.

#### **5. ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ**

Ο Δότης εκδίδει και αναθεωρεί, όποτε κρίνει αυτό απαραίτητο, ένα Εγχειρίδιο Λειτουργίας (Operations Manual), στο οποίο περιγράφεται λεπτομερώς η παρούσα και νεώτερη συγκεκριμένη, εμπιστευτική και ουσιαστικής σημασίας τεχνογνωσία του αναφορικά με τις εφαρμοζόμενες μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανοργάνωσης, merchandising και μάρκετινγκ της επιχείρησής του, οι μέθοδοι συνεργασίας του με τον Λήπτη όπως επίσης και το Σύστημα Franchising που έχει δημιουργήσει. Ο Δότης μπορεί, όπως προαναφέρθηκε, να αναθεωρεί τα περιεχόμενα του Εγχειριδίου αυτού έτσι ώστε να καθίστανται γνωστές στον Λήπτη πρόοδοι και νέες εξελίξεις στο Σύστημα Franchising, στις πωλήσεις των προϊόντων, τεχνικές λειτουργίες και σε άλλα μέρη και διαδικασίες αναφορικά με τη λειτουργία της Επιχείρησης Franchising, με δεδομένο ότι το Σύστημα Franchising και βέβαια η τεχνογνωσία του Δότη που αποτελεί βασικό του στοιχείο πρέπει να ανανεώνονται και εξελίσσονται διαρκώς έτσι ώστε να ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Το Εγχειρίδιο αυτό, με το οποίο ο Δότης προμηθεύει τον Λήπτη, αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της παρούσας σύμβασης και δίδεται στον Λήπτη μόνο κατά χρήση.

ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ

Β. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΟΤΗ

1. Παραχώρηση στον Λήπτη της Άδειας Χρήσης και Εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchise

Ο Δότης παραχωρεί με την παρούσα σύμβαση στον Λήπτη την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του δικού του «πακέτου» Franchise το περιεχόμενο του οποίου προσδιορίσθηκε στο άρθρο Α3 της παρούσης και το οποίο ο Λήπτης δικαιούται αλλά και υποχρεούται να χρησιμοποιεί καθόλη τη διάρκεια της συμβατικής σχέσης. Συγκεκριμένα του παραχωρεί την μη αποκλειστική άδεια χρήσης του Εμπορικού Σήματος ..... , καθώς και την επίσης μη αποκλειστική άδεια χρήσης των λοιπών διακριτικών γνωρισμάτων της επιχείρησης και του καταστήματος του καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης. Ο Λήπτης δικαιούται αλλά και υποχρεούται να χρησιμοποιεί το προαναφερθέν Σήμα και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα και στοιχεία, σημερινά και μελλοντικά, του Συστήματος Franchising του Δότη μόνο στο οριζόμενο παρακάτω Κατάστημά του και μόνο για τα προϊόντα της παρούσας σύμβασης. Απαγορεύεται στον Λήπτη να χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο Σήμα ή/και οποιοδήποτε συνδυασμό θα μπορούσε να κάνει με αυτόν, καθώς επίσης και γενικότερα οποιαδήποτε σύμβολα, διακριτικά γνωρίσματα, χρωματισμούς κ.λ.π. του Συστήματος Franchising του Δότη, τόσο σημερινά όσο και μελλοντικά, ως μέρος της επωνυμίας της επιχείρησής του ή οποιουδήποτε άλλου νομικού προσώπου ήθελε συστήσει. Ο Λήπτης δεν δικαιούται να προσθέτει άλλα ονόματα ή/και σήματα ούτε να τροποποιεί με οποιοδήποτε τρόπο το συγκεκριμένο Σήμα και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα. Ο Δότης διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα ιδιοκτησίας του Σήματος όπως βέβαια και όλων των υπολοίπων διακριτικών γνωρισμάτων και στοιχείων, σημερινών και μελλοντικών, του Συστήματος του Franchising, τα οποία μπορεί να χρησιμοποιήσει με οποιοδήποτε τρόπο και σε άλλες ανεξάρτητες ή/και σχετικές με την παρούσα σύμβαση περιπτώσεις και για δικό του λογαριασμό, με τον περιορισμό βέβαια του άρθρου Β4 (παραχωρηθείσα προστατευόμενη περιοχή) της παρούσης. Διατηρεί επίσης ο Δότης το δικαίωμα της χρησιμοποίησης και παραχώρησης αδειών χρήσης του παραπάνω Σήματος και των λοιπών προαναφερθέντων Διακριτικών Γνωρισμάτων και Στοιχείων και σε άλλες επιχειρήσεις και καταστήματα όπου συμμετέχει ή/και σε οποιασδήποτε άλλης μορφής επιχειρήσεις (ατομική ή εταιρείες) ήθελε συστήσει στο μέλλον. Ο Δότης ελέγχει τον τρόπο χρή-



σης του Σήματος και των άλλων Διακριτικών του γνωρισμάτων από τον Λήπτη, ο οποίος υποχρεούται να τον ειδοποιεί αμέσως μόλις διαπιστώσει ότι κάποιος τρίτος παραβιάζει τα νόμιμα δικαιώματα του Δότη επ'αυτών, όπως επίσης να του παρέχει κάθε απαραίτητη συνδρομή τόσο κατά την εξώδικη όσο και κατά τη δικαστική επιδίωξη προστασίας των δικαιωμάτων του. Η συνδρομή αυτή του Λήπτη αφορά κυρίως την από μέρους του λήψη κάθε πρόσφορου δικαστικού μέτρου εναντίον των παραβατών καθώς επίσης και την παρέμβαση του υπέρ του Δότη σε οποιαδήποτε δικαστική ενέργεια αναλάβει κατά των παραβατών για την προστασία των παραχωρηθέντων στον Λήπτη δικαιωμάτων του Βιομηχανικής ή/και Πνευματικής Ιδιοκτησίας. Η καλή φήμη και η εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού που έχει δημιουργηθεί σε σχέση με το Σήμα ανήκει σε κάθε περίπτωση στον Δότη.

Ο Δότης παραχωρεί επίσης στον Λήπτη καθόλη τη χρονική διάρκεια της παρούσας σύμβασης την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης της συγκεκριμένης, ουσιαστικής σημασίας και εμπιστευτικής τεχνογνωσίας του αναφορικά με τις μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανοργάνωσης, merchandising και μάρκετινγκ της εμπορικής του δραστηριότητας. Η παραχώρηση από τον Δότη στον Λήπτη της προαναφερθείσας άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising αφορά αποκλειστικά και μόνο την εκπλήρωση από τον λήπτη του αντικειμενικού σκοπού της παρούσας συνεργασίας, δηλαδή την εμπορία των συμβατικών προϊόντων μέσα από το δικό του Κατάστημα Franchising του Δικτύου.

## **2. Η Ένταξη του Λήπτη στο Σύστημα Franchising του Δότη**

Ο Δότης εντάσσει τον Λήπτη στο Σύστημα Franchising που έχει δημιουργήσει παρέχοντάς του την απαιτούμενη τεχνική και οργανωτική υποδομή όπως και την ανάλογη εκπαίδευση:

Συγκεκριμένα ο Δότης παρέχει στον Λήπτη κατά την έναρξη της παρούσας συνεργασίας τους:

α) την τεχνογνωσία για την κατασκευή, εσωτερική και εξωτερική διαμόρφωση του καταστήματος του, όπως επίσης και τη σχετική αρχιτεκτονική μελέτη του προτύπου καταστήματος. Το κατάστημα του Λήπτη θα διαμορφωθεί πριν από την έναρξη λειτουργίας του τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά σύμφωνα με τις προδιαγραφές του Δότη οι οποίες είναι ενιαίες για όλα τα καταστήματα του Συστήματος και του Δικτύου Franchising και με βάση τα σχέδια και τις προδιαγραφές των αρχιτεκτόνων του Δότη, οι οποίοι έχουν το δικαίωμα να ελέγχουν την ακριβή και πιστή εκτέλεση των παραπάνω σχεδίων. Το κόστος της κατασκευής, περιλαμβανομένης και της επίβλεψης, η οποία θα γίνεται από τον επιβλέποντα αρχιτέκτονα - μηχανικό του Δότη, της εσωτερικής και εξωτερικής διαμόρφωσης, της προσαρμογής της αρχικής αρχιτεκτονικής μελέτης, όπως επίσης και του εξοπλισμού του καταστήματος, βαρύνει τον Λήπτη.

β) Του αποκαλύπτει τα εμπορικά και επιχειρηματικά του εκείνα μυστικά με βάση τα οποία θα μπορέσει ο Λήπτης να ενταχθεί άμεσα και αρμονικά στο Σύστημα Franchising και να οργανώσει με επιτυχία την εμπορική του δραστηριότητα.

γ) Εκπαιδεύει τόσο τον Λήπτη όσο και το προσωπικό του σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, διαχείρισης καταστήματος, πώλησης και τοποθέτησης των προϊόντων της σύμβασης, μάρκετινγκ κ.λ.π. Η αρχική αυτή εκπαίδευση, διαμέσου της οποίας ο Δότης κοινοποιεί στον Λήπτη την προαναφερθείσα τεχνογνωσία του, είναι υποχρεωτική για τον Λήπτη και το προσωπικό του και θα πραγματοποιείται είτε στην Έδρα του Δότη, είτε σε κάποιο από τα πιλοτικά καταστήματα, είτε και σε οποιοδήποτε άλλο κατάστημα του Δικτύου Franchising, κατά την απόλυτη και ανέλεγκτη κρίση του Δότη, πριν από την έναρξη λειτουργίας του Καταστήματος του Λήπτη.

δ) Του παραδίδει το προαναφερθέν στο άρθρο Α5 της παρούσας Εγχειρίδιο (Manual).

### 3. Η Συνεχής Υποστήριξη του Λήπτη καθόλη τη Διάρκεια της Σύμβασεως

Ο Δότης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση να υποστηρίζει συνεχώς τον Λήπτη για όσο χρονικό διάστημα ισχύει η Σύμβαση και συγκεκριμένα να του παρέχει συμβουλές σε οργανωτικά, τεχνικά, μηχανογραφικά, διαχειριστικά, φορολογικά, οικονομικά και λογιστικά θέματα. Να τον υποστηρίζει σε θέματα marketing, merchandising, διακόσμησης και διαμόρφωσης βιτρινών και προώθησης των προϊόντων της σύμβασης και να τον βοηθά στην επιλογή του προσωπικού του.

### 4. Ο Ακριβής Προσδιορισμός της Γεωγραφικής Περιοχής Δραστηριότητας του Λήπτη

Ο Δότης παρέχει με την παρούσα Σύμβαση στον Λήπτη την άδεια αποκλειστικής χρήσης και εκμετάλλευσης του προπεριγραφέντος «πακέτου» Franchise στην γεωγραφική περιοχή .....

καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης. Η περιοχή αυτή θεωρείται προστατευμένη για τον Λήπτη με την έννοια ότι ο Δότης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση αφενός να μην εγκαθιστά άλλο Λήπτη σε αυτήν και αφετέρου να μην λειτουργεί ο ίδιος κατάστημα ριανικής πώλησης των συμβατικών προϊόντων στην ίδια περιοχή.

### 5. Ο Σεβασμός από τον Δότη της Αρχής της Ίσης Μεταχείρισης Όλων των Ληπτών

Ο Δότης έχει την υποχρέωση να μην κάνει διακρίσεις στον τρόπο αντιμετώπισης των μελών του Δικτύου Franchising και κατά συνέπεια ο Λήπτης δεν δικαι-

---

ούται να απαιτήσει προνομιακή μεταχείριση από τον Δότη έναντι των υπολοίπων μελών του δικτύου.

### Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ

Ο Λήπτης πωλεί τα προϊόντα της παρούσας συμβάσεως στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Η συμβολή του στην παρούσα συνεργασία Franchising περιλαμβάνει τις ακόλουθες υποχρεώσεις:

#### 1. Την Καταβολή Δικαιωμάτων στον Δότη

Ο Λήπτης καταβάλλει συγχρόνως με την υπογραφή της παρούσας το εφάπαξ ποσό των δρχ. .... στον Δότη ως δικαίωμα εισόδου του στο Σύστημα Franchising (Entry Fee).

Ακόμη ο Λήπτης θα καταβάλλει περιοδικά ανά ..... ποσοστό ..... επί του συνολικού ποσού του κύκλου εργασιών (τζίρου) της επιχείρησης του στον δότη ως διαρκή δικαιώματα για τη συνεχή παροχή υπηρεσιών υποστήριξης του δότη προς αυτόν.

#### 2. Την Ενεργό Προώθηση των Πωλήσεων των Προϊόντων του Συστήματος Franchising

Ο Λήπτης αναλαμβάνει με την παρούσα την υποχρέωση να προωθήσει τις πωλήσεις των προϊόντων του συστήματος (συμβατικά προϊόντα), ακολουθώντας πιστά τη μέθοδο μάρκετινγκ του Δότη και καταβάλλοντας κάθε δυνατή προσπάθεια προς τούτο.

#### 3. Την Συμμόρφωσή του στον τρόπο Διεξαγωγής των Πωλήσεων του Δότη

Ο Λήπτης οφείλει να συμμορφώνεται απόλυτα, καθόλη τη διάρκεια της παρούσας συμβάσεως, με τις παρεχόμενες από τον Δότη Οδηγίες Πωλήσεως των Προϊόντων της Σύμβασης.

#### 4. Την Αυστηρή Τήρηση των Οδηγιών του Δότη για τη Διαμόρφωση του Καταστήματός του

Ο Λήπτης είναι υποχρεωμένος να ακολουθήσει πιστά τις οδηγίες του Δότη για την εξωτερική και εσωτερική διαμόρφωση, διακόσμηση, την τοποθέτηση του διακοσμητικού υλικού, των εμπορευμάτων και των επιγραφών, την θέση των επίπλων, του εξοπλισμού και γενικότερα τη διευθέτηση του καταστήματός του. Συγκεκριμένα το Κατάστημα του Λήπτη πρέπει να φέρει τα διακριτικά χρώματα του Δότη, τα διακριτικά του σήματα (ταμπέλες) και γενικότερα όλα εκείνα τα διακριτικά γνωρίσματα (ιδιαίτερος διασχηματισμός) που συνιστούν το τυπικό κατάστημα του συστήματος franchising. Ακόμη πρέπει να έχει τον ειδικά μελετημένο από τον Δότη εξοπλισμό, ο οποίος περιγράφεται αναλυτικά στο

προσαρτόμενο στην παρούσα Εγχειρίδιο Λειτουργίας. Ο Λήπτης οφείλει να εξασφαλίσει την έγγραφη προέγκριση του Δότη πριν από οποιαδήποτε μεταβολή των παραπάνω. Ο Δότης διατηρεί το δικαίωμα να ζητά από τον Λήπτη ανά ..... την ανανέωση ή/και την αλλαγή της εξωτερικής και εσωτερικής εμφάνισης του καταστήματός του και του εξοπλισμού του. Η παραπάνω ανανέωση ή/και αλλαγή θα πραγματοποιείται με βάση τις υποδείξεις και οδηγίες του Δότη, λαμβανομένης όμως υπόψη και της γνώμης του Λήπτη. Τέτοιου είδους ανανεώσεις και αλλαγές είναι επιβεβλημένες τόσο από την ανάγκη της διαρκούς άριστης εμφάνισης των καταστημάτων του Δικτύου Franchising, όσο και από αυτήν της συνεχούς εξέλιξης του Συστήματος βασικότατο εξωτερικό γνώρισμα του οποίου είναι η οπτική ταυτότητα. Τέλος ο Λήπτης υποχρεούται να διαμορφώνει τόσο τους χώρους όσο και τη βιτρίνα του καταστήματός του ακολουθώντας πιστά τις προδιαγραφές και οδηγίες του Δότη, όπως επίσης και να τους ανανεώνει στα χρονικά εκείνα διαστήματα που ο Δότης επιβάλλει. Η τελική εμφάνιση του Καταστήματος του Λήπτη εγκρίνεται από τον Δότη πριν από την έναρξη λειτουργίας του.

#### 5. Την Συμμόρφωσή του στις Οργανωτικές Αρχές του Συστήματος Franchising

Ο Λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται προς τις ενιαίες οργανωτικές αρχές του Συστήματος Franchising που έχουν διαμορφωθεί από τον Δότη και κυρίως προς την αρχή της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία τόσο η εικόνα των καταστημάτων όσο και η εικόνα των προϊόντων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία.

#### 6. Την Αναγνώριση του Δικαιώματος του Δότη Εφαρμογής Νέων Μεθόδων στο Σύστημα Franchising

Ο Λήπτης αναγνωρίζει από τώρα και αποδέχεται το δικαίωμα του Δότη να προβαίνει, όποτε κρίνει εκείνος απαραίτητο, στην εφαρμογή νέων μεθόδων μάρκετινγκ, πωλήσεων, λειτουργίας, διοίκησης, διαχείρισης, επικοινωνίας κ.λ.π. στο Σύστημα Franchising, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η διαρκής εύρυθμη λειτουργία του μέσα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο και εξελισσόμενο εξωτερικό οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

#### 7. Την Εκμετάλλευση του «Πακέτου» Franchise μόνο μέσα από το Κατάστημά του

Ο Λήπτης υποχρεούται να εκμεταλλεύεται το προπεριγράφεν «πακέτο» Franchise, πουλώντας αποκλειστικά και μόνο θιαστικά τα προϊόντα της παρούσας σύμβασης, μόνο μέσα από το εμπορικό του κατάστημα.

Ο Λήπτης έχει το δικαίωμα, μετά από προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, να ανοίξει και άλλο ή άλλα καταστήματα του Δικτύου Franchising στην παραχωρηθείσα περιοχή, με δική του βέβαια αποκλειστικά δαπάνη.

**8. Τη μη Αλλογή του Καταστήματός του χωρίς την Έγκριση του Δότη**

Κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης είναι δυνατό ο Λήπτης να μεταστεγάσει το κατάστημά του, μέσα βέβαια πάντοτε στα όρια της παραχωρηθείσας γεωγραφικής περιοχής, υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση της προηγούμενης έγγραφης έγκρισης του Δότη, η οποία θα αφορά κυρίως τη νέα θέση, το μέγεθος και τη μορφή του καταστήματος. Ιδιαίτερα αυτό μπορεί να συμβεί σε περιπτώσεις όπου λόγοι ανωτέρας βίας, ρήξης μισθωτηρίου συμβολαίου, καταγγελίας για ιδιόχρηση και άλλοι παρόμοιοι επιβάλλουν αυτή τη μεταστέγαση. Σε μια τέτοια περίπτωση ο Δότης δεν ευθύνεται για τις νέες δαπάνες που δημιουργούνται ή τις απώλειες που θα υποστεί ο λήπτης ή άλλες τυχόν οποιεσδήποτε ζημίες του από τη μεταστέγαση.

**9. Την Έγκαιρη Εκτέλεση Όλων των Προβλεπομένων Επισκευών και Συντηρήσεων του Καταστήματός του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να διατηρεί καθόλη τη χρονική διάρκεια ισχύος της παρούσας το Κατάστημά του και τον Εξοπλισμό του σε άριστη κατάσταση και να πραγματοποιεί με δικά του έξοδα όλες εκείνες τις επισκευές και συντηρήσεις που είναι απαραίτητες προς τούτο.

Με δικά του επίσης έξοδα υποχρεούται να διατηρεί συνεχώς καθαρό και τακτοποιημένο το κατάστημά του σύμφωνα με τις υποδείξεις του Δότη.

Το Κατάστημα θα παραμένει ανοικτό και σε λειτουργία κατά τις ώρες που ορίζουν τόσο οι σχετικές αποφάσεις των Αρχών όσο και ο Δότης και ο Λήπτης είναι αποκλειστικά και μόνος υπεύθυνος απέναντι τους για οποιοσδήποτε συναφείς παραβάσεις.

Εννοείται βέβαια ότι οποιασδήποτε φύσεως δαπάνη σχέση έχουσα με τη λειτουργία του Καταστήματος (π.χ. φωτισμός, ύδρευση, δημοτικά τέλη, φόροι, έξοδα και δαπάνες αδειών κ.λ.π.) βαρύνουν αποκλειστικά και μόνο τον Λήπτη.

**10. Την Ασφάλιση του Καταστήματός του και των Εμπορευμάτων του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να συνάψει τα απαραίτητα ασφαλιστήρια συμβόλαια έναντι ενδεικτικά των κινδύνων πυρός, πλημμυρών, σεισμών, τρομοκρατικών ενεργειών, διαρρήξεως, κλοπής, διακοπής λειτουργίας της επιχείρησης του Franchising κ.λ.π., που θα ανταποκρίνονται στην πραγματική αξία του καταστήματός του, των υπάρχοντων-σε αυτό εμπορευμάτων-καθώς επίσης και του πάσης φύσεως εξοπλισμού του, τα οποία θα εγκριθούν από τον Δότη και να τα διατηρεί συνεχώς, καθόλη τη διάρκεια της παρούσας συνεργασίας, σε ισχύ, έτσι ώστε σε περίπτωση επελευθέρωσης του ασφαλισθέντος κινδύνου να αποκατασταθούν τα πράγματα στην προηγούμενη κατάσταση. Υποχρεούται ακόμη ο Λήπτης να συνάψει ασφαλιστήριο συμβόλαιο ασφάλισης της αστικής του ευθύνης, όπως επίσης και της αστικής ευθύνης των υπ'αυτού προστεθέντων προσώπων, έναντι των τρίτων συναλληλασσομένων με την Επιχείρηση του Franchising. Η ασφαλιστική εται-

---

ρεία που θα επιθευγεί θα πρέπει να είναι κοινής αποδοχής. Ακόμη ο Λήπτης θα πρέπει να παραδώσει στον Δότη ένα αντίγραφο όλων των ασφαλιστηρίων συμβολαίων, όπως επίσης και να του παραδίδει κάθε φορά αντίγραφα των αποδεικτικών πληρωμής των ασφαλιστρων, όποτε αυτά του ζητηθούν.

**11. Τη μη Διενέργεια Ενεργητικών Πωλήσεων  
σε Άλλες Παραχωρηθείσες Περιοχές  
ή/και σε Άλλες Παραχωρηθείσες Ομάδες Πελατών**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην διενεργεί ενεργητικές πωλήσεις προσελκύοντας με οποιοδήποτε τρόπο, πελάτες από γεωγραφικές περιοχές τις οποίες ο Δότης είτε έχει παραχωρήσει συμβατικά κατ' αποκλειστικότητα σε άλλους Λήπτες είτε έχει κρατήσει για να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά ο ίδιος. Την ίδια υποχρέωση υπέχει ο Λήπτης και αναφορικά με συγκεκριμένες ομάδες πελατών τις οποίες ο Δότης είτε έχει παραχωρήσει συμβατικά κατ' αποκλειστικότητα σε άλλους Λήπτες είτε έχει κρατήσει για τον ίδιο.

**12. Τη μη Άσκηση άμεσα ή έμμεσα  
Παρεμφερούς Εμπορικής Δραστηριότητας  
σε περιοχή στην οποία ανταγωνίζεται με τον Δότη ή με άλλο Λήπτη**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην ασκεί ούτε άμεσα αλλά ούτε και έμμεσα όμοια ή/και παρεμφερή με την παρούσα εμπορική δραστηριότητα σε περιοχή όπου είτε θα ανταγωνίζεται κάποιο άλλο μέλος του Δικτύου Franchising είτε τον ίδιο τον Δότη.

Ο Λήπτης υπέχει αυτή την υποχρέωση και μετά τη λύση της παρούσας σύμβασης για το εύλογο χρονικό διάστημα του ενός χρόνου, μόνο όμως αναφορικά με το κατάστημα της επιχείρησης του Franchising. Εννοείται δηλαδή ότι για το προαναφερθέν εύλογο χρονικό διάστημα ο Λήπτης δεν θα έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το κατάστημα όπου ασκούσε την επιχειρηματική του δραστηριότητα κατά τη διάρκεια λειτουργίας της παρούσας σύμβασης για την παραγωγή, αγορά, πώληση ή μεταπώληση ανταγωνιστικών προϊόντων με αυτά της σύμβασης.

**13. Τη μη Απόκτηση Οικονομικών Συμφερόντων  
σε Ανταγωνιστικές Επιχειρήσεις**

Απαγορεύεται απολύτως στον Λήπτη να συμμετέχει καθόλη τη διάρκεια της παρούσας Σύμβασης όπως επίσης και για το εύλογο χρονικό διάστημα του ενός χρόνου μετά τη λύση της σε επιχείρηση οιασδήποτε νομικής μορφής η οποία ανταγωνίζεται το Δίκτυο Franchising του Δότη, με την έννοια να μην αποκτά τέτοια οικονομικά συμφέροντα στο κεφάλαιο των ανταγωνιστικών αυτών επιχειρήσεων τα οποία ενδέχεται να του δώσουν τη δυνατότητα να επηρεάσει την επιχειρηματική τους συμπεριφορά.

**14. Την Πώληση Αποκλειστικά Προϊόντων που έχουν κατασκευασθεί είτε από τον Δότη είτε από Τρίτους Οριζόμενους από αυτόν**

Ο Λήπτης υποχρεούται να διαθέτει στο κατάστημά του και πωλεί αποκλειστικά και μόνο τα συμβατικά προϊόντα που έχουν κατασκευασθεί είτε από τον Δότη είτε από τρίτους οριζόμενους από αυτόν. Τα προϊόντα αυτά θα τα προμηθεύεται αποκλειστικά και μόνον από τον Δότη ή/και από τρίτους προμηθευτές οριζόμενους από αυτόν, θα τα πωλεί δε μόνο μέσα από το κατάστημά του λιανικώς στους τρίτους καταναλωτές - πελάτες απαγορευομένης ρητά της πώλησής τους σε χονδρεμπόρους προς μεταπώληση. Ο Λήπτης υποχρεούται να πωλεί τα προϊόντα με τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα που αυτά έφεραν κατά την παράδοσή τους από τον Δότη ή/και από τους τρίτους προμηθευτές και να μην αλλοιώνει, τροποποιεί ή/και αντικαθιστά κανένα στοιχείο τους.

**15. Τη μη Παραγωγή, Πώληση ή Χρησιμοποίηση Ανταγωνιστικών Προϊόντων προς αυτά του Δότη**

Ο Λήπτης υποχρεούται να μην παράγει, πωλεί ή/και χρησιμοποιεί προϊόντα ανταγωνιστικά των προϊόντων του Δότη.

**16. Τον Έγκαιρο Προγραμματισμό των Παραγγελιών του προς τον Δότη**

Ο Λήπτης υποχρεούται να προγραμματίζει και παραδίδει έγκαιρα στον Δότη τις παραγγελίες των προϊόντων της σύμβασης έτσι ώστε να καθίσταται δυνατή και η έγκαιρη παράδοσή τους από τον Δότη.

**17. Τη Διατήρηση της Κοινής Ταυτότητας και Φήμης του Δικτύου Franchising**

Ο Λήπτης οφείλει να καταβάλει καθόλη τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης κάθε δυνατή προσπάθεια τόσο για την ανάπτυξη της Επιχείρησής του όσο και για την προστασία της κοινής ταυτότητας και φήμης του Δικτύου.

Η γενικότερη αυτή υποχρέωση περιλαμβάνει ενδεικτικά τις ακόλουθες ειδικότερες υποχρεώσεις:

α) την τήρηση ορθής κατά τα συναλλακτικά ήθη συμπεριφοράς του ιδίου και του προσωπικού του προς τους πελάτες του δικτύου, τον Δότη και τους υπόλοιπους Λήπτες,

β) τη διατήρηση επαρκούς, κατάλληλα εκπαιδευμένου και έμπειρου προσωπικού για την εξυπηρέτηση των πελατών του.

γ) τη μη πρόσληψη εργαζομένου ή/και συνεργάτη του Δότη ή κάποιου άλλου Λήπτη.

δ) την αυστηρή τήρηση από μέρους του της εργατικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας,

ε) την απόλυση οποιουδήποτε μέλους του προσωπικού του έχει αποδεδειγμένα υποπέσει σε σοβαρά παραπτώματα τα οποία βλάπτουν ή/και δυσφημούν τη φήμη του δικτύου,

στ) την εμπρόθεσμη εξόφληση όλων των λογαριασμών που έχουν σχέση με τη λειτουργία του καταστήματός του (ενοίκιο, μισθοί και ασφαλιστικές εισφορές εργαζομένων, τέλη, φόροι κ.λπ.),

ζ) την τοποθέτηση και διατήρηση επιγραφών και διαφημίσεων των συμβατικών προϊόντων μέσα και έξω από το κατάστημά του μετά από σχετικές υποδείξεις του Δότη και χωρίς βέβαια να έχει το δικαίωμα να απαιτήσει οποιοδήποτε αντάλλαγμα από τον Δότη για το λόγο αυτό καθόσον οι ενέργειες αυτές αποσκοπούν στην καλή λειτουργία της παρούσας σύμβασης,

η) τη χρησιμοποίηση στο κατάστημα του αποκλειστικά και μόνο του Διακριτικού Τίτλου ....., υπό τον οποίο και θα λειτουργεί καθόλη τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης, του Εμπορικού Σήματος ....., καθώς επίσης και των λοιπών σημερινών και μελλοντικών διακριτικών γνωρισμάτων, στοιχείων και χρωματισμών του Συστήματος Franchising του Δότη, απαγορευόμενης απολύτως της αναρτήσεως τόσο εξωτερικά όσο και εσωτερικά οποιασδήποτε άλλης επιγραφής εξαιρουμένης μόνο της περιπτώσεως του άρθρου Α2 της παρούσας,

θ) την προσωπική επαγγελματική απασχόλησή του αποκλειστικά και μόνο στο συγκεκριμένο κατάστημα του Δικτύου, δεδομένου ότι στις συμβάσεις Franchising το προσωπικό στοιχείο έχει καταλυτικό ρόλο.

ι) τη μη καθ'οιονδήποτε τρόπο δυσφήμιση των προϊόντων της σύμβασης τόσο από τον ίδιο όσο και από το προσωπικό του, όπως βέβαια και του συστήματος franchising.

κ) τη μη άσκηση οποιασδήποτε άλλης δραστηριότητας μέσα στο Κατάστημα του εκτός από εκείνην της παρούσας σύμβασης

λ) την αποκλειστική εφαρμογή στο Κατάστημα του της μεθοδολογίας και οργάνωσης που θα παρέχει ο Δότης και η οποία θα καλύπτει όλες τις επαγγελματικές δραστηριότητες του Καταστήματος,

μ) την αυστηρή τήρηση όλων των προδιαγραφών ποιότητας του Δότη αναφορικά με την εμφάνιση των χώρων πώλησης των συμβατικών προϊόντων, την εμφάνιση του ίδιου και των υπαλλήλων του, όπως επίσης και την εξυπηρέτηση των πελατών και

ν) την τήρηση όλων των επιβαλλομένων από τον Δότη λογιστικών διαδικασιών που αφορούν στην τεκμηρίωση κάθε συναλλαγής.

#### 18. Την πραγματοποίηση Τοπικής Διαφήμισης

Ο Λήπτης δικαιούται να προβαίνει στη διενέργεια τοπικής διαφήμισης του Καταστήματός του η οποία θα συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση των

---



πωλήσεων του, το κόστος της οποίας βαρύνει αποκλειστικά τον ίδιο, υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση της έγγραφης προέγκρισης του Δότη αναφορικά με τη φύση της συγκεκριμένης διαφήμισης. Υποχρεωτικά επίσης ο Λήπτης χρησιμοποιεί για τη διαφήμιση αυτή το διαφημιστικό υλικό του Δότη που του χορηγείται δωρεάν. Εννοείται βέβαια ότι στην παραπάνω διαφήμιση ο Λήπτης υποχρεούται να παρουσιάζεται μόνο ως Αδειούχος Franchise του Δότη για τη συγκεκριμένη παραχωρηθείσα περιοχή.

**19. Την μη Κοινοποίηση σε Τρίτους της Τεχνογνωσίας και των Εμπορικών και Βιομηχανικών Απορρήτων του Δότη**

Ο Λήπτης υποχρεούται τόσο κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης όσο και μετά τη λύση της να μην κοινοποιεί σε τρίτους τόσο την τεχνογνωσία όσο και τα Εμπορικά, Βιομηχανικά και άλλα απόρρητα του Δότη. Υποχρεούται ακόμη ο Λήπτης να μην χρησιμοποιεί την τεχνογνωσία που του έχει παραχωρήσει ο Δότης, για σκοπούς διαφορετικούς από την εκμετάλλευση του Franchise. Επίσης υποχρεούται να μην επιτρέπει σε τρίτους να την χρησιμοποιούν είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο. Ο Λήπτης συμφωνεί και αποδέχεται για το συμφέρον ολοκλήρου του Συστήματος Franchising να λάβει όλα τα απαραίτητα μέτρα για να διατηρήσει και προφυλάξει την τεχνογνωσία, όπως και τα Εμπορικά, Βιομηχανικά και άλλα απόρρητα του Δότη από δημοσίευση, κοινοποίηση ή οποιαδήποτε άλλη μη εγκεκριμένη αποκάλυψη. Την ίδια υποχρέωση υπέχει και το προσωπικό του Λήπτη. Για την τήρηση των παραπάνω απορρήτων το προσωπικό του Λήπτη θα υπογράφει, με φροντίδα του ίδιου (του Λήπτη), σχετικό έγγραφο, που θα συντάσσεται από τον Λήπτη και θα εγκρίνεται εγγράφως από τον Δότη, περί μη αποκάλυψης αυτών των απορρήτων. Αντίγραφο αυτού του εγγράφου θα παραδίδει ο Λήπτης στον Δότη.

Εννοείται βέβαια ότι την παραπάνω υποχρέωση υπέχει ο Λήπτης και το προσωπικό του και αναφορικά με το παραδοθέν σε αυτόν κατά χρήση Εγχειρίδιο Λειτουργίας, απαγορευομένης ρητά της παραγωγής (φωτο) αντιγράφων, έστω και τμήματός του. Το Εγχειρίδιο αυτό παραμένει στην κυριότητα του Δότη και διατηρείται σε ασφαλή χώρο του καταστήματος του Λήπτη υπό την αποκλειστική του ευθύνη.

**20. Την Παρακολούθηση από τον ίδιο και το προσωπικό του των Προγραμμάτων Επαγγελματικής Κατάρτισης που διοργανώνει ο Δότης**

Ο Λήπτης υποχρεούται τόσο αυτός όσο και το προσωπικό του να παρακολουθεί ανελλιπώς τα προγράμματα εκπαίδευσης που θα οργανώνει ο Δότης. Υπάρχει η αρχική εκπαίδευση, όπως αυτή αναφέρεται στο άρθρο Β2γ της παρούσας, που μπορεί να επαναλαμβάνεται εμπλουτισμένη και με άλλα στοιχεία όποτε κρίνει σκόπιμο ο Δότης. Τόσο η Αρχική όσο και η Συμπληρωματική Εκπαίδευση του Λήπτη και του προσωπικού του θα παρέχονται δωρεάν από τον Δότη. Η

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

έννοια της δωρεάν εκπαίδευσης δεν περιλαμβάνει τα έξοδα μισθοδοσίας, μεταφοράς, παραμονής, διατροφής και ημερήσιας εκτός έδρας αποζημίωσης.

### 21. Την Υποχρέωση να επιτρέψει στον Δότη τη Διενέργεια Ελέγχων του Καταστήματός του, των Μεταφορικών του Μέσων, των πωληθένων Προϊόντων και των Λογιστικών του Βιβλίων

Ο Λήπτης υποχρεούται να δέχεται οποτεδήποτε και απροειδοποίητα τις επισκέψεις των εκπροσώπων του Δότη στο κατάστημά του, οι οποίοι έχουν το δικαίωμα προσπέλασης προς κάθε σημείο του καταστήματος και των συνδεδεμένων με την επιχείρηση χώρων, μεταφορικών μέσων, προϊόντων και των αρχείων και βιβλίων της επιχείρησης. Οι εκπρόσωποι του Δότη έχουν επίσης το δικαίωμα να ελέγχουν οποτεδήποτε κρίνουν απαραίτητο, χωρίς προειδοποίηση και με οποιοδήποτε πρόσφορο τρόπο ελέγχου, όλα τα λογιστικά και χρηματοοικονομικά βιβλία και στοιχεία του Λήπτη. Τέλος ο εκπρόσωπος του Δότη δικαιούται να συμπληρώνει ειδικό έντυπο κάθε φορά που ελέγχει τον Λήπτη με παρατηρήσεις και προτάσεις για τη βελτίωση της εικόνας και λειτουργίας του καταστήματός του, ο δε Λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται άμεσα με αυτές.

### 22. Την Κοινοποίηση Οικονομικών Καταστάσεων προς τον Δότη και την Εμπρόθεση Πληρωμή των Συμφωνηθέντων Ποσών

Ο Λήπτης υποχρεούται να προμηθεύει τον Δότη με όλες εκείνες τις πληροφορίες και τα οικονομικά δεδομένα που του χρειάζονται για την άσκηση ενός ικανοποιητικού ελέγχου του Δικτύου Franchising. Επιπρόσθετα υποχρεούται ο Λήπτης να ενημερώνει άμεσα το Δότη για την τυχόν λήψη δικαστικών μέτρων κατά της Επιχείρησης του Franchising, όπως επίσης και μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης.

Τέλος είναι υποχρεωμένος ο Λήπτης να συγκεντρώνει στην περιοχή ευθύνης του και να διοχετεύει στον Δότη πληροφορίες από την Αγορά και την δραστηριότητα του Ανταγωνισμού. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία στις περιπτώσεις της κυκλοφορίας όμοιων ή/και παρεμφερών προϊόντων από τρίτους με τα οήματα (ορθά ή παραποιημένα) του Δότη.

Ο Λήπτης αναλαμβάνει την υποχρέωση να εξοφλεί τις οφειλές του προς τον Δότη και τους τρίτους που συναλλιάσσονται μαζί του εμπρόθεσμα.

Επιπρόσθετα το σύστημα τήρησης των οικονομικών και λογιστικών στοιχείων και καταστάσεων του Λήπτη θα πρέπει να είναι της αποδοχής του Δότη και βέβαια να εναρμονίζεται με την εκάστοτε ισχύουσα φορολογική νομοθεσία.

### 23. Τη μη Μεταβίβαση της Σύμβασης ή την Εκχώρηση των Δικαιωμάτων που απορρέουν από αυτήν χωρίς την Έγκριση του Δότη

Ο Λήπτης δεν δύναται να μεταβιβάσει τη Σύμβαση Franchising ή να εκχωρήσει τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτήν, όπως επίσης και να μεταβιβάσει τμήμα ή το σύνολο της επιχείρησής του προς οποιοδήποτε τρίτο, χωρίς την

## ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΥΠΙΚΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη. Ο Λήπτης δεν δύναται να συνάψει συμφωνία Υποδικαιοχρήσης (sub - franchising). Αυτά δε συμφωνούνται δεδομένου ότι η παρούσα Σύμβαση Franchising στηρίζεται στην προσωπική σχέση εμπιστοσύνης του Δότη προς τον συγκεκριμένο Λήπτη. Συνεπώς καμία μεταβίβαση ή εκχώρηση από τον Λήπτη δεν θα έχει ισχύ έναντι του Δότη εάν δεν εγκριθεί προηγουμένως εγγράφως από αυτόν και επιπρόσθετα εάν εκείνος προς τον οποίον γίνεται η μεταβίβαση δεν εκτελέσει όλους τους όρους που θα τεθούν από τον Δότη.

Αντίθετα ο Δότης έχει το δικαίωμα να μεταβιβάσει τη σύμβαση franchising ή να εκχωρήσει τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτήν σε οποιοδήποτε τρίτο, παρεχόμενης από τώρα της σχετικής συναίνεσής του Λήπτη.

### **24. Την Έγκαιρη Έναρξη Λειτουργίας του Καταστήματός του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να κάνει έναρξη της λειτουργίας του Καταστήματός του το αργότερο μέσα σε ..... από την ημερομηνία υπογραφής της παρούσας σύμβασης.

### **25. Την Επίτευξη ενός Ελάχιστου Κύκλου Εργασιών (τζίρου)**

Ο Λήπτης υποχρεούται να πραγματοποιήσει κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησής του ελάχιστο κύκλο εργασιών (τζίρο) ποσού δρχ. ...., ο οποίος θα πρέπει να αυξάνεται κατά ποσοστό ..... για κάθε επόμενο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησής του.

### **26. Την Κοινοποίηση στον Δότη της Αποκτηθείσας κατά την Εκμετάλλευση του Franchise Πείρας του**

Ο Λήπτης υποχρεούται να κοινοποιεί στον Δότη την αποκτηθείσα κατά την εκμετάλλευση του Franchise πείρα του και να του παραχωρεί, καθώς επίσης και στους άλλους Λήπτες, μη αποκλειστική άδεια εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας που προέκυψε από την πείρα αυτή.

### **27. Την παροχή Υπηρεσιών στα πλαίσια της Εγγύησης των Προϊόντων και της Εξυπηρέτησης των Πελατών**

Ο Λήπτης υποχρεούται να παρέχει προς τους πελάτες του καταστήματος του υπηρεσίες αναφορικά με την εξυπηρέτηση τους μετά την πώληση και μέσα στα πλαίσια των εγγυήσεων που καθύπτουν τα συμβατικά προϊόντα.

**ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**

**ΛΟΙΠΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ**

**Δ. ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ - ΜΕΓΙΣΤΗ ΤΙΜΗ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ**

Ο Δότης απλώς δύναται να συνιστά στον Λήπτη τιμές μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να του επιβάλλει είτε άμεσα είτε έμμεσα πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης. Όμως ο Δότης έχει τη δυνατότητα να επιβάλλει στον Λήπτη μέγιστες τιμές μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων, υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης.

**Ε. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ**

Η διάρκεια της παρούσας σύμβασης ορίζεται ..... αρχομένη την ..... και λήγουσα την .....

Η χρονική αυτή διάρκεια της σύμβασης θεωρείται εύλογη και από τα δύο μέρη τόσο για να επιτευχθεί ο σκοπός της όσο και για να αποσβεσθούν οι επενδύσεις του Λήπτη.

Προβλέπεται το δικαίωμα των δύο μερών για ανανέωση της σύμβασης για χρονικό διάστημα ..... από την παραπάνω λήξη της. Η σχετική πρόταση για ανανέωση θα κοινοποιηθεί εγγράφως από το ενδιαφερόμενο μέρος στο άλλο τουλάχιστον ..... πριν από τη λήξη της σύμβασης, το δε άλλο μέρος υποχρεούται να απαντήσει είτε θετικά είτε αρνητικά επίσης εγγράφως μέσα σε χρονικό διάστημα ..... από τη λήψη της πρότασης. Τυχόν μη απάντηση του θεωρείται ως αποδοχή της πρότασης ανανέωσης. Η παραπάνω ανανέωση θα γίνεται εγγράφως με τους όρους του Franchising που θα ισχύουν τη δεδομένη χρονική στιγμή και χωρίς πρόσθετη οικονομική επιβάρυνση του Λήπτη. Το παραπάνω δικαίωμα ανανέωσης μπορούν να το ασκούν τα δύο μέρη για όσες ακόμη φορές επιθυμούν για το ίδιο χρονικό διάστημα και κάτω από τις ίδιες ως άνω προϋποθέσεις.

## ΣΤ. ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

### 1. ΑΥΤΟΜΑΤΗ ΛΥΣΗ

Η παρούσα σύμβαση λύεται αυτομάτως με την πάροδο του συμφωνηθέντος χρόνου διάρκειας της και υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι δεν θα έχει στο μεταξύ ανανεωθεί όπως προβλέπεται παραπάνω.

Αυτομάτως επίσης λύεται η σύμβαση αυτή και σε περίπτωση υποβολής σε δικαστική συμπαράσταση, πτώχευσης, αναγκαστικής διαχείρισης, εκκαθάρισης και δηλώσεως παύσης πληρωμών οποιουδήποτε των εδώ συμβαλλομένων.

### 2. ΕΚΤΑΚΤΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ

Η παρούσα σύμβαση μπορεί να καταγγελλθεί οποτεδήποτε, εννοείται δηλαδή και πριν την παραπάνω συμφωνηθείσα συμβατική λήξη της, για σπουδαίο λόγο από οποιοδήποτε των εδώ συμβαλλομένων μερών.

Ο σπουδαίος λόγος μπορεί να έχει α) αντικειμενικό χαρακτήρα, όπως ενδεικτικά είναι: οι σοβαρές οικονομικές ζημιές του Δότη ή/και του Λήπτη από την παραμονή τους στο σύστημα και δίκτυο Franchising, η σοβαρότατη επιδείνωση της οικονομικής κατάστασης κάποιου μέρους, η αφαίρεση της απαραίτητης για τη συνέχιση της επιχείρησης έγκρισης των αρμοδίων αρχών, η οποία βέβαια δεν θα οφείλεται σε υπαιτιότητα αυτού από τον οποίο αφαιρείται, το κλεισίμο ή η καταστροφή της επιχείρησης λόγω ανωτέρας βίας, σοβαρότατη ασθένεια μεγάλης διάρκειας, ο θάνατος του Λήπτη κ.λ.π. Ειδικά στην περίπτωση του θανάτου του Λήπτη ο Δότης έχει το δικαίωμα είτε να καταγγείλει εκτάκτως την σύμβαση λόγω της επελεύσεως σπουδαίου λόγου αντικειμενικού χαρακτήρα είτε να δεχθεί τη συνέχιση της σύμβασης με τον κληρονόμο ή τους κληρονόμους του θανόντα εφόσον βέβαια αυτοί το επιθυμούν και ο Δότης αποφασίσει κατά την απόλυτη και ανέλεγκτη κρίση του ότι πληρούν όλες εκείνες τις απαραίτητες προϋποθέσεις τις οποίες θα θέτει τη δεδομένη χρονική στιγμή για την είσοδο οποιουδήποτε νέου Λήπτη στο σύστημα και β) να οφείλεται σε υπαιτιότητα του ενός από τα μέρη. Σπουδαίοι λόγοι που οφείλονται σε υπαιτιότητα μπορεί ενδεικτικά να είναι:

α) Ως προς τον Λήπτη: σοβαρή παραμέληση των υποχρεώσεων του για προώθηση των πωλήσεων, μη τήρηση των προδιαγραφών και των οδηγιών του Δότη για τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης του, την εξυπηρέτηση των πελατών κ.λ.π. ώστε να τίθεται σε κίνδυνο η φήμη και η ενιαία εμφάνιση του συστήματος και του δικτύου franchising, παράβαση της ρήτρας μη ανταγωνισμού και της υποχρέωσης εξεμύθειας, παρεμπόδιση της άσκησης του ελέγχου εκ μέρους του Δότη, συμμετοχή τρίτων στην επιχείρηση του Λήπτη χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, συμμετοχή του Λήπτη σε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, προμήθεια και πώληση άλλων προϊόντων πέραν αυτών του Δότη, μετα-

---

βίβαση της σύμβασης ή παραχώρηση υπο-άδειας εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchise χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, μεταβίβαση τμήματος ή του συνόλου της επιχείρησης του χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του Δότη, άρνηση ή καθυστέρηση πέραν των ..... από την ημερομηνία έκδοσης των σχετικών τιμολογίων οιασδήποτε πληρωμής δικαιωμάτων ή/και εμπορευμάτων προς τον Δότη, αδικαιολόγητη και επανειλημμένη άρνηση ικανοποίησης μη αμφισβητούμενων απαιτήσεων εκμισθωτών ή οποιωνδήποτε άλλων συναλλασσομένων με το σύστημα τρίτων ώστε να τίθεται σε κίνδυνο η φήμη του συστήματος, η κατάθεση αίτησης πτωχεύσεως πιστωτών κατά του Λήπτη, η λήψη μέτρων αναγκαστικής εκτέλεσης σε βάρος του, παράβαση των υποχρεώσεων συνεργασίας που έχουν ως στόχο τη διασφάλιση και ενίσχυση της συνοχής του συστήματος, συμπεριφορά και δηλώσεις προς τρίτους που είναι βλαπτικές για τη φήμη του συστήματος, του Δότη και των άλλων Ληπτών κ.λ.π.

β) Ως προς τον Δότη: παράβαση των υποχρεώσεων ένταξης της επιχείρησης του Λήπτη στο σύστημα, παροχής τεχνικής και εμπορικής υποστήριξης ή παραχώρησης των επί μέρους στοιχείων του «πακέτου» Franchise για εκμετάλλευση από τον Λήπτη, αυθαίρετος περιορισμός της παραχωρηθείσας περιοχής, υβριστική συμπεριφορά του προς τον Λήπτη κ.λ.π.

### 3. ΤΑΚΤΙΚΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ

Στην περίπτωση που τυχόν η σύμβαση μετατραπεί μετά τη συμβατική λήξη της σε αορίστου χρόνου τότε θα μπορεί να καταγγελθεί από οποιοδήποτε των μερών και χωρίς την ύπαρξη σπουδαίου λόγου υπό την απαραίτητη προϋπόθεση της τηρήσεως εξαμηνιαίας προθεσμίας και της επιδόσεως σχετικού εγγράφου στο άλλο μέρος.

### 4. ΛΥΣΗ ΜΕ ΚΟΙΝΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ

Τα δύο μέρη μπορούν βέβαια να λύσουν την παρούσα σύμβαση οποτεδήποτε με αμοιβαία έγγραφη συμφωνία ρυθμίζοντας ταυτόχρονα και τις μεταξύ τους μετασυμβατικές σχέσεις.

## Ζ. ΜΕΤΑΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

### 1. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗΣ

Στην περίπτωση κατά την οποία η παρούσα σύμβαση λυθεί με έκτακτη καταγγελία οποιουδήποτε μέρους για σπουδαίο λόγο που οφείλεται στην υπαίτια αντισυμβατική συμπεριφορά του άλλου μέρους το υπαίτιο μέρος υποχρεούται σε καταβολή αποζημιώσεως προς το ανυπαίτιο.

## 2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Ταυτόχρονα με τη ρύση της σύμβασης ο Λήπτης υποχρεούται να αποδώσει στον Δότη σε καλή κατάσταση όλα τα αντικείμενα που έλαβε από αυτόν προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στα πλαίσια της Σύμβασης. Τέτοια αντικείμενα είναι ενδεικτικά το Εγχειρίδιο Λειτουργίας (Manual), το διαφημιστικό και άλλο έντυπο υλικό, κάθε είδους κατάλογοι, κάθε είδους έγγραφα, επιστολόχαρτα, οι πινακίδες με τα διακριτικά γνωρίσματα του Δότη κ.λ.π. Εννοείται ότι απαγορεύεται απολύτως και η με οποιοδήποτε τρόπο αναπαραγωγή των αντικειμένων αυτών από τον Λήπτη.

## 3. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΠΑΡΑΛΕΙΨΗΣ ΤΟΥ ΛΗΠΤΗ

Ταυτόχρονα με τη ρύση της σύμβασης ο Λήπτης έχει υποχρέωση να μην χρησιμοποιεί και εκμεταλλεύεται το Εμπορικό Σήμα, το Διακριτικό Τίτλο, τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα, την Τεχνογνωσία και γενικά όλα τα Δικαιώματα Πνευματικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας του Δότη των οποίων η χρήση και εκμετάλλευση του είχε παραχωρηθεί κατά τη σύναψη της σύμβασης και βεβαίως οφείλει να παύσει αμέσως να εμφανίζεται ως Λήπτης του Συστήματος και Δικτύου Franchising.

## Η. ΕΠΙΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ - ΔΙΑΙΤΗΣΙΑ

Συμφωνείται ρητά μεταξύ των μερών ότι κάθε διαφορά που θα έχει ως ιστορική αιτία την παρούσα σύμβαση ή άλλα γεγονότα εξ αφορμής αυτής της σύμβασης, σχετικά με το κύρος της ή με τη δημιουργία περαιτέρω δικαιωμάτων εξ αφορμής του κύρους ή της ακυρότητας αυτής της σύμβασης, καθώς και κάθε αρνητικό αναγνωριστικό αίτημα, που θα έχει ως ιστορική αιτία γεγονότα, παραγωγικά ενστάσεων εναντίον δικαιωμάτων που γεννιούνται από αυτή τη σύμβαση, θα εκδικάζεται αποκλειστικά διαιτητικώς κατά τα άρθρα 867 - 903 του Κ. Πολ. Δικ. Η συμφωνούμενη εδώ ρήτρα Διαιτησίας θα καλύπτει και τις πιθανές εξωσυμβατικές αξιώσεις των Μερών (π.χ. από τον Αθέμιτο Ανταγωνισμό και τις περί αδικπραξιών διατάξεις του Α.Κ). Επίσης θα καλύπτει και τις πιθανές μελλοντικές οποιαδήποτε φύσης τροποποιήσεις της παρούσας Σύμβασης. Οι παραπάνω διαφορές θα επιλύονται από Δικαστή Πρωτοδίκη του Πρωτοδικείου Αθηνών, οριζόμενο σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 871 Α του Κ. Πολ. Δικ.

Σε πίστωση των παραπάνω συνετάχθη το παρόν σε τέσσερα (4) όμοια αντίτυπα και αφού αναγνώσθηκε από τους συμβαλλομένους υπογράφεται από αυτούς όπως ακολούθει, έλαβαν δε ο καθένας από ένα όμοιο αντίτυπο, από ένα δε ακόμη θα κατατεθεί στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. του Δότη και του Λήπτη μέσα στην προβλεπόμενη από το Νόμο προθεσμία.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

Ο ΔΟΤΗΣ

Ο ΛΗΠΤΗΣ

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ**



## ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (Ε.Ο.Κ.) 4087/88 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 30ης Νοεμβρίου 1988 για την εφαρμογή  
του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης  
σε κατηγορίες συμφωνιών franchise

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας,

τον κανονισμό αριθ. 19/65/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 2ας Μαρτίου 1965 περί εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την πράξη προσχώρησης της Ισπανίας και της Πορτογαλίας, και ιδίως το άρθρο 1,

Μετά η δημοσίευση σχεδίου του παρόντος κανονισμού,

Μετά από διαβουλεύσεις με τη Συμβουλευτική Επιτροπή Συμπράξεων και Δεσποζουσών Θέσεων,

Εκτιμώντας ότι:

(1) Σύμφωνα με τον κανονισμό αριθ. 19/65/ΕΟΚ, η Επιτροπή είναι αρμόδια να εφαρμόζει, με κανονισμό, το άρθρο 85 παράγραφος 3 της συνθήκης όσον αφορά ορισμένες κατηγορίες διμερών συμφωνιών αποκλειστικότητας που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 1 και έχουν ως αντικείμενο την αποκλειστική διανομή ή αγορά προϊόντων, ή περιέχουν περιορισμούς που έχουν επιβληθεί σχετικά με την παραχώρηση ή την άσκηση δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

(2) Οι συμφωνίες franchise περιλαμβάνουν, βασικά, άδειες εκμετάλλευσης δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή σύμβολα και τεχνογνωσία και μπορούν να συνδυαστούν με περιορισμούς ως προς την προμήθεια ή την αγορά προϊόντων.

(3) Διακρίνονται διάφορα είδη συμφωνιών franchise, ανάλογα με το αντικείμενό τους: το βιομηχανικό franchise αφορά τη μεταποίηση προϊόντων, το franchise υπηρεσιών αφορά την παροχή υπηρεσιών.

(4) Βάσει της πείρας που έχει αποκτήσει η Επιτροπή, είναι δυνατόν να προσδιοριστούν ορισμένες κατηγορίες συμφωνιών franchise που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 1, αλλά είναι κανονικά δυνατόν να θεωρηθεί ότι πληρούν τους όρους του άρθρου 85 παράγραφος 3. Τούτο ισχύει στην περίπτωση συμφωνιών franchise στις οποίες το ένα από τα συμβαλλόμενα μέρη προμηθεύει προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες. Αντίθετα, οι συμφωνίες βιομηχανικού franchise δεν καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό. Οι συμφωνίες αυτές, που συνήθως αφορούν τις σχέσεις μεταξύ παραγωγών, παρουσιάζουν χαρακτηριστικά διαφορετικά από τους άλλους τύπους franchise, αφορούν δηλαδή άδειες κατασκευής που βασίζονται σε διπλώματα ευρεσιτεχνίας ή και τεχνογνωσίας, σε συνδυασμό με άδειες εκμετάλλευσης σημάτων. Ορισμένες από αυτές μπορεί να τύχουν άλλων εξαιρέσεων κατά κατηγορίες, εφόσον πληρούν τους αναγκαίους όρους.

(5) Ο παρών κανονισμός καλύπτει τις συμφωνίες franchise μεταξύ δύο επιχειρήσεων, του δικαιοπάροχου του franchise και του δικαιοδόχου, για τη λιανική πώληση προϊόντων ή για συνδυασμό αυτών των δραστηριοτήτων, όπως είναι η επεξεργασία ή η διασκευή προϊόντων για την κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών των πελατών τους. Καλύπτει επίσης τις περιπτώσεις όπου η σχέση μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου δημιουργείται μέσω τρίτης επιχείρησης, του κυρίου δικαιοδόχου, δεν καλύπτει όμως συμφωνίες franchise για τη χονδρική πώληση προϊόντων, λόγω της έλλειψης εμπειρίας της Επιτροπής στο πεδίο αυτό.

(6) Οι συμφωνίες franchise όπως ορίζονται στον παρόντα κανονισμό μπορούν να εμπιπουν στο άρθρο 85 παράγραφος 1 και, συγκεκριμένα, είναι δυνατό να επηρεάζουν το ενδοκοινοτικό εμπόριο, όταν συνάπτονται μεταξύ επιχειρήσεων από διαφορετικά κράτη μέλη ή όταν αποτελούν τη βάση δικτύου που εκτείνεται πέρα από τα σύνορα συγκεκριμένου κράτους μέλους.

(7) Οι συμφωνίες franchise όπως ορίζονται στον παρόντα κανονισμό συμβάλουν κανονικά στη βελτίωση της διανομής προϊόντων ή/και παροχής υπηρεσιών, στο μέτρο που παρέχουν στους δικαιοδόχους τη δυνατότητα να συγκροτούν ένα ομοιόμορφο δίκτυο με περιορισμένες μόνον επενδύσεις, πράγμα που μπορεί να ευνοεί την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά, ειδικότερα στην περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αυξάνοντας έτσι τον οριζόντιο ανταγωνισμό. Επιτρέπουν, επίσης, σε ανεξάρτητους εμπόρους να ιδρύουν με γρήγορο ρυθμό καταστήματα, και με περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας από όσες θα είχαν χωρίς την πείρα και τη βοήθεια του δικαιοπάροχου. Έχουν έτσι τη δυνατότητα να ανταγωνίζονται αποτελεσματικότερα τις μεγάλες επιχειρήσεις διανομής.

(8) Κατά κανόνα οι συμφωνίες franchise εξασφαλίζουν, ακόμη, στους καταναλωτές και στους άλλους τελικούς χρήστες δίκαιο μερίδιο από το όφελος που προκύπτει, δεδομένου ότι συνδυάζουν το πλεονέκτημα του ομοιόμορφου δικτύου με τη δραστηριοποίηση εμπόρων που ενδιαφέρονται προσωπικά για την αποδοτική λειτουργία των επιχειρήσεών τους. Η ομοιογένεια του δικτύου και η συνεχής συνεργασία μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχων εξασφαλίζουν τη σταθερή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Η επίδραση του franchise στον οριζόντιο ανταγωνισμό, καθώς και το γεγονός ότι οι καταναλωτές είναι ελεύθεροι να συναλλάσσονται με οποιονδήποτε δικαιοδόχο του δικτύου εγγυώνται την εξασφάλιση λογικού μεριδίου του προκύπτοντος οφέλους στους καταναλωτές.

(9) Ο παρών κανονισμός πρέπει να ορίζει τις περιοριστικές υποχρεώσεις του ανταγωνισμού που είναι δυνατόν να περιλαμβάνονται στις συμφωνίες franchise. Τούτο παρατηρείται ιδίως κατά την αποκλειστική παραχώρηση μιας περιοχής προς τους δικαιοδόχους σε συνδυασμό με την απαγόρευση της ενεργούς αναζήτησης πελατών εκτός της περιοχής αυτής, πράγμα που τους επιτρέπει να συγκεντρώνουν τις προσπάθειές τους στην παραχωρηθείσα σ'αυτούς περιοχή. Το ίδιο ισχύει και για την αποκλειστική παραχώρηση περιοχής σε κύριο δικαιοδόχο, σε συνδυασμό με την υποχρέωση να μη συνάπτει συμφωνίες franchise με άλλους δικαιοδόχους εκτός της περιοχής αυτής. Όταν οι δικαιοδόχοι πωλούν ή χρησιμοποιούν κατά την παροχή υπηρεσιών προϊόντα παραχθέντα από τον δικαιοπάροχο ή σύμφωνα με τις οδηγίες του ή και φέροντα το εμπορικό του σήμα, η επιβολή στους δικαιοδόχους της υποχρέωσης να μην πωλούν ή να μη χρησιμοποιούν κατά την παροχή υπηρεσιών ανταγωνιστικά προϊόντα, καθιστά δυνατή τη δημιουργία συνεκτικού δικτύου σε σχέση με τα προϊόντα αυτά. Ωστόσο, η υποχρέωση αυτή πρέπει να γίνεται αποδεκτή μόνο σε σχέση με τα προϊόντα που αποτελούν το ουσιώδες αντικείμενο της συμφωνίας franchise, ενώ δεν πρέπει, σαφώς, να αφορά τα εξαρτήματα και τα ανταλλακτικά αυτών των προϊόντων.

(10) Οι προαναφερθείσες υποχρεώσεις δεν επιβάλλουν, έτσι, περιορισμούς μη απαραίτητους για την επίτευξη των ανωτέρω στόχων. Ειδικότερα, η περιορισμένη εδαφική προστασία που παραχωρείται στους δικαιοδόχους franchise είναι απαραίτητη για την προστασία της επένδυσής τους.

(11) Είναι σκόπιμο να απαριθμούνται στον παρόντα κανονισμό ορισμένες υποχρεώσεις που συνήθως περιέχονται στις συμφωνίες franchise και που κανονικά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό. Πρέπει, ακόμη, να προβλεφθεί ότι, εάν, λόγω ειδικών οικονομικών ή νομικών συνθηκών, εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 1, καλύπτονται επίσης από την εξαίρεση. Ο κατάλογος αυτών των υποχρεώσεων, που είναι ενδεικτικός, περιλαμβάνει, ειδικότερα, ρήτρες που είναι ουσιαστικές είτε για τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και της εμπορικής φήμης του δικτύου, είτε για την προστασία της τεχνογνωσίας και της βοήθειας που παρέχονται από τον δικαιούχο έναντι των ανταγωνιστών.

(12) Ο παρών κανονισμός πρέπει να εξειδικεύει τους όρους που πρέπει να πληρούνται για την εφαρμογή της εξαίρεσης. Για να εξασφαλιστεί ότι δεν καταργείται ο ανταγωνισμός όσον αφορά σημαντικό τμήμα των προϊόντων που αποτελούν το αντικείμενο της εκάστοτε συμφωνίας, πρέπει να εξακολουθεί να υπάρχει η δυνατότητα παράλληλων εισαγωγών και, συνεπώς, πρέπει να είναι πάντοτε δυνατές οι αμοιβαίες παραδόσεις μεταξύ των δικαιούχων. Επιπλέον, στις περιπτώσεις που ένα δίκτυο franchise συνδυάζεται με άλλο σύστημα διανομής, οι δικαιούχοι πρέπει να είναι ελεύθεροι να προμηθεύονται προϊόντα από εξουσιοδοτημένους διανομείς. Για την καλύτερη ενημέρωση των καταναλωτών και την συνακόλουθη εξασφάλιση σ' αυτούς δικαίου μεριδίου από το όφελος που προκύπτει, πρέπει να προβλέπεται ότι ο δικαιούχος υποχρεούται να δηλώνει την ιδιότητά του ως ανεξάρτητου εμπορευομένου με κάθε κατάλληλο μέσο, ώστε να μη διακυβεύει την κοινή ταυτότητα του δικτύου franchise. Εξάλλου, στις περιπτώσεις όπου οι δικαιούχοι είναι υπόχρεοι εγγυήσεων για τα προϊόντα του δικαιούχου, η υποχρέωση αυτή ισχύει όσον αφορά τα προϊόντα που έχουν παρασχεθεί από τον δικαιούχο, από άλλους δικαιούχους ή άλλους εγκεκριμένους πωλητές.

(13) Ο παρών κανονισμός πρέπει, επίσης, να εξειδικεύει εκείνους τους περιορισμούς που είναι δυνατόν να μην διατυπώνονται στις συμφωνίες franchise, αν πρόκειται να τύχουν εξαίρεσης βάσει του εν λόγω κανονισμού, δεδομένου ότι οι σχετικές διατάξεις αποτελούν περιορισμούς που εμπίπτουν στο άρθρο 85 παράγραφος 1 και οι οποίοι δεν τεκμαίρεται γενικώς ότι θα οδηγήσουν στα θετικά αποτελέσματα που απαιτούνται από το άρθρο 85 παράγραφος 3. Τούτο ισχύει, ειδικότερα, στην περίπτωση κατανομής της αγοράς μεταξύ ανταγωνιζόμενων παραγωγών, στην περίπτωση όρων που καταχρηστικά περιορίζουν την εκ μέρους του δικαιούχου επιλογή προμηθευτών ή πελατών, καθώς και στις περιπτώσεις όπου ο δικαιούχος υφίσταται περιορισμούς στον καθορισμό των τιμών του. Ωστόσο, ο δικαιούχος πρέπει να είναι ελεύθερος να προτείνει τιμές στον δικαιούχο, εφόσον τούτο δεν απαγορεύεται από την εκάστοτε εθνική νομοθεσία και στο βαθμό που δεν οδηγεί σε συντονισμένες πρακτικές για την εφαρμογή στην πράξη αυτών των τιμών.

(14) Οι συμφωνίες που δεν καλύπτονται αυτομάτως από την εξαίρεση επειδή περιλαμβάνουν ρήτρες που δεν εξαιρούνται ρητά σύμφωνα με τον κανονισμό, χωρίς όμως να εξαιρούνται ρητά από την εξαίρεση, είναι δυνατόν να θεωρηθεί ότι μπορούν να τύχουν της εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 3. Η Επιτροπή μπορεί γρήγορα να διαπιστώνει εάν τούτο ισχύει στην περίπτωση συγκεκριμένης συμφωνίας. Οι συμφωνίες αυτές λογίζονται, συνεπώς ότι καλύπτονται από την εξαίρεση που προβλέπεται από τον παρόντα κανονισμό, εφόσον κοινοποιούνται στην Επιτροπή και η Επιτροπή δεν εναντιώνεται στην εφαρμογή της εξαίρεσης σε δεδομένη προθεσμία.

(15) Η Επιτροπή μπορεί να άρει το-ευεργέτημα της εξαίρεσης, κατά κατηγορίες, για συγκεκριμένες συμφωνίες που εξαιρούνται με βάση του κανονισμού αυτού, έχουν όμως επιπτώσεις που δεν συμβιβάζονται με τις διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 3 και, συγκεκριμένα, όπως αυτές ερμηνεύονται βάσει της διοικητικής πρακτικής της Επιτροπής και της νομολογίας του Δικαστηρίου. Τούτο ισχύει ιδίως όταν ο ανταγωνισμός περιορίζεται σημαντικά λόγω της δομής της αντίστοιχης αγοράς.

(16) Οι συμφωνίες που εξαιρούνται αυτομάτως σύμφωνα με τον παρόντα κανονισμό δεν χρειάζεται να κοινοποιούνται. Οι επιχειρήσεις μπορούν, ωστόσο, να ζητούν σε συγκεκριμένες

περιπτώσεις την έκδοση απόφασης σύμφωνα με τον κανονισμό αριθ. 17 του Συμβουλίου, όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την πράξη προσχώρησης της Ισπανίας και της Πορτογαλίας.

(17) Οι συμφωνίες είναι δυνατόν να επωφελούνται από τις διατάξεις είτε του παρόντος κανονισμού είτε άλλου κανονισμού, ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και εφόσον ικανοποιούν τις αναγκαίες προϋποθέσεις εφαρμογής. Δεν είναι, όμως, δυνατόν να επωφεληθούν από συνδυασμό των διατάξεων του παρόντος κανονισμού με τις διατάξεις άλλου κανονισμού για εξαίρεση κατά κατηγορίες.

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

### Άρθρο 1

1. Σύμφωνα με το άρθρο 85 παράγραφος 3 της συνθήκης και με την επιφύλαξη των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, το άρθρο 85 παράγραφος 1 της εν λόγω συνθήκης κηρύσσεται ανεφάρμοστο στις συμφωνίες franchise μεταξύ δύο επιχειρήσεων που περιλαμβάνουν έναν ή περισσότερους από τους περιορισμούς που παρατίθενται στο άρθρο 2.

2. Η εξαίρεση που προβλέπεται στην παράγραφο 1 εφαρμόζεται επίσης για τις κύριες συμφωνίες franchise στις οποίες συμμετέχουν δύο επιχειρήσεις. Εφόσον συντρέχει περίπτωση, οι διατάξεις του παρόντος κανονισμού σχετικά με τη σχέση μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου εφαρμόζονται, τηρουμένων των αναλογιών, στη σχέση μεταξύ δικαιοπάροχου και κυρίου δικαιοδόχου καθώς και μεταξύ κυρίου δικαιοδόχου και δικαιοδόχου.

3. Κατά την έννοια του παρόντος κανονισμού νοείται ως:

α) franchise, το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα ανηγραφής, τεχνογνωσίες ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας, προς εκμετάλλευση για τη μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες·

β) συμφωνία franchise, η συμφωνία με την οποία μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών. Περιλαμβάνει τουλάχιστον υποχρεώσεις που αφορούν:

- τη χρήση κοινής επωνυμίας ή πινακίδας καταστήματος και την ενιαία εμφάνιση των χώρων ή και των μεταφορικών μέσων που υπάγονται στη σύμβαση,
- την κοινοποίηση από τον δικαιοπάροχο στον δικαιοδόχο τεχνογνωσίας,
- τη συνεχή παροχή εκ μέρους του δικαιοπάροχου στον δικαιοδόχο εμπορικής και τεχνικής υποστήριξης κατά τη διάρκεια ισχύος της συμφωνίας·

γ) «κύρια συμφωνία franchise», η συμφωνία μεταξύ δύο επιχειρήσεων με την οποία η μία επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει στην άλλη, τον κύριο δικαιοδόχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, στο δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό τη σύναψη συμφωνιών franchise με τρίτους, τους δικαιοδόχους·

δ) «προϊόντα του δικαιοπάροχου», τα προϊόντα που παράγονται από τον δικαιοπάροχο ή σύμφωνα με τις οδηγίες του ή/και φέρουν την επωνυμία ή το εμπορικό σήμα του·

ε) «χώροι που υπάγονται στη σύμβαση», οι χώροι που χρησιμοποιούνται για την εκμετάλλευση του franchise ή, εφόσον η εκμετάλλευση του franchise γίνεται εκτός των χώρων αυτών, η βάση από την οποία ο δικαιοδόχος διαχειρίζεται τα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται για την εκμετάλλευση του franchise («μεταφορικά μέσα που υπάγονται στη σύμβαση»).

στ) «τεχνογνωσία», το σύνολο των μη κατοχυρωμένων με ευρεσιτεχνία πρακτικών πληροφοριών, που προκύπτουν από την εμπειρία και από δοκιμές του δικαιοπάροχου και οι οποίες είναι εμπιστευτικές, ουσιαστικής σημασίας και προσδιορισμένες·

ζ) «εμπιστευτικό», το γεγονός ότι η τεχνογνωσία, ως ενιαίο σύνολο ή με τη συγκεκριμένη σχέση και συγκρότηση των ουσιαστικών μερών της, δεν είναι ευρύτερα γνωστή ούτε εύκολα προσπελάσιμη· δεν έχει τη στενή έννοια ότι κάθε ξεχωριστό στοιχείο της τεχνογνωσίας θα πρέπει να είναι τελείως άγνωστο ή απρόσιτο εκτός της επιχείρησης του δικαιοδόχου·

η) «ουσιαστικής σημασίας», το γεγονός ότι η τεχνογνωσία περιλαμβάνει πληροφορίες που είναι σημαντικές για την πώληση προϊόντων ή για την παροχή υπηρεσιών προς τους τελικούς χρήστες και, συγκεκριμένα, για την παρουσίαση προϊόντων προς πώληση, την επεξεργασία προϊόντων στα πλαίσια της παροχής υπηρεσιών, τις μεθόδους συναλλαγής με τους πελάτες και τη διοικητική και οικονομική διαχείριση. Η τεχνογνωσία πρέπει να είναι χρήσιμη στον δικαιοδόχο, επιτρέποντάς του, κατά τη σύναψη της αντίστοιχης συμφωνίας, να βελτιώσει την ανταγωνιστική του θέση, ιδίως με τη βελτίωση των επιδόσεων της επιχείρησής του, ή με την προώθηση της εισόδου του σε κάποια νέα αγορά·

θ) «προσδιορισμένο», το γεγονός ότι οι πληροφορίες της τεχνογνωσίας πρέπει να είναι επαρκώς αναλυτικές, έτσι ώστε να είναι δυνατόν να διαπιστωθεί αν ικανοποιούνται τα κριτήρια της εμπιστευτικότητας και της ουσιαστικότητας. Η περιγραφή της τεχνογνωσίας μπορεί να περιλαμβάνεται είτε στη συμφωνία franchise είτε σε ξεχωριστό κείμενο, ή να έχει οποιαδήποτε άλλη ενδεδειγμένη μορφή.

## Άρθρο 2

Η προβλεπόμενη στο άρθρο 1 εξαίρεση εφαρμόζεται στους ακόλουθους περιορισμούς του ανταγωνισμού:

α) υποχρέωση του δικαιοπάροχου, όσον αφορά συγκεκριμένη περιφέρεια της κοινής αγοράς, την περιοχή της σύμβασης:

- να μην παραχωρεί σε τρίτους το δικαίωμα να εκμεταλλεύονται μέρος ή σύνολο του franchise,

- να μην εκμεταλλεύεται ο ίδιος το franchise ή, με παρόμοιο σύστημα, να προμηθεύει ο ίδιος τα προϊόντα ή να παρέχει τις υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο του franchise,

- να μην προμηθεύει ο ίδιος σε τρίτους τα προϊόντα του δικαιοπάροχου·

β) υποχρέωση του κύριου δικαιοδόχου να μην συνάπτει συμφωνίες franchise με δικαιοδόχους εγκατεστημένους εκτός της, βάσει της συμβάσεως περιοχής δικαιοδοσίας του·

γ) υποχρέωση του δικαιοδόχου να εκμεταλλεύεται το franchise μόνο με βάση τους υπαγόμενους στη σύμβαση χώρους·

δ) υποχρέωση του δικαιοδόχου να απέχει από την προσέλκυση πελατών εκτός της περιοχής της συμβάσεως για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο του franchise·

ε) υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην παράγει, πωλεί ή χρησιμοποιεί, στα πλαίσια της παροχής υπηρεσιών, προϊόντα ανταγωνιστικά των προϊόντων του δικαιοπάροχου που αποτελούν αντικείμενο του franchise· όταν το franchise έχει ως αντικείμενο την πώληση ή χρήση, στα πλαίσια παροχής υπηρεσιών, τόσο ορισμένων τύπων προϊόντων όσο και ανταλλακτικών ή εξαρτημάτων τους, η υποχρέωση αυτή είναι δυνατόν να μην επιβάλλεται όσον αφορά αυτά τα ανταλλακτικά και εξαρτήματα.

**Άρθρο 3**

1. Οι ακόλουθες υποχρεώσεις που έχουν επιβληθεί στον δικαιοδόχο δεν εμποδίζουν την εφαρμογή του άρθρου 1, εφόσον είναι αναγκαίες για την προστασία των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας του δικαιοπάροχου ή για τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου franchise:

α) να πωλεί ή να χρησιμοποιεί, κατά την παροχή υπηρεσιών, αποκλειστικά εκείνα τα προϊόντα που ανταποκρίνονται στις ελάχιστες αντικειμενικές ποιοτικές προδιαγραφές που ορίζει ο δικαιοπάροχος·

β) να πωλεί ή να χρησιμοποιεί, κατά την παροχή υπηρεσιών, προϊόντα που έχουν κατασκευαστεί αποκλειστικά από τον δικαιοπάροχο ή από τρίτους οριζόμενους από αυτόν, όταν, λόγω της φύσεως των προϊόντων που αποτελούν αντικείμενο του franchise, δεν είναι δυνατόν στην πράξη να ισχύουν αντικειμενικές ποιοτικές προδιαγραφές·

γ) να μην ασκεί, άμεσα ή έμμεσα, παρεμφερή εμπορική δραστηριότητα σε περιοχή στην οποία ανταγωνίζεται με τον δικαιοπάροχο ή άλλο μέρος του δικτύου franchise· ο δικαιοδόχος είναι δυνατόν να εξακολουθεί να υπέχει την υποχρέωση αυτή μετά τη λύση της συμφωνίας, επί εύλογο χρονικό διάστημα, που δεν μπορεί να υπερβαίνει το ένα έτος, και στην περιοχή όπου ασκούσε την εκμετάλλευση του franchise·

δ) να μην αποκτά οικονομικά συμφέροντα στο κεφάλαιο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, τα οποία ενδέχεται να δώσουν στον δικαιοδόχο τη δύναμη να επηρεάσει την οικονομική τακτική αυτών των επιχειρήσεων·

ε) να πωλεί τα προϊόντα που αποτελούν το αντικείμενο του franchise μόνο σε τελικούς χρήστες ή σε άλλους δικαιοδόχους και μεταπωλητές, μέσω άλλων δικτύων τα οποία προμηθεύονται από τον ίδιο τον παραγωγό τους, ή με τη συγκατάθεσή του·

στ) να καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για την πώληση των προϊόντων ή την παροχή των υπηρεσιών που αποτελούν το αντικείμενο του franchise, να διαθέτει προς πώληση μια ελάχιστη σειρά προϊόντων, να επιτυγχάνει έναν ελάχιστο κύκλο εργασιών, να προγραμματίζει εκ των προτέρων τις παραγγελίες του, να διατηρεί ορισμένα ελάχιστα αποθέματα και να παρέχει υπηρεσίες στο πλαίσιο της εγγύησης των προϊόντων και της εξυπηρέτησης των πελατών·

ζ) να καταβάλλει στον δικαιοπάροχο συγκεκριμένο ποσοστό των εσόδων του για διαφημιστικούς σκοπούς και να πραγματοποιεί ο ίδιος διαφημίσεις, για τη φύση των οποίων πρέπει να λαμβάνει την έγκριση του δικαιοπάροχου.

2. Οι ακόλουθες υποχρεώσεις που έχουν επιβληθεί στον δικαιοδόχο δεν εμποδίζουν την εφαρμογή του άρθρου 1:

α) να μην κοινολογεί σε τρίτους την τεχνογνωσία που του έχει παράσχει ο δικαιοπάροχος· ο δικαιοδόχος είναι δυνατόν να υπέχει την υποχρέωση αυτή και μετά τη λύση της συμφωνίας·

β) να κοινοποιεί στον δικαιοπάροχο την αποκτηθείσα κατά την εκμετάλλευση του franchise πείρα και να του παραχωρεί, καθώς και στους άλλους δικαιοδόχους, μη αποκλειστική άδεια εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας που προέκυψε από την πείρα αυτή·

γ) να ενημερώνει τον δικαιοπάροχο σχετικά με τις παραβιάσεις των παραχωρηθέντων δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, να ενεργεί δικαστικά εναντίον των παραβατών ή να παρεμβαίνει υπέρ του δικαιοπάροχου σε οποιαδήποτε δικαστική ενέργεια εναντίον των παραβατών·

δ) να μην χρησιμοποιεί την τεχνογνωσία που του έχει παραχωρήσει ο δικαιοπάροχος για σκοπούς άλλους πλην της εκμετάλλευσης του franchise· ο δικαιοδόχος είναι δυνατόν να υπέχει την υποχρέωση αυτή και μετά τη λύση της συμφωνίας·

ε) να παρακολουθεί, ο ίδιος ή το προσωπικό του, την επαγγελματική κατάρτιση που διοργανώνει ο δικαιοπάροχος·

στ) να εφαρμόζει τις εμπορικές μεθόδους που έχει επινοήσει ο δικαιοπάροχος, περιλαμβανομένων και των τυχόν μεταγενέστερων τροποποιήσεών τους, και να χρησιμοποιεί τα παραχωρηθέντα δικαιώματα βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας·

ζ) να συμμορφώνεται με τα πρότυπα που έχει ορίσει ο δικαιοπάροχος όσον αφορά τον εξοπλισμό και την εμφάνιση των υπαγομένων στη σύμβαση χώρων ή και μεταφορικών μέσων·

η) να επιτρέπει στον δικαιοπάροχο τη διενέργεια ελέγχων των υπαγομένων στη σύμβαση χώρων ή και μεταφορικών μέσων των πωλούμενων προϊόντων και των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς και των βιβλίων απογραφής και των λογαριασμών του δικαιοδόχου·

θ) να μην μεταβάλλει τον τόπο εγκατάστασης των υπαγομένων στη σύμβαση χώρων χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιοπάροχου·

ι) να μην μεταβιβάζει χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιοπάροχου τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη συμφωνία franchise.

3. Όταν, λόγω ειδικών περιστάσεων, οι υποχρεώσεις που αναφέρονται στην παράγραφο 2 υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης, απαλλάσσονται επίσης ακόμα και όταν δεν συνοδεύονται από τις απαλλασσόμενες σύμφωνα με το άρθρο 1 υποχρεώσεις.

#### Άρθρο 4

Η προβλεπόμενη στο άρθρο 1 εξαίρεση εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι:

α) ο δικαιοδόχος είναι ελεύθερος να προμηθεύεται τα προϊόντα που αποτελούν το αντικείμενο του franchise από άλλους δικαιοδόχους· στην περίπτωση που τα προϊόντα αυτά διατίθενται επίσης μέσω άλλου δικτύου εξουσιοδοτημένων διανομέων, ο δικαιοδόχος πρέπει να είναι ελεύθερος να προμηθεύεται τα προϊόντα από αυτούς·

β) στην περίπτωση που ο δικαιοπάροχος υποχρεώνει τον δικαιοδόχο να παρέχει εγγυήσεις για τα προϊόντα του δικαιοπάροχου, η υποχρέωση αυτή ισχύει για τέτοια προϊόντα που διατίθενται από οποιοδήποτε μέλος του δικτύου franchise, ή από οποιονδήποτε άλλο διανομέα που παρέχει τέτοιες εγγυήσεις στα πλαίσια της κοινής αγοράς·

γ) ο δικαιοδόχος υποχρεούται να δηλώνει την ιδιότητά του ως ανεξάρτητου εμπορευόμενου· η δήλωση αυτή δεν πρέπει, πάντως, να θίγει την κοινή ταυτότητα του δικτύου franchise, που απορρέει ιδίως από την κοινή επωνυμία ή σύμβολο και την ενιαία εμφάνιση των υπαγομένων στη σύμβαση χώρων ή/και μεταφορικών μέσων.

#### Άρθρο 5

Η παρεχόμενη με το άρθρο 1 εξαίρεση δεν εφαρμόζεται εφόσον:

α) οι επιχειρήσεις παρασκευής προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών που είναι όμοια ή που θεωρούνται από τους χρήστες ως ισοδύναμα βάσει των χαρακτηριστικών τους, της τιμής και της σκοπούμενης χρήσης τους, συνάπτουν αμοιβαίες συμφωνίες franchise όσον αφορά τέτοια προϊόντα ή υπηρεσίες·

β) με την επιφύλαξη των διατάξεων του άρθρου 2 στοιχείο ε) και του άρθρου 3 παράγραφος 1 στοιχείο β), ο δικαιοδόχος εμποδίζεται από το να προμηθεύεται προϊόντα ποιότητας ισοδύναμης με εκείνη των προσφερομένων από τον δικαιοπάροχο·

γ) με την επιφύλαξη των διατάξεων του άρθρου 2 στοιχείο ε), ο δικαιοδόχος υποχρεώνεται να πωλεί ή να χρησιμοποιεί, στα πλαίσια της παροχής υπηρεσιών, προϊόντα παραγόμενα από τον δικαιοπάροχο ή από τρίτους, οριζόμενους από τον δικαιοπάροχο, και ο δικαιοπάροχος

αρνείται, για λόγους άλλους από την προστασία των δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του ή τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και της φήμης του δικτύου franchise, να ορίσει ως εξουσιοδοτημένους κατασκευαστές τρίτους προτεινόμενους από τον δικαιοδόχο·

δ) ο δικαιοδόχος εμποδίζεται από το να συνεχίσει να χρησιμοποιεί την παραχωρηθείσα τεχνογνωσία μετά τη λύση της σχετικής συμφωνίας, και εφόσον η τεχνογνωσία αυτή έχει γίνει ευρύτερα γνωστή ή εύκολα προσπελάσιμη, εκτός αν αυτό έχει συμβεί λόγω αθέτησης υποχρέωσης εκ μέρους του δικαιοδόχου·

ε) ο δικαιοδόχος περιορίζεται από τον δικαιοπάροχο, άμεσα ή έμμεσα, ως προς τον καθορισμό των τιμών πώλησης των προϊόντων ή υπηρεσιών που αποτελούν το αντικείμενο του franchise, με την επιφύλαξη της δυνατότητας του δικαιοπάροχου να συνιστά τιμές πώλησης·

στ) ο δικαιοπάροχος απαγορεύει στον δικαιοδόχο να αμφισβητεί την εγκυρότητα των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αποτελούν μέρος του franchise, με την επιφύλαξη της δυνατότητας του δικαιοπάροχου να καταγγέλλει τη συμφωνία στην περίπτωση αυτή·

ζ) οι δικαιοδόχοι υποχρεώνονται να μην παρέχουν, στα πλαίσια της κοινής αγοράς, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο του franchise προς τελικούς χρήστες λόγω του τόπου διαμονής τους.

## Άρθρο 6

1. Η προβλεπόμενη στο άρθρο 1 εξαίρεση εφαρμόζεται επίσης στις συμφωνίες franchise που πληρούν τους όρους του άρθρου 4 και περιλαμβάνουν υποχρεώσεις περιοριστικές του ανταγωνισμού, οι οποίες δεν καλύπτονται από το άρθρο 2 και το άρθρο 3 παράγραφος 3 και δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 5, υπό τον όρο ότι οι συμφωνίες αυτές κοινοποιούνται στην Επιτροπή σύμφωνα με τις διατάξεις του κανονισμού αριθ. 27 της Επιτροπής και η Επιτροπή δεν εναντιώνεται στην εξαίρεση αυτή σε προθεσμία έξι μηνών.

2. Η εξάμηνη προθεσμία αρχίζει να τρέχει από την ημερομηνία παραλαβής της κοινοποίησης από την Επιτροπή. Πάντως στην περίπτωση κοινοποίησης με συστημένη επιστολή, ως έναρξη της προθεσμίας θεωρείται η ένδειξη της ημερομηνίας στη σφραγίδα του ταχυδρομείου του τόπου αποστολής.

3. Η παράγραφος 1 εφαρμόζεται μόνον εφόσον:

α) στην κοινοποίηση ή σε συνοδευτικό της έγγραφο γίνεται ρητή αναφορά στο παρόν άρθρο και

β) τα παρεχόμενα με την κοινοποίηση στοιχεία είναι πλήρη και συμφωνούν με τα γεγονότα.

4. Το ευεργέτημα της παραγράφου 1 είναι δυνατόν να ζητηθεί όσον αφορά συμφωνίες που έχουν κοινοποιηθεί πριν από την έναρξη ισχύος του παρόντος κανονισμού, με την κατάθεση αίτησης προς την Επιτροπή με ρητή αναφορά στο παρόν άρθρο και στην κοινοποίηση. Η παράγραφος 2 και η παράγραφος 3 στοιχείο β) εφαρμόζονται τηρουμένων των αναλογιών.

5. Η Επιτροπή είναι δυνατόν να εναντιωθεί στην εξαίρεση. Εναντιώνεται στην εξαίρεση εάν της υποβληθεί σχετικό αίτημα από κράτος μέλος σε προθεσμία τριών μηνών από τη διαβίβαση στο κράτος μέλος της κοινοποίησης που αναφέρεται στην παράγραφο 4. Το αίτημα αυτό πρέπει να θεμελιώνεται σε επιχειρήματα σχετικά με τους κανόνες ανταγωνισμού της συνθήκης.

6. Η Επιτροπή μπορεί οποτεδήποτε να άρει την εναντίωσή της στην εξαίρεση. Ωστόσο, στην περίπτωση που η εναντίωση διατυπώθηκε μετά από σχετικό αίτημα κράτους μέλους, πρέπει για την άρση της να προηγηθεί διαβούλευση με τη Συμβουλευτική Επιτροπή Συμπράξεων και Δεσποζουσών Θέσεων.



7. Εάν η εναντίωση αρθεί επειδή οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις απέδειξαν ότι πληρούνται οι όροι του άρθρου 85 παράγραφος 3, η εξαίρεση ισχύει από την ημερομηνία της κοινοποίησης.

8. Εάν η εναντίωση αρθεί επειδή οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις τροποποίησαν τη συμφωνία έτσι ώστε να πληρούνται οι όροι του άρθρου 85 παράγραφος 3, η εξαίρεση ισχύει από την ημερομηνία έναρξης εφαρμογής των τροποποιήσεων.

9. Εάν η Επιτροπή εναντιωθεί στην εξαίρεση και δεν αρθεί η εναντίωση αυτή, τα αποτελέσματα της κοινοποίησης διέπονται από τις διατάξεις του κανονισμού αριθ. 17.

### Άρθρο 7

1. Οι παρεχόμενες βάσει του άρθρου 6 πληροφορίες χρησιμοποιούνται μόνο για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού.

2. Η Επιτροπή και οι αρχές των κρατών μελών, καθώς και οι υπάλληλοι και οι άλλοι λειτουργοί τους, δεν κοινολογούν τις πληροφορίες εκείνες που απέκτησαν δυνάμει του παρόντος κανονισμού και οι οποίες καλύπτονται από την υποχρέωση τήρησης του επαγγελματικού απορρήτου.

3. Οι παράγραφοι 1 και 2 δεν εμποδίζουν τη δημοσίευση πληροφοριών γενικής φύσεως ή ερευνών που δεν περιέχουν πληροφορίες σχετικά με συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων.

### Άρθρο 8

Η Επιτροπή μπορεί να άρει το ευεργέτημα του παρόντος κανονισμού, σύμφωνα με το άρθρο 7 του κανονισμού αριθ. 19/65/ΕΟΚ, εφόσον διαπιστώσει ότι, σε συγκεκριμένη περίπτωση, μια συμφωνία που έτυχε εξαίρεσης βάσει του παρόντος κανονισμού παράγει, ωστόσο ορισμένα αποτελέσματα που δεν συμβιβάζονται με τους όρους του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης, ειδικότερα δε όταν προβλέπεται προστασία της περιοχής του δικαιοδόχου και:

α) η πρόσβαση στη σχετική αγορά και τον εκεί ασκούμενο ανταγωνισμό περιορίζεται σε σημαντικό βαθμό από το σωρευτικό αποτέλεσμα παράλληλων παρόμοιων συμφωνιών, που έχουν συνάψει ανταγωνιζόμενοι κατασκευαστές ή διανομείς·

β) τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο της συμφωνίας franchise δεν αντιμετωπίζουν, σε ουσιώδες τμήμα της κοινής αγοράς, αποτελεσματικό ανταγωνισμό από προϊόντα ή υπηρεσίες που είναι όμοια ή που θεωρούνται από τους χρήστες ως ισοδύναμα, βάσει των χαρακτηριστικών, της τιμής και της σκοπούμενης χρήσης τους·

γ) οι συμβαλλόμενοι, ή ένας από αυτούς, εμποδίζουν τους τελικούς χρήστες, λόγω του τρόπου διανομής των τελευταίων, να προμηθεύονται, απευθείας ή μέσω μεσαζόντων, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αποτελούν το αντικείμενο του franchise εντός της κοινής αγοράς, ή όταν χρησιμοποιούν τις διαφορές των προδιαγραφών που αφορούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες στα διάφορα κράτη μέλη για να απομονώσουν αγορές·

δ) οι δικαιοδόχοι ασκούν εναρμονισμένες πρακτικές σχετικά με τις τιμές πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αποτελούν το αντικείμενο του franchise·

ε) ο δικαιοπάροχος χρησιμοποιεί το δικαίωμά του να ελέγχει τους υπαγόμενους στη σύμβαση χώρους και μεταφορικά μέσα, ή αρνείται τη συγκατάθεσή του όσον αφορά τα απήματα του δικαιοδόχου για αλλαγή τόπου εγκατάστασης των χώρων αυτών ή μεταβίβαση των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη συμφωνία franchise για λόγους άλλους από την προστασία της τεχνογνωσίας του δικαιοπάροχου, τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου franchise και τον έλεγχο του κατά πόσον ο δικαιοδόχος τηρεί τις υποχρεώσεις που υπέχει βάσει της συμφωνίας.

**Άρθρο 9**

Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την 1ην Φεβρουαρίου 1989.

Εφαρμόζεται μέχρι την 31 Δεκεμβρίου 1999.

Ο παρών κανονισμός είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος.

Βρυξέλλες, 30 Νοεμβρίου 1988,

Για την Επιτροπή  
Peter SUTHERLAND  
Μέλος της Επιτροπής

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ**

## ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) 2790/1999 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 22ας Δεκεμβρίου 1999 για την εφαρμογή του άρθρου 81 παράγραφος 3 της συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας,

τον κανονισμό αριθ. 19/65/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 2ας Μαρτίου 1965, περί εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης σε κατηγορίες συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών(1), όπως τροποποιήθηκε τελευταία από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1215/1999(2), και ιδίως το άρθρο 1,

Μετά από δημοσίευση σχεδίου του παρόντος κανονισμού(3),

Μετά από διαβούλευση με τη συμβουλευτική επιτροπή περιοριστικών πρακτικών και δεσποζουσών θέσεων,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

(1) ο κανονισμός αριθ. 19/65/ΕΟΚ εξουσιοδοτεί την Επιτροπή να εφαρμόζει το άρθρο 81 παράγραφος 3 της συνθήκης (πρώην άρθρο 85 παράγραφος 3) με έκδοση κανονισμού σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και αντίστοιχων εναρμονισμένων πρακτικών που εμπίπτουν στο άρθρο 81 παράγραφος 1·

(2) από τη μέχρι σήμερα εμπειρία είναι δυνατόν να οριστεί μια κατηγορία κάθετων συμφωνιών οι οποίες μπορούν να θεωρηθούν ότι κατά κανόνα πληρούν τις προϋποθέσεις που προβλέπει το άρθρο 81 παράγραφος 3·

(3) αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει τις κάθετες συμφωνίες προμήθειας ή πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών που συνάπτονται μεταξύ μη ανταγωνιζομένων επιχειρήσεων, μεταξύ ορισμένων ανταγωνιζομένων επιχειρήσεων ή από ορισμένες ενώσεις λιανοπωλητών αγαθών· περιλαμβάνει επίσης κάθετες συμφωνίες με δευτερεύουσες ρήτρες σχετικά με την κτήση ή την άσκηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας· για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ο όρος κάθετες συμφωνίες περιλαμβάνει πάντοτε τις αντίστοιχες εναρμονισμένες πρακτικές·

(4) για την εφαρμογή, με έκδοση κανονισμού, του άρθρου 81 παράγραφος 3, δεν είναι αναγκαίο να οριστούν ρητά εκείνες οι κάθετες συμφωνίες που δύνανται να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 παράγραφος 1· κατά την ατομική αξιολόγηση των συμφωνιών σύμφωνα με το άρθρο 81 παράγραφος 1, πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράμετροι, και ιδιαίτερα η δομή της αγοράς από την πλευρά της διάθεσης και της προμήθειας·

(5) το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία πρέπει να περιοριστεί στις κάθετες εκείνες συμφωνίες για τις οποίες μπορεί να θεωρηθεί με επαρκή βαθμό βεβαιότητας ότι πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παράγραφος 3·

(6) οι κάθετες συμφωνίες της κατηγορίας που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό μπορούν να βελτιώσουν την οικονομική αποτελεσματικότητα στο πλαίσιο μιας αλυσίδας παραγωγής ή

διανομής επιτρέποντας καλύτερο συντονισμό μεταξύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων· μπορούν ιδίως να οδηγήσουν σε μείωση του κόστους συναλλαγής και διανομής των μερών και σε βελτιστοποίηση του επιπέδου των επενδύσεων και των πωλήσεων·

(7) η πιθανότητα τα εν λόγω ευεργετικά αποτελέσματα να υπερκαλύπτουν κάθε αρνητική για τον ανταγωνισμό επίπτωση των περιορισμών που περιέχονται στις κάθετες συμφωνίες εξαρτάται από την ισχύ των συμμετεχουσών επιχειρήσεων στην αγορά και, ως εκ τούτου, από την έκταση στην οποία οι επιχειρήσεις αυτές αντιμετωπίζουν ανταγωνισμό από άλλους προμηθευτές αγαθών ή υπηρεσιών που θεωρούνται εναλλάξιμες ή υποκατάστατα από τον αγοραστή λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται·

(8) μπορεί να θεωρηθεί ότι, εφόσον το μερίδιο που διαθέτει στην σχετική αγορά ο προμηθευτής δεν υπερβαίνει το 30 %, οι κάθετες συμφωνίες οι οποίες δεν περιλαμβάνουν ορισμένους τύπους πολύ σοβαρών περιορισμών που αντιβαίνουν στον ανταγωνισμό οδηγούν κατά κανόνα σε βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής και εξασφαλίζουν στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από τα οφέλη που προκύπτουν· στην περίπτωση κάθετων συμφωνιών που περιλαμβάνουν υποχρεώσεις αποκλειστικής διάθεσης, κρίσιμο στοιχείο για τον προσδιορισμό των συνολικών επιπτώσεων των εν λόγω κάθετων συμφωνιών στην αγορά είναι το μερίδιο αγοράς του αγοραστή·

(9) δεν τεκμαίρεται ότι κάθετες συμφωνίες που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 παράγραφος 1, όταν υπάρχει μερίδιο αγοράς άνω του 30 %, προκαλούν αντικειμενικά πλεονεκτήματα τέτοιου είδους και σε τέτοιο βαθμό ώστε να αντισταθμίζονται τα μειονεκτήματα που προκαλούν στον ανταγωνισμό·

(10) ο παρών κανονισμός δεν πρέπει να απαλλάσσει κάθετες συμφωνίες περιλαμβάνοντας περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των θετικών αποτελεσμάτων που αναφέρθηκαν ανωτέρω· ιδίως, κάθετες συμφωνίες που περιλαμβάνουν ορισμένες κατηγορίες σοβαρά επιζήμιων περιορισμών για τον ανταγωνισμό, όπως η επιβολή ελάχιστων και πύγιων τιμών μεταπώλησης καθώς και ορισμένα είδη εδαφικής προστασίας, πρέπει να αποκλειστούν από το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία που εισάγεται με τον παρόντα κανονισμό, ανεξάρτητα από το μερίδιο αγοράς των σχετικών επιχειρήσεων·

(11) η απαλλαγή κατά κατηγορία πρέπει να συνοδεύεται από ορισμένους όρους προκειμένου να εξασφαλιστεί η πρόσβαση στην σχετική αγορά ή να εμποδιστεί η αθέμιτη σύμπραξη στη σχετική αγορά· για το σκοπό αυτό, η απαλλαγή των υποχρεώσεων μη άσκησης ανταγωνισμού πρέπει να περιοριστεί σε υποχρεώσεις που δεν υπερβαίνουν ορισμένη χρονική διάρκεια· για τους ίδιους λόγους, πρέπει να αποκλειστεί από το ευεργέτημα του παρόντος κανονισμού οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση υποχρέωση που έχει ως αποτέλεσμα τα μέλη ενός συστήματος επιλεκτικής διανομής να μην πωλούν τα σήματα συγκεκριμένων ανταγωνιζομένων προμηθευτών·

(12) ο περιορισμός του μεριδίου αγοράς, η μη απαλλαγή ορισμένων κάθετων συμφωνιών και όροι που προβλέπονται από τον παρόντα κανονισμό εξασφαλίζουν κατά κανόνα ότι οι συμφωνίες στις οποίες εφαρμόζεται η απαλλαγή κατά κατηγορία δεν επιτρέπουν στις συμμετέχουσες επιχειρήσεις να καταργήσουν τον ανταγωνισμό για σημαντικό μέρος των εν λόγω προϊόντων·

(13) σε ορισμένες περιπτώσεις όπου οι συμφωνίες πληρούν τις προϋποθέσεις του παρόντος κανονισμού αλλά έχουν αποτελέσματα ασυμβίβαστα με το άρθρο 81 παράγραφος 3, η Επιτροπή μπορεί να άρει το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία· αυτό μπορεί να συμβεί ιδίως όταν ο αγοραστής κατέχει σημαντική ισχύ στην σχετική αγορά στην οποία μεταπωλεί τα αγαθά ή παρέχει τις υπηρεσίες, ή όπου παράλληλα δίκτυα κάθετων συμφωνιών έχουν όμοια αποτελέσματα που περιορίζουν σημαντικά την πρόσβαση στη σχετική αγορά ή τον ανταγωνισμό σε αυτή· τέτοιες σωρευτικές επιπτώσεις ενδέχεται να δημιουργούνται

παραδείγματος χάριν στο πλαίσιο της επιλεκτικής διανομής ή των υποχρεώσεων μη άσκησης ανταγωνισμού·

(14) με τον κανονισμό αριθ. 19/65/ΕΟΚ έχει δοθεί στις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών η εξουσία να αίρουν το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία όσον αφορά τις κάθετες συμφωνίες που έχουν αποτελέσματα ασυμβίβαστα με τις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παράγραφος 3, εφόσον τα αποτελέσματα αυτά προκύπτουν στην αντίστοιχη εδαφική τους επικράτεια ή σε μέρος αυτής, και εφόσον η επικράτεια αυτή έχει τα χαρακτηριστικά διακεκριμένης γεωγραφικής αγοράς· τα κράτη μέλη πρέπει να μεριμνούν ώστε η άσκηση της εξουσίας αυτής να μην θίγει την ομοιόμορφη εφαρμογή των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού σε όλη την κοινή αγορά και την πλήρη αποτελεσματικότητα των μέτρων που λαμβάνονται κατ' εφαρμογή των κανόνων αυτών·

(15) για την ενίσχυση της εποπτείας παράλληλων δικτύων κάθετων συμφωνιών που έχουν παρόμοια περιοριστικά αποτελέσματα και καλύπτουν πάνω από το 50 % δεδομένης αγοράς, η Επιτροπή μπορεί να κηρύξει τον παρόντα κανονισμό ανεφάρμοστο σε κάθετες συμφωνίες που περιέχουν συγκεκριμένους περιορισμούς ως προς την οικεία αγορά, αποκαθιστώντας έτσι τη πλήρη εφαρμογή του άρθρου 81 στις συμφωνίες αυτές·

(16) ο παρών κανονισμός δεν προδικάζει τυχόν εφαρμογή του άρθρου 82·

(17) σύμφωνα με την αρχή υπεροχής του κοινοτικού δικαίου, τα μέτρα που λαμβάνονται βάσει εθνικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού δεν μπορούν να ζημιώνουν την ομοιόμορφη εφαρμογή στην κοινή αγορά των κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού, καθώς και την αποτελεσματικότητα των θεσπισθέντων για την εφαρμογή τους μέτρων, συμπεριλαμβανομένου του παρόντος κανονισμού,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΟΝ ΠΑΡΟΝΤΑ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟ:

## Άρθρο 1

Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, νοούνται ως:

α) «ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις», οι πραγματικοί ή δυνητικοί προμηθευτές στην ίδια αγορά προϊόντων. Η αγορά προϊόντων περιλαμβάνει αγαθά ή υπηρεσίες που θεωρούνται εναλλάξιμα ή υποκατάστατα έναντι των αναφερομένων στη σύμβαση αγαθών ή υπηρεσιών λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται·

β) «υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού», κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση δυνάμει της οποίας ο αγοραστής δεν μπορεί να παράγει, να αγοράζει, να πωλεί ή να μεταπωλεί αγαθά ή υπηρεσίες που είναι ανταγωνιστικά προς τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση, ή οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση υποχρέωση του αγοραστή να αγοράζει από τον προμηθευτή ή από άλλη επιχείρηση την οποία υπέδειξε ο προμηθευτής ή πάνω από το 80 % των συνολικών προμηθειών του σε αγαθά ή υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση και των υποκατάστατών τους στη σχετική αγορά, του ποσοστού αυτού υπολογιζόμενου με βάση την αξία των προμηθειών του αγοραστή κατά το προηγούμενο ημερολογιακό έτος·

γ) «υποχρέωση αποκλειστικής διάθεσης», κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση του προμηθευτή να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη συμφωνία μόνο σε έναν αγοραστή μέσα στην Κοινότητα για συγκεκριμένη χρήση ή προς μεταπώληση·

δ) σύστημα επιλεκτικής διανομής, σύστημα διανομής στο οποίο ο προμηθευτής αναλαμβάνει να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση, άμεσα ή έμμεσα, μόνο σε επιλεγμένους διανομείς με βάση καθορισμένα κριτήρια και εφόσον οι διανομείς αυτοί αναλάβουν την υποχρέωση να μην πωλούν τα εν λόγω αγαθά ή υπηρεσίες σε μη εξουσιοδοτημένους διανομείς·

ε) «δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας», περιλαμβάνουν και δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και συγγενή δικαιώματα·

στ) «τεχνογνωσία», σύνολο πρακτικών πληροφοριών μη κατοχυρωμένων με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που προκύπτουν από την εμπειρία και τις δοκιμές του προμηθευτή, οι οποίες είναι απόρρητες, ουσιώδεις και προσδιορίσιμες. Στο πλαίσιο αυτό, «απόρρητες» σημαίνει ότι η τεχνογνωσία, σαν σύνολο ή στη συγκεκριμένη διάταξη και συνδυασμό των στοιχείων της, δεν είναι γενικά γνωστή ή δεν είναι εύκολα προσβάσιμη. «Ουσιώδεις» σημαίνει ότι η τεχνογνωσία περιλαμβάνει πληροφορίες οι οποίες είναι αναγκαίες στον αγοραστή για την χρήση, πώληση ή μεταπώληση των αναφερόμενων στη σύμβαση αγαθών ή υπηρεσιών. «Προσδιορίσιμες» σημαίνει ότι η τεχνογνωσία πρέπει να περιγράφεται κατά τρόπο αρκετά διεξοδικό ώστε να είναι δυνατό να διαπιστωθεί κατά πόσον πληροί τα κριτήρια του απόρρητου και του ουσιώδους.

ζ) Ο όρος «αγοραστής» καλύπτει επίσης επιχείρηση η οποία πωλεί, βάσει συμβάσεως που εμπίπτει στο άρθρο 81 παράγραφος 1 της συνθήκης, αγαθά ή υπηρεσίες για λογαριασμό άλλης επιχείρησης.

## Άρθρο 2

1. Σύμφωνα με το άρθρο 81 παράγραφος 3 της συνθήκης και με την επιφύλαξη των διατάξεων του παρόντος κανονισμού, το άρθρο 81 παράγραφος 1 κηρύσσεται ανεφάρμοστο στις συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές που συνάπτονται μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, καθεμία εκ των οποίων δραστηριοποιείται, για το σκοπό της συμφωνίας, σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, και που αφορούν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα μέρη μπορούν να προμηθεύονται, να πωλούν ή να μεταπωλούν ορισμένα αγαθά ή υπηρεσίες κάθετες συμφωνίες. Η εν λόγω απαλλαγή εφαρμόζεται στο βαθμό που οι εν λόγω συμφωνίες περιλαμβάνουν περιορισμούς του ανταγωνισμού που εμπίπτουν στο πεδίο του άρθρου 81 παράγραφος 1 «κάθετοι περιορισμοί».

2. Η απαλλαγή που προβλέπεται στην παράγραφο 1 εφαρμόζεται στις κάθετες συμφωνίες που έχουν συναφθεί μεταξύ μιας ένωσης επιχειρήσεων και των μελών της, ή μεταξύ μιας τέτοιας ένωσης και των προμηθευτών της, μόνον υπό τον όρο ότι όλα της τα μέλη είναι λιανοπωλητές αγαθών και υπό τον όρο ότι κανένα μέλος της ένωσης, μαζί με τις συνδεδεμένες με αυτό επιχειρήσεις, δεν έχει συνολικό κύκλο εργασιών που υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ. Οι κάθετες συμφωνίες που έχουν συναφθεί από τις εν λόγω ενώσεις καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό χωρίς να θίγεται η εφαρμογή του άρθρου 81 σε οριζόντιες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ των μελών της ένωσης ή σε ληφθείσες από αυτήν αποφάσεις.

3. Η απαλλαγή που προβλέπεται στην παράγραφο 1 εφαρμόζεται στις κάθετες συμφωνίες που περιλαμβάνουν διατάξεις σχετικά με τη μεταβίβαση στον αγοραστή ή άσκηση από τον αγοραστή δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, υπό τον όρο ότι οι διατάξεις αυτές δεν αποτελούν πρωταρχικό αντικείμενο των εν λόγω συμφωνιών και συνδέονται άμεσα με τη χρήση, πώληση ή μεταπώληση των αγαθών ή υπηρεσιών από τον αγοραστή ή τους πελάτες του. Η απαλλαγή εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι, σε σχέση με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση, οι εν λόγω διατάξεις δεν περιέχουν περιορισμούς του ανταγωνισμού που έχουν το ίδιο αντικείμενο ή αποτέλεσμα με κάθετους περιορισμούς μη απαλλασσόμενους βάσει του παρόντος κανονισμού.

4. Η απαλλαγή που προβλέπεται στην παράγραφο 1 δεν εφαρμόζεται στις κάθετες συμφωνίες που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιζομένων επιχειρήσεων. Ωστόσο, εφαρμόζεται εφόσον ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις συνάπτουν μη αμοιβαίες κάθετες συμφωνίες και:

α) ο αγοραστής έχει συνολικό ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 100 εκατομμύρια ευρώ, ή

β) ο προμηθευτής είναι παραγωγός και διανομέας προϊόντων, ενώ ο αγοραστής είναι ένας διανομέας που δεν παράγει ανταγωνιστικά αγαθά με αυτά της συμφωνίας, ή

γ) ο προμηθευτής παρέχει υπηρεσίες σε πολλαπλά επίπεδα εμπορίου, ενώ ο αγοραστής δεν παρέχει ανταγωνιστικές υπηρεσίες στο επίπεδο εμπορίου στο οποίο αγοράζει τις αναφερόμενες στη σύμβαση υπηρεσίες.

5. Ο παρών κανονισμός δεν εφαρμόζεται στις κάθετες συμφωνίες των οποίων το αντικείμενο εμπίπτει στο πεδίο άλλων κανονισμών απαλλαγής κατά κατηγορία.

### Άρθρο 3

1. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 2 του παρόντος άρθρου, η απαλλαγή που προβλέπεται από το άρθρο 2 εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι το μερίδιο αγοράς που διαθέτει ο προμηθευτής δεν υπερβαίνει το 30 % της σχετικής αγοράς στην οποία πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση.

2. Στην περίπτωση κάθετων συμφωνιών που περιέχουν υποχρεώσεις αποκλειστικής διάθεσης, η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι το μερίδιο αγοράς που διαθέτει ο αγοραστής δεν υπερβαίνει το 30 % στην σχετική αγορά στην οποία προμηθεύεται τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση.

### Άρθρο 4

Η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 δεν ισχύει για τις κάθετες συμφωνίες οι οποίες, άμεσα ή έμμεσα, μεμονωμένα ή σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες που υπόκεινται στον έλεγχο των μερών έχουν ως αντικείμενο:

α) τον περιορισμό της δυνατότητας του αγοραστή να καθορίζει τις τιμές πώλησης, χωρίς να θίγεται η δυνατότητα του προμηθευτή να επιβάλλει μέγιστη τιμή πώλησης ή να συνιστά τιμή πώλησης, υπό τον όρο ότι αυτές δεν ισοδυναμούν με πάγια ή ελάχιστη τιμή πώλησης συνεπεία πιέσεων οποιουδήποτε μέρους στη σύμβαση ή κινήτρων που προσφέρονται από οποιοδήποτε συμβαλλόμενο μέρος·

β) τον περιορισμό σχετικά με την περιοχή στην οποία, ή σχετικά με τους πελάτες στους οποίους, ο αγοραστής δύναται να πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση εκτός από:

- τους περιορισμούς επί των ενεργητικών πωλήσεων στην αποκλειστική εδαφική περιοχή ή σε αποκλειστική ομάδα πελατών του ίδιου προμηθευτή, ή παραχωρηθείσα από τον προμηθευτή σε άλλον αγοραστή, εφόσον ο εν λόγω περιορισμός δεν περιορίζει τις πωλήσεις των πελατών του αγοραστή,

- τους περιορισμούς επί των πωλήσεων σε τελικούς χρήστες από τον αγοραστή που δραστηριοποιείται στο επίπεδο χονδρικής πώλησεως,

- τους περιορισμούς επί των πωλήσεων σε μη εξουσιοδοτημένους διανομείς από τα μέλη ενός επιλεκτικού συστήματος διανομής, και

- τους περιορισμούς της δυνατότητας του αγοραστή να πωλεί εξαρτήματα, προμηθευμένα προς ενσωμάτωση, σε πελάτες που θα τα χρησιμοποιήσουν για την παραγωγή ιδίου τύπου προϊόντων με αυτά του προμηθευτή·

- γ) τον περιορισμό των ενεργητικών ή παθητικών πωλήσεων σε τελικούς χρήστες από τα μέλη ενός επιλεκτικού συστήματος διανομής που δραστηριοποιούνται στο επίπεδο λιανικής πώλησεως, χωρίς να θίγεται η δυνατότητα απαγόρευσης πωλήσεων ενός μέλους του δικτύου από μη εγκεκριμένο σημείο εγκατάστασης·

δ) τον περιορισμό των αμοιβαίων προμηθειών μεταξύ διανομέων στο πλαίσιο ενός επιλεκτικού συστήματος διανομής, συμπεριλαμβανομένων μεταξύ αυτών των διανομέων που ενεργούν σε διαφορετικά επίπεδα εμπορίου·



ε) τον συμφωνημένο περιορισμό μεταξύ προμηθευτού εξαρτημάτων και ενός αγοραστή αυτών προς ενσωμάτωση στα δικά του προϊόντα, ο οποίος περιορίζει τον προμηθευτή να πωλεί τα εξαρτήματα ως ανταλλακτικά σε τελικούς χρήστες ή σε επισκευαστές ή σε άλλους παρέχοντες υπηρεσίες στους οποίους δεν ανέθεσε ο αγοραστής την επισκευή ή τη συντήρηση των προϊόντων του.

### Άρθρο 5

Η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 δεν εφαρμόζεται όσον αφορά τις ακόλουθες υποχρεώσεις που περιέχονται σε κάθετες συμφωνίες:

α) κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού, η διάρκεια της οποίας είναι απεριόριστη ή υπερβαίνει τα πέντε έτη. Υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού αιωπηρώς ανανεώσιμη πέραν της πενταετίας λογίζεται ότι συνάπτεται για απεριόριστο χρόνο. Ωστόσο, ο χρονικός περιορισμός πέντε ετών δεν ισχύει, εφόσον τα αγαθά ή οι υπηρεσίες που αφορά η σύμβαση πωλούνται από τον αγοραστή σε χώρους και οικοπέδα που είτε ανήκουν στον προμηθευτή είτε σε τρίτα μέρη μη συνδεδεμένα με τον αγοραστή και τα οποία μισθώνονται από τον προμηθευτή, υπό την προϋπόθεση ότι η διάρκεια της υποχρέωσης μη ανταγωνισμού δεν υπερβαίνει το χρονικό διάστημα κατοχής των χώρων και οικοπέδων από τον αγοραστή.

β) οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση υποχρέωση δυνάμει της οποίας ο αγοραστής, μετά τη λύση της συμφωνίας, δεν μπορεί να παράγει, να αγοράζει, να πωλεί ή μεταπωλεί αγαθά ή υπηρεσίες, εκτός αν η εν λόγω υποχρέωση:

- αφορά αγαθά ή υπηρεσίες που ανταγωνίζονται τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση και
- περιορίζεται στους χώρους και στα οικοπέδα στα οποία ο αγοραστής είχε δραστηριοποιηθεί κατά την διάρκεια της σύμβασής και
- είναι απαραίτητη για την προστασία της τεχνογνωσίας που μεταβιβάζει ο προμηθευτής στον αγοραστή, και υπό τον όρο ότι η διάρκεια της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού περιορίζεται σε ένα έτος μετά τη λύση της συμφωνίας. Η υποχρέωση αυτή ισχύει με την επιφύλαξη της δυνατότητας να επιβληθεί περιορισμός αόριστης διάρκειας στη χρήση και την κοινοποίηση της τεχνογνωσίας που δεν έχει περιέλθει σε δημόσια χρήση.

γ) κάθε άμεση ή έμμεση υποχρέωση που έχει ως αποτέλεσμα τα μέλη ενός συστήματος επιλεκτικής διανομής να μην πωλούν σήματα συγκεκριμένων ανταγωνιζόμενων προμηθευτών.

### Άρθρο 6

Η Επιτροπή δύναται να άρει το ευεργέτημα της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού, σύμφωνα με το άρθρο 7 παράγραφος 1 του κανονισμού αριθ. 19/65/ΕΟΚ, εφόσον διαπιστώσει, σε συγκεκριμένη περίπτωση, ότι οι κάθετες συμφωνίες στις οποίες εφαρμόζεται ο παρών κανονισμός έχουν εντούτοις αποτελέσματα ασυμβίβαστα με τις προϋποθέσεις που προβλέπονται από το άρθρο 81 παράγραφος 3, ιδίως, στις περιπτώσεις που η πρόσβαση στη σχετική αγορά ή ο ανταγωνισμός εντός αυτής περιορίζεται σημαντικά λόγω των σωρευτικών επιπτώσεων από τα παράλληλα δίκτυα παρόμοιων κάθετων περιορισμών που συνάπτονται από ανταγωνιζόμενους προμηθευτές ή αγοραστής.

### Άρθρο 7

Όταν σε συγκεκριμένη περίπτωση οι κάθετες συμφωνίες στις οποίες εφαρμόζεται η προβλεπόμενη στο άρθρο 2 απαλλαγή έχουν αποτελέσματα ασυμβίβαστα με τις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παράγραφος 3 στο έδαφος κράτους μέλους, ή σε μέρος αυτού, που έχει όλα

τα χαρακτηριστικά διακεκριμένης γεωγραφικής αγοράς, η αρμόδια αρχή του εν λόγω κράτους μέλους δύναται να άρει το ευεργέτημα της εφαρμογής του παρόντος κανονισμού ως προς αυτό το έδαφος, υπό τις ίδιες προϋποθέσεις με αυτές που αναφέρονται στο άρθρο 6.

### Άρθρο 8

1. Σύμφωνα με το άρθρο 1α του κανονισμού αριθ. 19/65/ΕΟΚ, η Επιτροπή δύναται, εφόσον τα παράλληλα δίκτυα παρόμοιων κάθετων περιορισμών καλύπτουν πάνω από το 50 % της σχετικής αγοράς, να κηρύξει, με κανονισμό, ανεφάρμοστο τον παρόντα κανονισμό στις κάθετες συμφωνίες που περιέχουν συγκεκριμένους περιορισμούς που αφορούν την αγορά αυτή.

2. Ο κανονισμός που εκδίδεται σύμφωνα με την παράγραφο 1 δεν αρχίζει να εφαρμόζεται πριν παρέλθουν έξι μήνες από την έκδοσή του.

### Άρθρο 9

1. Το μερίδιο αγοράς 30 % που προβλέπεται στο άρθρο 3 παράγραφος 1, υπολογίζεται με βάση την αξία των πωλήσεων στην αγορά των αγαθών ή υπηρεσιών που αναφέρονται στη σύμβαση και των άλλων αγαθών ή υπηρεσιών που πωλεί ο προμηθευτής τα οποία θεωρούνται εναλλάξιμα ή υποκατάστατα από τον αγοραστή λόγω των χαρακτηριστικών τους, των τιμών τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Εάν δεν υπάρχουν στοιχεία για την αξία των πωλήσεων στην αγορά, μπορούν να χρησιμοποιηθούν εκτιμήσεις που βασίζονται σε άλλες αξιόπιστες πληροφορίες της αγοράς, συμπεριλαμβανομένου του όγκου των πωλήσεων στην αγορά, για να καθοριστεί το μερίδιο αγοράς της εν λόγω επιχείρησης. Για τους σκοπούς του άρθρου 3 παράγραφος 2, χρησιμοποιείται αντίστοιχα η αξία των αγορών ή εκτιμήσεις ως προς αυτήν για τον υπολογισμό του μεριδίου αγοράς.

2. Για την εφαρμογή του ανωτάτου ορίου μεριδίου αγοράς που προβλέπεται στο άρθρο 3 εφαρμόζονται οι ακόλουθοι κανόνες:

α) το μερίδιο αγοράς υπολογίζεται με βάση στοιχεία που αναφέρονται στο προηγούμενο ημερολογιακό έτος·

β) το μερίδιο αγοράς περιλαμβάνει αγαθά ή υπηρεσίες που προμηθεύονται προς πώληση σε ενοποιημένους διανομείς·

γ) εάν το μερίδιο αγοράς δεν υπερβαίνει αρχικά το 30 %, αλλά αργότερα υπερβαίνει το όριο αυτό όχι όμως το 35 %, η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 εφαρμόζεται για διάστημα δύο συνεχών ημερολογιακών ετών μετά το έτος κατά το οποίο σημειώθηκε για πρώτη φορά η υπέρβαση του ορίου του 30 %·

δ) εάν το μερίδιο αγοράς δεν υπερβαίνει αρχικά το 30 %, αλλά αργότερα υπερβαίνει το 35 %, η απαλλαγή του άρθρου 2 εφαρμόζεται για ένα ημερολογιακό έτος μετά το έτος κατά το οποίο σημειώθηκε για πρώτη φορά η υπέρβαση του ορίου του 35 %·

ε) ο συνδυασμός του ευεργετήματος των στοιχείων γ) και δ) δεν μπορεί να υπερβαίνει περίοδο δύο ημερολογιακών ετών.

### Άρθρο 10

1. Για τον υπολογισμό του συνολικού ετήσιου κύκλου εργασιών κατά την έννοια του άρθρου 2 παράγραφος 2 και του άρθρου 2 παράγραφος 4, προστίθεται ο κύκλος εργασιών που πραγματοποιήθηκε στη διάρκεια του προηγούμενου οικονομικού έτους από τη συμβαλλόμενη επιχείρηση στην κάθετη συμφωνία και ο κύκλος εργασιών των συνδεδεμένων με αυτήν επιχειρήσεων για όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες, αποκλεισμένων των φόρων και των λοιπών τελών. Κατά τον υπολογισμό αυτό δεν λαμβάνονται υπόψη οι συναλλαγές μεταξύ του μέρους της κάθετης συμφωνίας και των συνδεδεμένων με αυτό επιχειρήσεων ή μεταξύ των συνδεδεμένων με αυτό επιχειρήσεων.

2. Η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 εξακολουθεί να εφαρμόζεται εφόσον η υπέρβαση του κατωφλίου του συνολικού επίσιου κύκλου εργασιών στη διάρκεια δύο συνεχόμενων οικονομικών ετών δεν υπερβαίνει το 10 %.

### Άρθρο 11

1. Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, οι όροι «επιχείρηση», «προμηθευτής» και «αγοραστής» συμπεριλαμβάνουν και τις αντίστοιχες συνδεδεμένες επιχειρήσεις.

2. Συνδεδεμένες επιχειρήσεις είναι:

α) οι επιχειρήσεις στις οποίες ένα από τα μέρη της συμφωνίας έχει, άμεσα ή έμμεσα: - τη δυνατότητα να ασκεί πάνω από το ήμισυ των δικαιωμάτων ψήφου, ή - τη δυνατότητα να διορίζει πάνω από το ήμισυ των μελών του εποπτικού συμβουλίου, του διοικητικού συμβουλίου ή των οργάνων που εκπροσωπούν κατά νόμο την επιχείρηση, ή - το δικαίωμα να διαχειρίζεται τις υποθέσεις της επιχείρησης·

β) οι επιχειρήσεις οι οποίες έχουν, σε επιχείρηση που είναι μέρος της συμφωνίας, άμεσα ή έμμεσα, τα δικαιώματα ή τις εξουσίες που παρατίθενται στο στοιχείο α)·

γ) οι επιχειρήσεις επί των οποίων επιχείρηση που αναφέρεται στο στοιχείο β) έχει, άμεσα ή έμμεσα, τα δικαιώματα ή τις εξουσίες που παρατίθενται στο στοιχείο α)·

δ) οι επιχειρήσεις επί των οποίων κάποιο από τα μέρη της συμφωνίας μαζί με μία ή περισσότερες από τις επιχειρήσεις που αναφέρονται στα στοιχεία α), β) ή γ) ή επί των οποίων δύο ή περισσότερες από αυτές έχουν από κοινού τα δικαιώματα ή τις εξουσίες που αναφέρονται στο στοιχείο α)·

ε) οι επιχειρήσεις επί των οποίων τα δικαιώματα οι εξουσίες που παρατίθενται στο στοιχείο α) κατέχονται από κοινού: - από μέρη της συμφωνίας, ή από τις αντίστοιχες συνδεδεμένες με αυτά επιχειρήσεις που αναφέρονται στα στοιχεία α) έως δ), ή - από ένα ή περισσότερα μέρη της συμφωνίας, ή μία ή περισσότερες από τις συνδεδεμένες με αυτά επιχειρήσεις που αναφέρονται στα στοιχεία α) έως δ), και ένα ή περισσότερα τρίτα μέρη.

3. Για τους σκοπούς του άρθρου 3, το μερίδιο αγοράς των επιχειρήσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 2 στοιχείο ε) του παρόντος άρθρου κατανέμεται ισομερώς στις επιχειρήσεις που έχουν τα δικαιώματα ή τις εξουσίες που αναφέρονται στην παράγραφο 2, στοιχείο α) του παρόντος άρθρου.

### Άρθρο 12

1. Οι απαλλαγές που προβλέπονται στους κανονισμούς της Επιτροπής (ΕΟΚ) αριθ. 1983/83(4), (ΕΟΚ) αριθ. 1984/83(5) και (ΕΟΚ) αριθ. 4087/88(6), εξακολουθούν να ισχύουν μέχρι τις 31 Μαΐου 2000.

2. Η απαγόρευση που προβλέπεται στο άρθρο 81 παράγραφος 1 της συνθήκης δεν εφαρμόζεται κατά το χρονικό διάστημα από 1ης Ιουνίου 2000 έως 31 Δεκεμβρίου 2001 όσον αφορά τις συμφωνίες που ίσχυαν ήδη κατά τις 31 Μαΐου 2000 και οι οποίες δεν πληρούν τις προϋποθέσεις απαλλαγής του παρόντος κανονισμού, αλλά πληρούν τις προϋποθέσεις απαλλαγής των κανονισμών (ΕΟΚ) αριθ. 1983/83, (ΕΟΚ) αριθ. 1984/83 ή (ΕΟΚ) αριθ. 4087/88.

### Άρθρο 13

Ο παρών κανονισμός αρχίζει να ισχύει την 1η Ιανουαρίου 2000. Αρχίζει να εφαρμόζεται από την 1η Ιουνίου 2000 με εξαίρεση το άρθρο 12 παράγραφος 1 που αρχίζει να εφαρμόζεται από την 1η Ιανουαρίου 2000. Ο παρών κανονισμός λήγει στις 31 Μαΐου 2010.

Ο παρών κανονισμός είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος.

Βρυξέλλες, 22 Δεκεμβρίου 1999.

Για την Επιτροπή  
Mario MONTI  
Μέλος της Επιτροπής

- (1) ΕΕ 36, 6.3.1965, σ. 533/65.
- (2) ΕΕ L 148 της 15.6.1999, σ. 1.
- (3) ΕΕ C 270 της 24.9.1999, σ. 7.
- (4) ΕΕ L 173 της 30.6.1983, σ. 1.
- (5) ΕΕ L 173 της 30.6.1983, σ. 5.
- (6) ΕΕ L 359 της 28.12.1988, σ. 46.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε**

# ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

## ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας για το franchising έχει σαν θεμέλιο του τον Κώδικα που καθιέρωσε η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise.

Υιοθετώντας τον Κώδικα η Ομοσπονδία αναγνώρισε ότι εθνικές προϋποθέσεις μπορεί να καθιστούν απαραίτητους κι άλλους όρους ή διατάξεις και ανέθεσε την ευθύνη για την παρουσίαση και εφαρμογή του Κώδικα στη χώρα τους στους κατ' ιδίαν Εθνικούς Συνδέσμους Franchise.

Η Προσθήκη κι Ερμηνεία που ακολουθεί τον Ευρωπαϊκό Κώδικα υιοθετήθηκε από τον Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδος κι εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise για την εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising στην Ελλάδα από τον Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδας.

## ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ FRANCHISING

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise, EFF, συστάθηκε στις 23 Σεπτεμβρίου 1972.

Μέλη της είναι οι εθνικοί σύνδεσμοι franchise ή ομοσπονδίες συσταθείσες στην Ευρώπη.

Η EFF δέχεται επίσης συνδεδεμένα μέλη, όπως π.χ. μη Ευρωπαϊκούς συνδέσμους ή ομοσπονδίες franchise και άλλους επαγγελματίες που ενδιαφέρονται ή έχουν σχέση με το franchising. Τα συνδεδεμένα μέλη δεν έχουν δικαίωμα ψήφου και δεν μπορούν να οριστούν αξιωματούχοι της EFF.

Οι σκοποί της EFF είναι, ανάμεσα σε άλλα, η συνεχής, αμερόληπτη και επιστημονική μελέτη του franchising από κάθε πλευρά, ο συντονισμός των δραστηριοτήτων των μελών της, η προαγωγή γενικά της βιομηχανίας franchise και των συμφερόντων των μελών της ειδικότερα.

Η EFF περιλαμβάνει επίσης μία Νομική Επιτροπή που απαρτίζεται από δύο δικηγόρους από κάθε μέλος εθνικό σύνδεσμο ή ομοσπονδία με υψηλό βαθμό εξειδίκευσης σε θέματα franchise.

Η EFF έχει επιπλέον εγκαταστήσει μία Επιτροπή Διατησίας Franchise που είναι στη διάθεση μερών που προτιμούν να υποβάλλουν τις διαφορές τους στην κρίση της.

Η αξιολόγηση και η συνεχώς αυξανόμενη σημασία του franchising στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, όπως επίσης και ο Κανονισμός περί ομαδικής απαλλαγής των συμβάσεων franchise των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων που τέθηκε σε ισχύ την 1η Φεβρουαρίου 1989, ώθησε την EFF στο να επαναδιαμορφώσει τον υπάρχοντα Κώδικα Δεοντολογίας της.

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας θεωρείται ότι είναι ένα πρακτικό σύνολο στοιχειωδών διατάξεων καλής συμπεριφοράς για τους με οποιοδήποτε τρόπο ασχολούμενους με το franchising, αλλά χωρίς να αντικαθιστά πιθανώς σχετικούς εθνικούς ή κοινοτικούς νόμους.

---

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας είναι το τελικό προϊόν της εργασίας που κατεβλήθη από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise και τους συνδέσμους μέλη της (Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Ολλανδία, Πορτογαλία και Ηνωμένο Βασίλειο) σε συνεργασία με την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Θα αντικαταστήσει τον προηγούμενο Ευρωπαϊκό Κώδικα Δεοντολογίας, όπως επίσης και όλους τους εθνικούς και περιφερειακούς Κώδικες που υπάρχουν στην Ευρώπη.

Με τη συμμετοχή τους στην EFF τα μέλη της αποδέχονται τον Ευρωπαϊκό Κώδικα Δεοντολογίας και αναλαμβάνουν να μην τον καταργούν ή να μην τον τροποποιούν με οποιοδήποτε τρόπο. Αναγνωρίζεται, εντούτοις, ότι εθνικές προϋποθέσεις μπορεί να καθιστούν απαραίτητους άλλους όρους ή διατάξεις και υπό την προϋπόθεση ότι αυτές δεν είναι αντίθετες ή δεν απομακρύνονται από τον Κώδικα και επισυνάπτονται στον Κώδικα με χωριστό έγγραφο, η σχετική έγκριση της EFF δεν θα καθυστερεί.

Με την αναγνώριση της EFF τα μέλη της δεσμεύονται να επιβάλλουν στα μέλη τους την υποχρέωση να σέβονται και να εφαρμόζουν τις διατάξεις του παρόντος Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising.

## 1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Το Franchising είναι ένα σύστημα προώθησης προϊόντων ή/και υπηρεσιών ή/και τεχνολογίας που βασίζεται πάνω σε μία στενή και συνεχή συνεργασία μεταξύ νομικά και οικονομικά ξεχωριστών και ανεξάρτητων επιχειρήσεων, τον Δικαιοπάροχο και τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους, όπου ο Δικαιοπάροχος παρέχει στους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους το δικαίωμα κι επιβάλλει την υποχρέωση να ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα σύμφωνα με το πρότυπο του Δικαιοπαρόχου. Το δικαίωμα δίνει την ευκαιρία κι επιβάλλει στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο, με αντάλλαγμα μια άμεση ή έμμεση οικονομική αντιπαροχή, να χρησιμοποιεί την επωνυμία του Δικαιοπαρόχου ή/και το σήμα, ή/και το σήμα υπηρεσιών, know-how\*, επιχειρηματικές και τεχνικές μεθόδους, το διαδικαστικό σύστημα και άλλα δικαιώματα βιομηχανικής ή/και πνευματικής ιδιοκτησίας υποστηρίζοντας τον μέσω της συνεχούς παροχής εμπορικής και τεχνικής βοήθειας μέσα στα πλαίσια και κατά τη διάρκεια μιας έγγραφης σύμβασης franchise που καταρτίζεται ανάμεσα στα μέρη γι' αυτό το σκοπό.

- «απόρρητο» σημαίνει ότι το know-how, σαν σύνολο ή στην επακριβή μορφή και σύνδεση των συστατικών του δεν είναι ευρέως γνωστό ή εύκολα προσβάσιμο δεν περιορίζεται με τη στενή έννοια ότι κάθε ανεξάρτητο στοιχείο του know-how θα έπρεπε να είναι εντελώς άγνωστο ή μη προσεγγίσιμο εκτός της επιχείρησης του Δικαιοπαρόχου.
- «σημαντικό» σημαίνει ότι το know-how περιλαμβάνει πληροφορίες που είναι σημαντικές για την πώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών στους τελικούς καταναλωτές και ειδικότερα για την παρουσίαση προϊόντων προς πώληση, την προετοιμασία των προϊόντων σε σχέση με την παροχή υπηρεσιών, τις μεθόδους συναλλαγής με πελάτες και τη διοικητική και οικονομική διαχείριση. Το know-how πρέπει να είναι χρήσιμο για τον Δικαιοδόχο με το να είναι σε θέση, κατά την ημερομηνία κατάρτισης της σύμβασης, να βελτιώνει την ανταγωνιστική θέση του Δικαιοδόχου, ειδικότερα με το να βελτιώνει την απόδοση του Δικαιοδόχου ή με το να τον βοηθά να μπει σε μια νέα αγορά.
- «αναγνωρίσιμο» σημαίνει ότι το know-how πρέπει να περιγράφεται κατά επαρκώς κατανοητό τρόπο ώστε να καθίσταται δυνατή η πιστοποίηση ότι αυτό πληρεί τα κριτήρια της μυστικότητας και της σπουδαιότητας. Η περιγραφή του know-how μπορεί να περιληφθεί είτε μέσα στη σύμβαση franchise είτε σε ξεχωριστό έγγραφο είτε να καταχωρηθεί με οποιοδήποτε κατάλληλο τύπο.

\* know-how σημαίνει ένα σύνολο πρακτικών πληροφοριών που δεν έχει τη μορφή της πατέντας, που απορρέει από την εμπειρία και τις δοκιμές του Δικαιοπαρόχου, που είναι απόρρητο, σημαντικό και αναγνωρίσιμο.

## 2. ΚΑΘΟΔΗΓΗΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

2.1. Ο Δικαιοπάροχος είναι ο δημιουργός ενός δικτύου franchise, που αποτελείται από αυτόν και τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους, του οποίου ο Δικαιοπάροχος είναι ο μακροπρόθεσμος θεματοφύλακας.

2.2. Οι υποχρεώσεις του Δικαιοπαρόχου:

Ο Δικαιοπάροχος θα

- έχει λειτουργήσει ένα επιχειρηματικό πρότυπο με επιτυχία για ένα εύλογο χρονικό διάστημα και μέσα από μία τουλάχιστον πιλοτική μονάδα πριν αρχίσει το δικό του δίκτυο franchise,
- είναι ο ιδιοκτήτης ή θα έχει τα νόμιμα δικαιώματα να χρησιμοποιεί την επωνυμία του δικτύου του, το σήμα ή άλλο ευδιάκριτο σημείο αναγνώρισης
- παρέχει στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο αρχική εκπαίδευση και συνεχή εμπορική ή/και τεχνική βοήθεια καθόλη τη διάρκεια της σύμβασης

2.3. Οι υποχρεώσεις του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου

Ο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχος θα

- καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια να αναπτύξει την επιχείρηση franchise και να διατηρεί την κοινή ταυτότητα και φήμη του δικτύου franchise,
- παρέχει στον Δικαιοπάροχο επιβεβαιωτικά στοιχεία λειτουργίας για να διευκολύνει την διαπίστωση της απόδοσης και τις απαραίτητες οικονομικές καταστάσεις για καλύτερη διαχειριστική καθοδήγηση και να επιτρέπει στον Δικαιοπάροχο ή/και στους εκπροσώπους του να έχουν πρόσβαση στις εγκαταστάσεις και τα αρχεία του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου, όποτε το ζητήσει ο Δικαιοπάροχος και σε εύλογους χρόνους,
- δεν θα αποκαλύψει σε τρίτους το know-how που του παρέσχε ο Δικαιοπάροχος ούτε κατά τη διάρκεια ούτε μετά τη λύση της σύμβασης

2.4. Οι συνεχείς υποχρεώσεις αμφοτέρων των μερών :

Τα μέρη θα εφαρμόζουν δικαιοσύνη στις μεταξύ τους συναλλαγές. Ο Δικαιοπάροχος θα ειδοποιεί εγγράφως τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους του για κάθε συμβατική παράβαση και θα δίνει εύλογο χρόνο για επανόρθωση της όπου αυτό επιβάλλεται.

Τα μέρη θα πρέπει να αντιμετωπίζουν παράπονα, δυσαρέσκειες και διαφορές με καλή πίστη και καλή διάθεση μέσω δίκαιης κι εύλογης επικοινωνίας και διαπραγμάτευσης.

## 3. ΑΝΕΥΡΕΣΗ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

3.1. Η διαφήμιση για την ανεύρεση κατ' ιδίαν Δικαιοδόχων δεν θα περιέχει αμφιλεγόμενα σημεία και παραπλανητικές δηλώσεις.

3.2. Κάθε υλικό ανεύρεσης Δικαιοδόχων, διαφήμισης και δημοσιότητας που διατίθεται στο κοινό και που περιέχει άμεσες ή έμμεσες αναφορές σε πιθανά μελλοντικά αποτελέσματα, αριθμούς ή κέρδη που θα πρέπει να αναμένουν οι κατ' ιδίαν Δικαιοδόχοι, θα είναι αντικειμενικό και όχι παραπλανητικό

3.3. Για να μπορούν οι υποψήφιοι κατ' ιδίαν Δικαιοδόχοι να γίνουν μέρη ενός δεσμευτικού εγγράφου μετά πλήρους γνώσεως, θα πρέπει να τους δίνεται αντίγραφο του παρόντος Κώδικα Δεοντολογίας όπως επίσης και να τους γνωστοποιείται εγγράφως, πλήρως και επακριβώς κάθε πληροφορία που είναι ουσιώδης για τη σχέση franchise και σε εύλογο χρόνο πριν από την κατάρτιση τέτοιων δεσμευτικών εγγράφων.

3.4 Εάν ο Δικαιοπάροχος επιβάλλει ένα Προσύμφωνο στον υποψήφιο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο, οι ακόλουθες αρχές θα πρέπει να ακολουθούνται:



- πριν από την κατάρτιση οποιουδήποτε Προσυμφώνου θα πρέπει να δίδεται έγγραφη πληροφόρηση στον υποψήφιο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο σχετικά με τον σκοπό του και με κάθε αντιπαροχή που μπορεί να του ζητηθεί να πληρώσει στο Δικαιοπάροχο για την κάλυψη των πραγματικών εξόδων του τελευταίου που καταβλήθηκαν κατά τη διάρκεια και σε σχέση με την προσυμβατική φάση. Εάν η σύμβαση franchise υπογραφεί, αυτή η αντιπαροχή θα πρέπει να επιστραφεί από τον Δικαιοπάροχο ή να συμψηφιστεί με το τυχόν δικαίωμα εισόδου πληρωτέου από τον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο,
- το Προσύμφωνο θα καθορίζει τη διάρκεια του και θα περιλαμβάνει όρο λύσεως,
- ο Δικαιοπάροχος μπορεί να επιβάλλει όρους μη ανταγωνισμού ή/και απορρήτου για την προστασία του know-how και της ταυτότητας του.

#### 4. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΚΑΤ' ΙΔΙΑΝ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ

Ο Δικαιοπάροχος θα πρέπει να επιλέξει και να δέχεται σαν κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους μόνον εκείνους που, μετά από εύλογη έρευνα, εμφανίζονται να διαθέτουν τα βασικά προσόντα, εκπαίδευση, προσωπική ποιότητα και οικονομικά μέσα επαρκή για να αναλάβουν την επιχείρηση franchise.

#### 5. Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISE

5.1. Η σύμβαση franchise θα πρέπει να είναι σύμφωνη με το Εθνικό Δίκαιο, το Δίκαιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και του παρόντος Κώδικα Δεοντολογίας.

5.2. Η σύμβαση θα εκφράζει τα συμφέροντα των μελών του δικτύου franchise προστατεύοντας τα δικαιώματα βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του Δικαιοπαρόχου και διατηρώντας την κοινή ταυτότητα και φήμη του δικτύου franchise. Όλες οι συμφωνίες και συμβατικές ρυθμίσεις οι σχετικές με τη σχέση franchise θα πρέπει να είναι έγγραφες ή μεταφρασμένες νομίμως στην επίσημη γλώσσα της χώρας που είναι εγκατεστημένοι οι κατ' ιδίαν Δικαιοδόχοι και οι υπογεγραμμένες συμφωνίες θα δίδονται αμέσως στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο.

5.3. Η σύμβαση franchise θα περιέχει χωρίς ασάφειες τις υποχρεώσεις και τις ευθύνες των μερών και όλους τους ουσιώδεις όρους της σχέσης.

5.4. Οι στοιχειωδώς ελάχιστοι όροι της σύμβασης θα είναι οι ακόλουθοι :

- τα δικαιώματα που παρέχονται στον Δικαιοπάροχο
- τα δικαιώματα που παρέχονται στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο
- τα προϊόντα ή/και υπηρεσίες που θα παρέχονται στον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο
- οι υποχρεώσεις του Δικαιοπαρόχου
- οι υποχρεώσεις του κατ' ιδίαν Δικαιοδόχου
- οι όροι πληρωμής από τον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο
- η διάρκεια της σύμβασης που θα πρέπει να είναι τόσο μακρά, ώστε να επιτρέπει στους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους να αποσβέσουν τις αρχικές τους επενδύσεις που αφορούν συγκεκριμένα στο franchise
- η βάση για κάθε ανανέωση της σύμβασης
- οι όροι με τους οποίους ο κατ' ιδίαν Δικαιοδόχος θα μπορεί να πωλεί ή να μεταβιβάζει την επιχείρηση franchise και τα τυχόν σχετικά προνομιακά δικαιώματα του Δικαιοπαρόχου
- όροι σχετικοί με τη χρήση από τον κατ' ιδίαν Δικαιοδόχο των διακριτικών σημείων του Δικαιοπαρόχου, επωνυμίας, σήματος υπηρεσιών, σημείου καταστήματος, λογοτύπου και άλλων διακριτικών σημείων αναγνώρισης

- το δικαίωμα του Δικαιοπαρόχου να προσαρμόζει το σύστημα franchise σε νέες ή διαφοροποιημένες μεθόδους
- όροι περί λύσης της σύμβασης
- όροι περί επιστροφής κάθε υλικής ή άυλης περιουσίας που ανήκει στον Δικαιοπάροχο ή σε άλλον κατά τη λύση της σύμβασης franchise

## 6. Ο ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ MASTER FRANCHISE

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας θα εφαρμόζεται στη σχέση ανάμεσα στον Δικαιοπάροχο και τους κατ' ιδίαν Δικαιοδόχους του και ομοίως μεταξύ του Κυρίως Δικαιοδόχου και των κατ' ιδίαν Δικαιοδόχων του. Δεν θα εφαρμόζεται στη σχέση ανάμεσα στον Δικαιοπάροχο και τους Κυρίως Δικαιοδόχους του.

## ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ

Η παρούσα Προσθήκη κι Ερμηνεία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising που υιοθετήθηκε από το Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδας και στον οποίο τα μέλη του προσχωρούν.

### 1. ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας για το franchising αποτελεί μέρος της εγγράφου συμφωνίας μέλους μεταξύ του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος και των εταιρειών μελών του. Κάθε παράβαση του παρόντος Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising από οποιοδήποτε μέλος του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας, θα θεωρείται παράβαση της συμφωνίας μέλους μεταξύ αυτού και του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας που θα εξετάζεται από το Πειθαρχικό του Συμβούλιο για κάθε σχετική συνέπεια. Δεν αποτελεί μέρος της συμβατικής σχέσης μεταξύ Δικαιοπάροχου και Δικαιοδόχου, εκτός εάν αυτό έχει ρητά δηλωθεί από τον Δικαιοπάροχο. Τίποτα μέσα στον παρόντα Κώδικα δεν θα θεωρείται ότι αποτελεί παραίτηση του Δικαιοπάροχου από το δικαίωμα του να πωλεί ή εκχωρεί τη συμμετοχή του σε μια επιχείρηση franchise.

### 2. ΘΕΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Κανένα μέλος του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδας δεν θα παραποιεί το σήμα, σύστημα, επωνυμία, εταιρική ταυτότητα, σλόγκαν ή άλλο σημείο αναγνώρισης άλλου Δικαιοπαρόχου με οποιονδήποτε τρόπο ή μορφή που θα είχε την τάση ή τη δυνατότητα να παραπλανεί ή να παραποιεί.

### 3. ΓΝΩΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Η αντικειμενικότητα του υλικού επιλογής Δικαιοδόχων (όρος 3.2) αναφέρεται συγκεκριμένα σε υλικό που είναι δημόσια ανακοινώσιμο, ειδικότερα:

- στη νομική μορφή οργάνωσης του Δικαιοπαρόχου ή/και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως) που περιλαμβάνει, ανάμεσα σε άλλα, τους σκοπούς της εταιρείας, την έδρα, την ταυτότητα και τη σχετική εμπειρία στο σύστημα του βασικού προσωπικού διαχείρισης του Δικαιοπαρόχου ή/και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως),
- στα οικονομικά στοιχεία του Δικαιοπαρόχου ή/και του Κυρίως Δικαιοδόχου (ανάλογα),
- στο επιχειρηματικό ιστορικό του Δικαιοπαρόχου ή/και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως),

- στην περιγραφή της επιχείρησης franchise,
- στην πρόβλεψη του συνολικού κόστους του σχετικού με τη δημιουργία της επιχείρησης franchise,
- στη γενική περιγραφή των κυρίων χαρακτηριστικών του know-how,
- στην παροχή τεχνικής υποστήριξης από τον Δικαιοπάροχο ή/και τον Κυρίως Δικαιοδόχο προς τον Δικαιοδόχο,
- στα ονόματα και διευθύνσεις του δικτύου franchise (με ειδική αναφορά στις υπάρχουσες επιχειρήσεις franchise στην Ελλάδα στην περίπτωση ενός Κυρίως Δικαιοδόχου),
- στον αριθμό των Δικαιοδόχων των οποίων η σύμβαση franchise έχει λυθεί μέσα στα δύο (2) προηγούμενα χρόνια και στους λόγους αυτής της λύσης,
- στην πληροφόρηση σχετικά με τις άδειες που τυχόν απαιτούνται από τη νομοθεσία για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης franchise,
- στα βασικά στοιχεία μιας σύμβασης franchise όπως δικαιώματα και υποχρεώσεις αμοτερών των μερών, διάρκεια της σύμβασης, όροι ανανέωσης ή λύσης, όροι αποκλειστικότητας κλπ.,
- πληροφόρηση πάνω στη σύμβαση Κυρίως Δικαιοδόχου με την εξαίρεση των οικονομικών συμφωνιών ανάμεσα σε Δικαιοπάροχο και κυρίως Δικαιοδόχο.

Αναγνωρίζεται ότι συζητώντας επιμέρους επιχειρησιακές προβλέψεις με Δικαιοδόχους, οι Δικαιοπάροχοι κάνουν μοιραία υποθέσεις που μπορούν να δοκιμαστούν μόνο με την πάροδο του χρόνου.

#### **4. ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Για λόγους γενίκευσης του παρόντα Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising το know-how εκλαμβάνεται όπως ορίζεται στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό περί ομαδικής απαλλαγής από το άρθρ 85 της Συνθήκης της Ρώμης. Εν τούτοις, για τους σκοπούς του όρου 3.4 του Ευρωπαϊκού Κώδικα Δεοντολογίας γίνεται δεκτό ότι οι Δικαιοπάροχοι μπορούν να επιβάλλουν όρους μη ανταγωνισμού και απορρήτου για να προστατεύσουν άλλες πληροφορίες και συστήματα που μπορεί ευλόγως να εκληφθούν σαν ουσιώδη στη λειτουργία του franchise.

#### **5. ΓΛΩΣΣΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ**

Οι Δικαιοπάροχοι θα πρέπει να εξασφαλίζουν στους Δικαιοδόχους συμβάσεις σε γλώσσα που να είναι αντιληπτή σ' αυτούς. Συνιστάται Δικαιοπάροχοι και Δικαιοδόχοι να χρησιμοποιούν την ορολογία franchise που υιοθετήθηκε από τον Σύνδεσμο Franchise της Ελλάδας.

