

Η ΥΠΑΡΞΗ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΚΤΥΟΥ FRANCHISING

Ο Κοινοτικός Κανονισμός 4087/88 στον ορισμό του της συμφωνίας franchise θεωρεί την κοινοποίηση τεχνογνωσίας από τον Δικαιοπάροχο στον Δικαιοδόχο ως μια από τις τρεις βασικές υποχρεώσεις που πρέπει να περιέχει μία τέτοια συμφωνία για να τύχει της ευνοϊκής μεταχείρισης που της επιφυλάσσεται από τον Κανονισμό (άρθρο 1, παραγρ. 3, στοιχ. (β)). Το franchising είναι ταυτόσημο με την ύπαρξη τεχνογνωσίας.

Χωρίς την κοινοποίηση τεχνογνωσίας από τον Δικαιοπάροχο στον Δικαιοδόχο δεν υπάρχει franchising και κατά συνέπεια ούτε Δίκτυο franchising μπορεί ούτε πρέπει να δημιουργηθεί.

Σύμφωνα με τον Κοινοτικό Κανονισμό 4087/88 "ως τεχνογνωσία νοείται το σύνολο των μη κατοχυρωμένων με ευρεσιτεχνία πρακτικών πληροφοριών που προκύπτουν από την εμπειρία και από δοκιμές του Δότη και οι οποίες είναι εμπιστευτικές ουσιαστικής σημασίας και προσδιορισμένες.

Σύμφωνα με τη διεθνή θεωρία και Νομολογία τα κύρια χαρακτηριστικά της τεχνογνωσίας είναι τα ακόλουθα:

- A) η εμπιστευτικότητα (όχι πληροφορίες που μπορούν να αποκτηθούν από άλλες πηγές)
- B) η ουσιαστικότητα (σημαντική, χρήσιμη, συγκεκριμένη)
- Γ) Το προσδιορισμένο (αποτυπωμένη σε γραπτό κείμενο όπως το εγχειρίδιο λειτουργίας)
- Δ) η πρωτοτυπία (πλεονέκτημα και συμφέρον για την επιχειρηματική δραστηριότητα του Δικαιοπαρόχου)
- Ε) η πρακτικότητα
- ΣΤ) η εξελισσιμότητα -(συνεχή ανανέωση και εξέλιξη)
- Z) η μεταβιβασιμότητα (να μεταβιβάζεται εύκολα από τον Δικαιοπάροχο στον Δικαιοδόχο, να μπορεί να αναπαραχθεί και να είναι απλή)
- Η) το ειδικό - στη συγκεκριμένη αγορά όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση του Δικαιοπαρόχου αποτελούν ειδικό σύνολο)

Αν κάποια από τα ανωτέρω χαρακτηριστικά της τεχνογνωσίας δεν υπάρχουν τότε τα Αμερικάνικα και Ευρωπαϊκά Δικαστήρια ακυρώνουν μια τέτοια σύμβαση franchising.

Στην πράξη, η τεχνογνωσία είναι ένα σύνολο πληροφοριών που σχετίζεται με τις περισσότερες λειτουργίες της επιχείρησης του δικαιοδόχου και κυρίως αναφέρεται:

Στη διαμόρφωση ενιαίου και εύκολα αναγνωρίσιμου τύπου καταστήματος (μονάδας franchise) με την χρήση πρωτότυπων ονομάτων, σημάτων, χρωμάτων και λοιπών διακριτικών γνωρισμάτων. Οι προδιαγραφές του καταστήματος και κυρίως το όνομα και το σήμα του έχουν καθορισθεί μετά από διεξοδικές μελέτες και αναλύεις της αγοράς, συνήθως έχουν δοκιμασθεί στο χρόνο και χαρακτηρίζονται από υψηλή αναγνωρισιμότητα (awareness) από το καταναλωτικό κοινό.

Στον καθορισμό και την διατήρηση μιας ανταγωνιστικής γκάμας προϊόντων και/ή υπηρεσιών προς διάθεση, μέσα από συνεχή και εμπειριστατωμένη έρευνα, καθώς και στη διαμόρφωση μεθόδων και τεχνικών σχετικά με την πώληση των προϊόντων ή την παροχή των υπηρεσιών αυτών.

Στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου και αποδοτικού συστήματος οργάνωσης, διοικητικής και οικονομικής διαχείρισης και ανάπτυξης της επιχείρησης του δικαιοδόχου.

Στη διαμόρφωση μεθόδων και τρόπων επικοινωνίας και συναλλαγής με το καταναλωτικό κοινό.

Στον καθορισμό ενιαίου και αποτελεσματικού διαφημιστικού προγράμματος, το οποίο προγραμματίζεται και εκτελείται με την βοήθεια εξειδικευμένων στελεχών και συνεργατών του δικαιοπαρόχου.

Στην καθιέρωση συστήματος παρακολούθησης και βελτίωσης των καταστημάτων των δικαιοδόχων, μέσω συνεχούς ελέγχου και υποστήριξης από εξειδικευμένο τμήμα της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου.

Η τεχνογνωσία δεν αποτελεί δικαίωμα αλλά πραγματική κατάσταση μια de facto κατοχή οικονομικά αξιοποιήσιμων γνώσεων και πληροφοριών . Συνήθως η τεχνογνωσία καταχωρείται και περιγράφεται λεπτομερώς στο Εγχειρίδιο Λειτουργίας (Operations Manual) του Δικαιοπάρoχου. Δεδομένου ότι το εγχειρίδιο λειτουργίας του Δικαιοπάρoχου, που είναι γραπτό κείμενο, μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας, εφόσον διακρίνεται από την απαραίτητη κατά το νόμο πρωτοτυπία κατά την έννοια του άρθρου 2, Ν 2121/93, η τεχνογνωσία μπορεί με αυτόν τον τρόπο να τύχει προστασίας κατά τον Ν. 2121/1993. Βέβαια η τεχνογνωσία του Δικαιοπάρoχου προστατεύεται ακόμη με βάση τις ρυθμίσεις της σύμβασης franchising (ρήτρες μη ανταγωνισμού και εχεμύθειας) και με τον ν 146/14 για τον Αθέμιτο ανταγωνισμό (άρθρα 1 και 16-18).

Χωρίς ουσιαστική τεχνογνωσία δεν μπορεί και δεν πρέπει να υπάρξει franchising και να δημιουργούνται Δίκτυα που επικαλούνται την ύπαρξη δήθεν τεχνογνωσίας αλλά στην ουσία απλώς εμπορεύονται προϊόντα με το κάλυμμα της μεθόδου franchising.

Πειραιάς 4-11-1999

Σωτήρης Γιαννακάκης

ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ, LL.M. HARVARD, ΗΠΑ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ ΕΝΩΣΕΩΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΟΥ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΕΩΣ (FRANCHISING) ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΝΩΣΕΩΣ FRANCHISING (IFA) ΤΩΝ ΗΠΑ

ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ FRANCHISING ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΝΩΣΕΩΣ ΔΙΚΗΓΟΡΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΝΩΣΕΩΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΩΝ ΔΙΚΗΓΟΡΩΝ

ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ FRANCHISE ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ