

ΝΟΜΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (FRANCHISING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (2)

Σύμβαση διεθνούς χαρακτήρα/προσανατολισμού

Οι εξελίξεις σήμερα οδεύουν στην κατεύθυνση της ανοικτής, όχι μόνο ενιαίας ευρωπαϊκής αλλά παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Ένα τέτοιο στόχο, δρώντας σ'ένα τέτοιο πλαίσιο, υπηρετεί η σύμβαση Franchising ως μια αποδεδειγμένα επιτυχημένη μέθοδος διανομής προϊόντων και/ή υπηρεσιών σε διεθνές επίπεδο. Έτσι, παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον εκ μέρους πολλών επιχειρήσεων που επιθυμούν ως δικαιιοπάροχοι να αναπτυχθούν διεisdύοντας σε ξένες χώρες και αγορές.

Μεγάλη βοήθεια προς τούτο προσφέρουν οι διάφορες τεχνολογικές και οικονομικές εξελίξεις όπως η δημιουργία ενιαίων εμπορικών αγορών, η απελευθέρωση της κινήσεως κεφαλαίων, η εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών η τηλεόραση τα ταξίδια και η διαφήμιση που επέτρεψαν στους καταναλωτές στις περισσότερες χώρες να εξοικειωθούν με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχονταν σε άλλες χώρες.

η προσπάθεια των επιχειρήσεων-δικαιοπαρόχων για διεθνοποίηση συνήθως επιχειρείται με τις ακόλουθες μεθόδους που διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες.

i) το άμεσο Franchising που ειδικότερα περιλαμβάνει: α) τη σύμβαση Franchising κατευθείαν σε μια ξένη χώρα β) την ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής εταιρείας γ) τη συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής.

ii) κύρια συμφωνία ανάπτυξης.

iii) συμφωνία για δραστηριότητα κοινής επιχείρησης (joint venture) Ειδικότερα

i) Στο άμεσο Franchising που αποτελεί την απλούστερη και συνηθέστερη μορφή Franchising παρατηρείται μια κατευθείαν σχέση του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου που βρίσκεται σε ξένη χώρα χωρίς την παραμετρική τρίτου. Αυτή η σχέση μπορεί να εμφανίζεται με μια από τις ακόλουθες τρεις μορφές:

α) Στη σύμβαση Franchising κατευθείαν σε μια ξένη χώρα.

Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου Franchising κατευθείαν από τη χώρα του κατά τον ίδιο τρόπο ου θα το παραχωρούσε μέσα στην ίδια του τη χώρα παρότι ο δικαιοδόχος και το σημείο λιανικής πώλησης βρίσκονται σε ξένη χώρα.

Αυτή η μορφή Franchising ενδεικνύεται κυρίως : όταν οι δύο χώρες βρίσκονται γεωγραφικά κοντά η μια στην άλλη με καλή και εύκολη επικοινωνία μεταξύ τους και χωρίς σημαντικές διαφορές στη γλώσσα, ήθη και έθιμα, συνήθειες, νόμους και εμπορικές πρακτικές ή όταν ο δικαιοπάροχος σκοπεύει σε περιορισμένη δραστηριότητα στην ξένη χώρα ή για φορολογικούς λόγους.

β) Ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής εταιρείας.

Η επιλογή ανάμεσα στους ως άνω τύπους βασίζεται κυρίως σε φορολογικούς λόγους. Αν για παράδειγμα ο δικαιοπάροχος αναμένει ότι η επέκτασή του σε ξένη χώρα με τη μορφή Franchising θα του προξενήσει ζημιές κατά τα πρώτα χρόνια τουλάχιστον, πιθανότατα θα ήταν σκόπιμη η επιλογή του υποκαταστήματος αφού έτσι θα μπορούσε να συμψηφίσει τις ζημιές με τα κέρδη που θα αποκόμιζε στη χώρα του (συμψηφισμός που δεν είναι δυνατόν να γίνει στην περίπτωση της θυγατρικής εταιρείας). Ωστόσο, από άποψη ευθύνης η επιλογή της θυγατρικής είναι προτιμότερη γιατί αποτελεί χωριστό νομικό πρόσωπο που φέρει τη δική του ευθύνη χωριστή από τα μέλη του.

Και οι δυο μορφές παρουσιάζουν σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως η δυνατότητα για απόκτηση άμεσου ελέγχου εκ μέρος του δικαιοπαρόχου ή απολαυή του συνόλου των κερδών χωρίς συμμετοχή του δικαιοδόχου. Ωστόσο, οι λύσεις αυτές απαιτούν τη δαπάνη σημαντικών κεφαλαίων για τη σύσταση των υποκαταστημάτων - θυγατρικών εταιρειών αλλά και επάρκεια διαθέσιμου προσωπικού υ θα τις στελεχωσει.

γ) Στη συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής (Area development agreement) ο δικαιοδόχος συνήθως κάτοικος ξένης χώρας, αναλαμβάνει την υποχρέωση να ανοίξει μόνος του και να διατηρήσει σε

λειτουργία για σειρά από καταστήματα του δικτύου σε μια ορισμένη περιοχή (σε ξένη χώρα) βάσει συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

ii) Κύρια συμφωνία Franchising (Master Franchising)

Στην περίπτωση της αποκαλούμενης "Κύριας συμφωνίας Franchising" (Master Franchising) η μια επιχείρηση ο δικαιοπάροχος (master franchisor) παρέχει στην άλλη τον κύριο δικαιοδόχο (master franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης του "πακέτου" Franchising με σκοπό τη σύναψη περαιτέρω συμφωνιών Franchising με τρίτους, τους δικαιοδόχους (sub-franchising).

Αυτή τη μορφή Franchising είναι ιδιαίτερα συνηθισμένη στις περιπτώσεις που ο δικαιοπαροχος επιθυμεί να επεκτείνει το δίκτυό του σε πολλές χώρες. Εξυπακούεται ότι ο κύριος δικαιοδόχος πληροφορείται πολύ περισσότερο μυστικά (από ένα απλό δικαιοδόχο) έτσι ώστε να μπορεί να τον υποκαθιστά πλήρως δρώντας αυτός πλέον ως δικαιοπάροχος στην καθορισμένη περιοχή που συνήθως καλύπτει όλη την επικράτεια μιας χώρας.

iii) Συμφωνία για δραστηριότητα κοινής επιχείρησης (Joint Venture).

Κοινή επιχείρηση-εταιρεία είναι εκείνη που υπόκειται στον κοινό έλεγχο δυο ή περισσότερων επιχειρήσεων, οικονομικά ανεξάρτητων. Στην περίπτωση αυτή δηλαδή ο δικαιοπάροχος από κοινού με τον joint Venture συνεταιρό του, που είναι συνήθως κάτοικος της ξένης χώρας, συνιστά μια εταιρεία joint venture σ'αυτή την ξένη χώρα. Η εταιρεία joint venture στη συνέχεια συνάπτει με το δικαιοπάροχο είτε Συμφωνία Ανάπτυξης μιας Περιοχής είτε Κύρια Συμφωνία Franchising. Αυτή η μορφή Franchising ενδείκνυται συνήθως όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να επεκταθεί με το σύστημα Franchising σε χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, της Άπω Ανατολής και της Νότιας Αμερικής όπου τα ήθη, έθιμα και οι εμπορικές συνήθειες απαιτούν τη συμμετοχή προσώπων με βαθιά γνώση της αντίστοιχης αγοράς, ή όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να συμμετέχει με κάποιο ποσοστό ιδιοκτησίας στην κοινή επιχείρηση μειώνοντας παράλληλα τους κινδύνους (οικονομικούς ή άλλους) από τη συμμετοχή του αυτή.

Η δημιουργία μιας τέτοιας εταιρίας παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως : ο επιμερισμός του επιχειρηματικού κινδύνου, η ευκολότερη πρόσβαση σε εθνικές - κυβερνητικές επιδοτήσεις - επιχορηγήσεις, η δημιουργία ισχυρής οικονομικά εταιρίας με άμεση γνώση της αγοράς και ισχυρή κεφαλαιουχική βάση, η σύμπραξη με συνεταιρό που γνωρίζει τους νόμους, εμπορικές πρακτικές, ήθη, έθιμα γλώσσα και γενικά την κουλτούρα της ξένης χώρας και η ευνοϊκότερη πιθανότατα φορολογική αντιμετώπιση. Ωστόσο δεν λείπουν και τα σημαντικά μειονεκτήματα που καθιστούν τη λειτουργία της δυσχερή και πάντως εξ δαπανηρή όπως η αδυναμία εξαιρετικά των τυχόν δαπανών και ζημιών που θα προκύψουν από τη λειτουργία της επιχείρησης κατά τα πρώτα έτη με τα κέρδη των μετοχών-εταίρων της, ή η πιθανή δυσκολία να εξαχθούν τα κέρδη χωρίς τη σύμφωνη γνώμη όλων των συνεταιίρων.

Αντί επιλόγου

Στη σημερινή εποχή της εγκατάλειψης του απομονωτισμού, των ραγδαίων τεχνολογικών, οικονομικών και πολιτικών εξελίξεων, το αίτημα για μια ενιαία ευρωπαϊκή αγορά με δυνατό και υγιή εσωτερικό ανταγωνισμό προβάλλει πιεστικό.

Οι συμφωνίες Franchising με τις δυνατότητες που προσφέρουν ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, συμβάλλουν στη βελτίωση της διανομής αλλά και της παροχής υπηρεσιών, ενδυναμώνουν τον ανταγωνισμό προς όφελος των καταναλωτών, ενώ στο επίπεδο του Κοινοτικού χώρου συμβάλλουν επιπλέον και στην αύξηση του διακοινοτικού εμπορίου στην αλληλεπίδραση των οικονομιών και στην ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς.

Οι συμβάσεις Franchising αποτελούν μορφή συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων ολοένα και περισσότερο απαντωμένη στη σύγχρονη οικονομική ζωή.

Με την σύμβαση Franchising ο δικαιοπάροχος παρέχει στον δικαιοδόχο έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα να χρησιμοποιεί το λεγόμενο franchise, δηλ. το σύνολο δικαιωμάτων του βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, όπως λ.χ εμπορική επωνυμία, διακριτικά γνωρίσματα, σήματα, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα copyright, τεχνογνωσίες ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας, με σκοπό την κατασκευή και πώληση προϊόντων ή πώληση προϊόντων ή παροχή

υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή (βλ. και ΔΕΚ, Υπόθεση Pronuptia, Συλλογή 1986, σελ. 353 επ., 381 Κανονισμός Επιτροπής ΕΟΚ αριθμ. 408719888 της 30-11-1988 "για την εφαρμογή του άρθρου 85 παρ. 3 ΣΕΚ σε κατηγορίες συμφωνιών franchise", ΕΕ 28-12-1980 L. 359/46 επ.)

Στην πράξη γίνεται συχνά διάκριση μεταξύ συμβάσεων franchising παραγωγής (βιομηχανικό franchising), συμβάσεων franchising διανομής (εμπορικό franchising) και συμβάσεων franchising παροχής υπηρεσιών (βλ. ο.π.). Η σύμβαση franchising διακρίνεται από άλλες μορφές συνεργασίας μεταξύ ανεξαρτήτων επιχειρήσεων, όπως η σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας ή (αποκλειστικής ή επιλεκτικής) διανομής. Αν και εμφανίζουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους, αποτελούν μικρές συμβάσεις, ο προέχων χαρακτήρας των οποίων καθορίζει και το είδος τους.

Η σύμβαση franchising αν και συχνά συνδυάζεται με την προμήθεια αγαθών, βασικά στοχεύει στην παροχή τεχνογνωσίας, χορήγηση σημάτων, μέσων οργάνωσης και διοικήσεως της επιχειρήσεως, εκμετάλλευση φήμης και πελατείας και λειτουργία κάτω από το γενικότερο όνομα του δικαιοπαρόχου και ότι αυτό εγγυάται. Η σύμβαση διανομής, αν και συνδυάζεται με την χρήση σημάτων και τη προμήθεια αγαθών, βασικά αποσκοπεί στην διασφάλιση ενός μόνιμου δικτύου διοχτεύσεως των προϊόντων στην αγορά και παροχής υπηρεσιών εξυπηρέτησεως των πελατών. Τέλος η σύμβαση προμηθείας αν και περιλαμβάνει συχνά χρήση σημάτων, ιδίως όταν έχει μακρά διάρκεια, αποβλέπει βασικά στην αγορά προς μεταπώληση αγαθών, ενώ όλα τα λοιπά στοιχεία είναι παρακολουθηματικά.

Με το σύστημα διανομής franchising, το οποίο αποσκοπεί να εξασφαλίσει την ενιαία εμφάνιση προς τα έξω, ενώ ταυτοχρόνως οι συμβαλλόμενοι είχαν ανεξάρτητες μεταξύ τους επιχειρήσεις, ο δικαιοπάροχος αξιοποιεί οικονομικώς δικαιώματά του, εμπορικές μεθόδους και γνώσεις του, χωρίς να διαθέσει ίδια κεφάλαια προς δημιουργία νέων οικονομικών μονάδων. Από την άλλη πλευρά, ανεξάρτητοι έμποροι που δεν διαθέτουν τα αντίστοιχα δικαιώματα βιομηχανικής κλπ. ιδιοκτησίας ούτε εμπορικές μεθόδους προβολής και προωθήσεως των εμπορευμάτων τους και που, έχουν τη δυνατότητα να ωφεληθούν από τις γνώσεις που τους παραχωρούνται από τον δικαιοπάροχο και την καλή φήμη του και να αποκτήσουν πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους.

Ένα τέτοιο σύστημα που επιτρέπει στον δικαιοπάροχο να προσκομίσει όφελος από την επιτυχία του, δεν θίγει αυτό καθεαυτό τον ανταγωνισμό. Για να μπορέσει να λειτουργήσει, πρέπει να συντρέχουν δύο προϋποθέσεις: Πρώτον, δεν πρέπει ο δικαιοπάροχος να κινδυνεύει να αποκομίσει όφελος οι ανταγωνιστές του, έστω και εμμέσως, από την γνωστοποίησή των εμπορικών μεθόδων και λοιπών γνώσεων στον δικαιοδόχο. Δεύτερον ο δικαιοπάροχος πρέπει να μπορεί να λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα για να διαφυλάξει την ταυτότητα και την φήμη του δικτύου που συμβολίζεται με την εμπορική επωνυμία, το διακριτικό γνώρισμα και το σήμα.

Με την εισήγησή της η Διεύθυνση Ανταγωνισμού θεώρησε ορθώς ότι δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό οι κάτωθι όροι της κρινόμενης Συμβάσεως franchising:

- 1) Η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να παρέχει τεχνική βοήθεια στον δικαιοδόχο, κυρίως στην εγκατάσταση, διαρρύθμιση του καταστήματος, στην διαφήμιση, στην κατάρτιση του προσωπικού και στην ανάπτυξη των εμπορικών μεθόδων.
- 2) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να χρησιμοποιεί τις εμπορικές μεθόδους που υποδεικνύονται από τον δικαιοπάροχο, καθώς επίσης και την τεχνογνωσία και την πείρα του.
- 3) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να υπογράψει συμβολαιογραφική πράξη για την χρήση της επωνυμίας, του διακριτικού τίτλου και του σήματος του δικαιοπαρόχου ως επίσης και την αναγνώριση των δικαιωμάτων του δικαιοπαρόχου επ'αυτών και την προστασία αυτών από προσβολές τρίτων.
- 4) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να τοποθετεί και διατηρεί τις επιγραφές και διαφημίσεις των προϊόντων του δικαιοπαρόχου και η απαγόρευση τοποθετήσεως κάθε άλλης επιγραφής, σήματος και επωνυμίας ή διακριτικού τίτλου που δεν θα έχει την έγγραφη άδεια του δικαιοπαρόχου.
- 5) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην κατασκευάζει, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, προϊόντα όμοια εν όλω ή εν μέρει με αυτά του δικαιοπαρόχου.
- 6) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην διαθέτει οποιοδήποτε άλλο εμπόρευμα έστω και προσωρινά.
- 7) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να χρησιμοποιεί υλικά συσκευασίας που η ποιότητά τους έχει εγκριθεί

από τον δικαιοπάροχο.

8) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να διατηρεί με δικές του δαπάνες συνεργείο ραφής κουρτινών.

Όλοι οι παραπάνω όροι πράγματι δεν προσκρούουν στο άρθρο 1 παρ. 1 του Ν 703/1977, διότι είτε αφορούν αυτή καθ'εαυτή την ουσία του άρθρου με παράλληλη εξασφάλιση των συμβαλλόμενων ότι δεν θα ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον, είτε έχουν ως στόχο να εξασφαλίσουν τον αναγκαίο έλεγχο για την διαφύλαξη της ταυτότητας και φήμης του δικτύου.

Στην ίδια κατηγορία εμπίπτουν και οι εξής ακόμη όροι της συμβάσεως, οι οποίοι δεν αναφέρονται ρητώς στη Εισήγηση της Διευθύνσεως Ανταγωνισμού:

9) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου, να διαμορφώσει υπό τις οδηγίες του δικαιοπαρόχου το συγκεκριμένο κατάσταση, ως επίσης και η δέσμευση του δικαιοδόχου να μην μπορεί να θέσει σε λειτουργία άλλο κατάσταση εντός του Νόμου.

10) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην αποθηκεύει, 'έστω και προσωρινά στο κατάστημα του οιοδήποτε άλλο εμπόρευμα εκτός από εκείνο που προμηθεύεται από τον δικαιοπάροχο.

Ο όρος αυτός εξασφαλίζει τον όρο περί υποχρεώσεως μη κατασκευής προϊόντων ομοίως προς αυτά του δικαιοπαρόχου.

11) Η υποχρέωση του δικαιοδόχου να έχει σε συνεχή λειτουργία το κατάστημά του. Ο όρος αυτός αποβλέπει στην προστασία της φήμης του δικαιοπαρόχου.

12) Τέλος διάφοροι άλλοι όροι, όπως λ.χ η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να δειγματίζει στον δικαιοδόχο όλα τα είδη που εμπορεύεται ανά εμπορική περίοδο, η υποχρέωση του δικαιοδόχου να παραγγέλλει στην αρχή της περιόδου, κλπ. αφορούν συνήθειες όρους εμπορικών συμβάσεων, οι οποίοι όμως εκ της φύσεως τους είναι ουδέτεροι .

Με την εισήγηση της η Διεύθυνση Ανταγωνισμού θεωρεί αντιθέτως ότι περιορίζουν τον ανταγωνισμό (ορισμένοι) όροι της συμβάσεως, για τους οποίους μάλιστα υποστηρίζει την άποψη ότι δεν μπορεί να δοθεί εξαίρεση κατ'άρθρο 1 παρ. 3 του Ν. 703/1977.....

Προηγουμένως πρέπει να επισημανθούν τρίτα θέματα: Πρώτον, ότι μετά την παραίτηση του δικαιοπαρόχου από το δικαίωμα του να ζητήσει αποζημίωση σε περίπτωση μη τήρησης των ενδεικτικών τιμών του τιμοκαταλόγου λιανικής πωλήσεως, οι τιμές αυτές διατηρούν πράγματι τον χαρακτήρα τους ως ενδεικτικές τιμές, άλλως θα είχαν τον χαρακτήρα υποχρεωτικών τιμών. Σε περίπτωση όμως δημιουργίας δικτύου από τον δικαιοπάροχο και σε άλλες πόλεις της Ελλάδος, ιδίως γειτονικές προς τον Νόμο Μεσσηνίας, θα μπορούσε να τεθεί θέμα δημιουργίας εναρμονισμένης πρακτικής μεταξύ του δικαιοπαρόχου και των δικαιοδόχων ή μεταξύ των δικαιοδόχων ως προς την τήρηση των τιμών αυτών. Για την πιθανή αυτή μελλοντική περίπτωση, πρέπει να διασφαλισθεί ότι η Διεύθυνση Ανταγωνισμού θα παρακολουθεί την σχετική πρακτική των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων.

Δεύτερον, ότι η απαγόρευση στον δικαιοδόχο να ανταγωνίζεται τον δικαιοπάροχο επί δύο (2) έτη μετά την λύση της συνεργασίας του περιόριζε την συγκεκριμένη περίπτωση υπερβολικά τον ανταγωνισμό, ενώ αντίθετα το ένα (1) έτος κρίνεται ως εύλογος χρόνος.

Τρίτον, μετά την παραίτηση του δικαιοπαρόχου από το αρχικώς προβλεπόμενο δικαίωμά του να ζητήσει αποζημίωση ("ποινική ρήτρα") σε περίπτωση που ο δικαιοδόχος δεν πραγματοποιήσει στους συμφωνημένους όρους για ελάχιστο κύκλο εργασιών ο δικαιοπάροχος διατηρεί το δικαίωμά του της καταγγελίας της συμβάσεως λόγω μη επιτεύξεως αυτών των στόχων. Το δικαίωμα όμως αυτό είναι φυσικό ότι πρέπει να ασκείται μέσα στα πλαίσια των νόμων.

Ενόψει των ανωτέρω η Επιτροπή εθεώρησε ότι:

Σε σχέση με τους επαγγελματικούς χώρους μεταξύ των μερών συμφωνία προβλέπει ότι ο δικαιοπάροχος έχει το δικαίωμα να πωλεί και αυτός στους ενδιαφερόμενους, παράλληλα προς τον δικαιοδόχο. Επομένως, όχι μόνον δεν περιορίζεται ο ανταγωνισμός μεταξύ τους, αλλ'αντιθέτως επιτείνεται.

Η απαγόρευση πωλήσεως σε χονδρεμπόρους είναι σύμφυτη με την έννοια του άρθρου αφού εξ ορισμού

συμφωνείται ότι ο δικαιοπάροχος θα πωλεί μόνον σε τελικούς καταναλωτές.

Η απαγόρευση στον δικαιοδόχο να ανταγωνίζεται τον δικαιοπάροχο, είτε ο ίδιος, ως φυσικό πρόσωπο, είτε μέσω εταιρειών, τις οποίες αυτός ελέγχει, ανοίγοντας άλλα καταστήματα, είναι σύμφωνα με την διαταξη 1 παρ. 1 του Ν 703/1977 διότι είναι απαραίτητη για την ομαλή λειτουργία του franchising:

Η απαγόρευση σε συζύγους και συγγενικά πρόσωπα να ασκούν ανταγωνιστική δραστηριότητα προς τον δικαιοπάροχο είτε τα ίδια είτε μέσω εταιρειών τις οποίες αυτά ελέγχουν είτε εντός είτε εκτός της εδαφικής περιφέρειας του Νόμου Μεσσηνίας, δεν είναι απαραίτητη, όπως είναι έτσι απόλυτα διατυπωμένου, για την λειτουργία της συγκεκριμένης συμβάσεως franchising. Τούτο διότι τα συγγενικά ιδίως πρόσωπα είναι δυνατόν να ασκούν αυτοτελή, ανεξάρτητη και ανταγωνιστική επιχείρηση, χωρίς εξ'ορισμού να είναι ενεργούμενα του δικαιοδόχου και αχυράνθρωποι. Ένας τέτοιος όρος επομένως που περιορίζει την προσωπική ελευθερία και τον ανταγωνισμό με την παραπάνω έννοια δεν είναι συμβατός με το άρθρο 1 παρ. 1 του νόμου.

Αντίθετα μια ρήτρα που θα απαγόρευε στον δικαιοδόχο την άσκηση ανταγωνιστικής δραστηριότητας είτε αμέσως είτε εμμέσως μέσω παρένθετων προσώπων (αχυράνθρωπων), θα ήταν έγκυρη και δεν θα εντέκετο στο άρθρο 1 παρ. 1 καθόσον αποβλέπει στην εξασφάλιση του δικαιοπαρόχου, ο οποίος παρέχει την τεχνογνωσία του στον δικαιοδόχο, από τον κίνδυνο να περιέλθει η τεχνογνωσία αυτή στους ανταγωνιστές του. Κατά συνέπεια η κρινόμενη σύμβαση franchising είναι σε θέση να εγκριθεί υπό τον όρο ότι θα διαγραφεί η ρήτρα περί συζύγου και συγγενικών προσώπων.

Η ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας από τον δικαιοπάροχο περιορίζει τις επιχειρηματικές αποφάσεις του δικαιοδόχου ως προς την πηγή, από την οποία θα προμηθευτεί τα εμπορεύματά του. Από την άλλη πλευρά ο δικαιοπάροχος έχει μέσα στο πλαίσιο της Συμβάσεως franchising την θεμιτή απαίτηση να ελέγχει την προσφορά εμπορευμάτων από τον δικαιοδόχο, ώστε ο καταναλωτής να βρίσκει σε κάθε δικαιοδόχο εμπορεύματα της ίδιας ποιότητας. Σε ορισμένες όμως περιπτώσεις, όπως στη συγκεκριμένη μπορεί να μην είναι δυνατόν να καθορισθούν αντικειμενικοί κανόνες ποιότητας (αντικειμενικές ποιοτικές προδιαγραφές). Η ρήτρα αυτή πρέπει, υπό τις περιστάσεις αυτές, να θεωρηθεί ως απαραίτητη για την προστασία της καλής φήμης του δικτύου. Δεν μπορεί πάντως να καταλήγει στο να εμποδίζει τον δικαιοδόχο να προμηθεύεται αυτά τα προϊόντα από άλλους δικαιοδόχους. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η ως άνω ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας εμπεριέχει και αυτόν τον τελευταίο περιορισμό. Ο περιορισμός αυτός προσκρούει στο άρθρο 1 παρ. 1 του Ν. 703/1997 και επομένως απαγορεύεται.

Η κρινόμενη Σύμβαση franchising περιέχει και εδαφική ρήτρα, δηλαδή ρήτρα βάσει της οποίας ο δικαιοδόχος δεν έχει το δικαίωμα να πωλεί εκτός της εδαφικής του περιφέρειας, είτε ανοίγοντας άλλο κατάστημα είτε πωλώντας σε άλλους, δικαιοδόχους. Η ρήτρα αυτή σε συνδυασμό με την υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να μην πωλεί εντός της εδαφικής περιφέρειας του Νομού προϊόντα του σε άλλες επιχειρήσεις λιανικής πωλήσεως, έχει ως συνέπεια τον καταμερισμό των αγορών μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου ή μεταξύ δικαιοδόχου, πράγμα το οποίο συνιστά περιορισμό του ανταγωνισμού υπό την έννοια του άρθρου 1 παρ. 1 του Ν 703/1977.

Η Επιτροπή εκτιμά ότι οι προϋποθέσεις της παραπάνω διατάξεως πληρούνται. Η κρινόμενη σύμβαση franchising είναι σύμβαση franchising διανομής και συμβάλλει την βελτίωση της διανομής προϊόντων. Ο Δικαιοπάροχος αξιοποιεί οικονομικώς δικαιώματά του (επωνυμία, διακριτικός τίτλος και σήμα), εμπορικές μεθόδους και γνώσεις του, χωρίς να διαθέσει ίδια κεφάλαια όρος δημιουργία νέου καταστήματος στον Νομό Μεσσηνίας. Τα ποσοστά επί του κύκλου εργασιών του δικαιοδόχου, τα οποία θα εισπράξει, αποτελούν το οικονομικό του αντάλλαγμα.

Από την άλλη πλευρά η δικαιοδόχος ανώνυμος εταιρεία, η οποία είναι ανεξάρτητη οικονομική μονάδα σε σχέση με τον δικαιοπάροχο, αποκτά τη δυνατότητα να ωφεληθεί από την καλή φήμη του δικαιοπαρόχου- φήμη που συμβολίζεται με την επωνυμία, τον διακριτικό τίτλο και το σήμα του δικαιοπαρόχου- ως επίσης και από την τεχνογνωσία του δικαιοπαρόχου αναφορικά με την παρουσίαση του καταστήματος, την προβολή των εμπορευμάτων, τις εμπορικές μεθόδους κλπ., και έτσι αποκτά περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας, από όσες θα είχε χωρίς την πείρα και βοήθεια του δικαιοπαρόχου. Με τον τρόπο αυτόν αποκτά τη δυνατότητα να ανταγωνίζεται αποτελεσματικότερα τους ανταγωνιστές της. Εξάλλου η δημιουργία του δικτύου franchising αυξάνει τον οριζόντιο ανταγωνισμό, δηλαδή τον ανταγωνισμό ανάμεσα στο δίκτυο και άλλες ομοειδείς επιχειρήσεις.

Στην προκύπτουσα ωφέλεια έχουν εύλογη συμμετοχή και οι καταναλωτές. Οι συμβάσεις franchising διανομής, συνδυάζουν το πλεονέκτημα του ομοιόμορφου δικτύου με την δραστηριοποίηση εμπόρων που

ενδιαφέρονται ομοιογένεια (ενιαία εμφάνιση προς τα έξω) του δικτύου, η οποία στηρίζεται στον συνεχή έλεγχο του δικαιοπαρόχου επί του δικαιοδόχου για την κατοχύρωση της ταυτότητας και της φήμης του δικτύου, εξασφαλίζει στον καταναλωτή σταθερή ποιότητα στα προϊόντα που προσφέρει το δίκτυο. Εξάλλου ο καταναλωτής ωφελείται και από τον αυξημένο ανταγωνισμό ανάμεσα στο δίκτυο και τις υπόλοιπες ομοειδής επιχειρήσεις του κλάδου.

Οι περιορισμοί που η κρινόμενη σύμβαση franchising επιβάλλει στους συμβαλλόμενους είναι απολύτως αναγκαίοι για την πραγματοποίηση των ανωτέρω σκοπών. Όπως ήδη εξετάθη, οι περιορισμοί αυτοί αποβλέπουν πρώτον στην εξασφάλιση των συμβαλλομένων (δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου) ότι δεν θα ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον, δεύτερον στην εξασφάλιση του δικαιοπαρόχου ότι η τεχνογνωσία του και τρίτον στη διασφάλιση της ταυτότητας και της φήμης του δικτύου.

Η εδαφική προστασία δημιουργεί βεβαίως καταμερισμό των αγορών και επομένως περιορίζει τον ανταγωνισμό μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου εντός του δικτύου. Τούτο όμως είναι αναγκαίο για να πεισθεί ο δικαιοδόχος να αναλάβει τον κίνδυνο να ενταχθεί στο δίκτυο, προβαίνοντας σε δικές του επενδύσεις και καταβάλλοντος δικαιώματα σχετικώς ψηλά στον δικαιοπάροχο ποσοστό επί του κύκλου εργασιών). Χωρίς δηλαδή την εξασφάλιση ότι το εμπορικό του θα είναι αποδοτικό, ίσως δεν θα ανελάμβανε τον κίνδυνο αυτόν.

Με τον περιορισμό όμως αυτόν δεν παρέχεται στους συμβαλλόμενους η δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα της οικείας αγοράς, αφού το μερίδιό τους στην αγορά είναι σχετικά μικρό (5%-7%) και επομένως υπάρχει αρκετός ανταγωνισμός με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του αυτού κλάδου.

Αντίθετα η ρήτρα, σύμφωνα με την οποία απαγορεύεται στον δικαιοδόχο να προμηθευτεί, όταν κρίνει τούτο αναγκαίο, τα προϊόντα της συμβάσεως από άλλους δικαιοδόχους περιορίζει υπερβολικά την επιχειρηματική ελευθερία του δικαιοδόχου και επομένως και τον ανταγωνισμό, εν άσε δε περιπτώσει δεν είναι αναγκαία για την ομαλή λειτουργία του δικτύου, και συγκεκριμένα για την εξασφάλιση του δικαιοπαρόχου ότι τα πωλούμενα από τον δικαιοδόχο εμπορεύματα πληρούν τις προδιαγραφές ποιότητας όπου αυτός έχει θέσει. Τούτο, διότι ο δικαιοδόχος προμηθεύεται τα εμπορεύματά του από άλλους δικαιοδόχους, οι οποίοι με την σειρά τους έχουν προμηθευτεί τα εμπορεύματα αυτά από τον δικαιοπάροχο. Εν πάση περιπτώσει ο σκοπός του δικαιοπαρόχου (έλεγχος της ποιότητας) μπορεί να επιτευχθεί με ηπιότερο μέσο, λ.χ. τους από καιρού εις καιρόν ελέγχους επί τόπου και τον συμφωνημένο έλεγχο των βιβλίων και λοιπών στοιχείων του δικαιοδόχου, από τον οποίο μπορεί εύκολα να αντιμετωπισθεί η πηγή από την οποία ο τελευταίος προμηθεύεται τα εμπορεύματα του.

Η κρινόμενη σύμβαση franchising εγκρίνεται υπό τον όρον ότι θα απαλειφθεί η ρήτρα αυτή.

Η κρινόμενη σύμβαση πρέπει σύμφωνα με το άρθρο 10 παρ. 2 Ν 703/1977 να εγκριθεί για ορισμένο μόνον χρόνο, οι συμβαλλόμενοι όμως, δικαιούνται βάσει του άρθρου 10 παρ. 3 του νόμου να ζητήσουν από την Επιτροπή να ανανεώσει την απόφαση της. Η 5ετης διάρκεια ισχύος την οποία ζήτησαν οι ενδιαφερόμενοι κρίνεται ως εύλογη αρχίζει δε από την ημέρα εκδόσεως της αποφάσεως της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Η κρινόμενη Σύμβαση πρέπει να εγκριθεί με το βάρος για τον δικαιοπάροχο να γνωστοποιεί στην Διεύθυνση Ανταγωνισμού, χωρίς όχληση από την τελευταία, κάθε νέα Σύμβαση franchising που θα συνάπτει με άλλους δικαιοδόχους ώστε η Διεύθυνση Ανταγωνισμού να μπορεί να ελέγχει, κατά πόσον υπάρχει εναρμονισμένη πρακτική ως προς την τήρηση ενιαίων τιμών από όλους τους δικαιοπάροχους και κατά πόσον εξασφαλίζεται η δυνατότητα των δικαιοπαρόχων να προμηθεύονται τα εμπορεύματα της Συμβάσεως και από άλλους δικαιοπαρόχους.

για τους παραπάνω λόγους.

Κρίνει ως ισχυρά σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 Ν. 703/1977 την Σύμβαση franchising της ανωνύμου εταιρείας "Χ....ΑΕ" με την ανώνυμη εταιρεία με την επωνυμία "Ε.Κ.Κ. ΑΕ" με εξαίρεση την ρήτρα σύμφωνα με την οποία απαγορεύεται στον δικαιοδόχο να προμηθεύεται τα προϊόντα της συμβάσεως από άλλους δικαιοδόχους και την ρήτρας περί απαγορεύσεως σε συζύγους και συγγενικά πρόσωπα να ασκούν ανταγωνιστική δραστηριότητα. Εναπόκειται στον δικαιοπάροχο να κρίνει την σκοπιμότητα να περιλάβει στην συμφωνία ρήτρα, με την οποία θα απαγορεύει στον δικαιοδόχο την άσκηση ανταγωνιστικής δραστηριότητας είτε αμέσως είτε εμμέσως μέσω παρένθετων προσώπων.

Επιβάλλει στην εταιρεία 'Χ.....ΑΕ' την υποχρέωση να γνωστοποιεί στην Διεύθυνση Ανταγωνισμού χωρίς όχληση από την τελευταία, κάθε νέα Σύμβαση franchising που θα συνάπτει με άλλους δικαιοδόχους, ώστε η Διεύθυνση Ανταγωνισμού να μπορεί να ελέγχει, κατά πόσον υπάρχει εναρμονισμένη πρακτική ως προς την τήρηση ενιαίων τιμών από όλους τους δικαιοπαρόχους και κατά πόσον εξασφαλίζεται η δυνατότητα των δικαιοπαρόχων να προμηθεύονται τα εμπορεύματα της Συμβάσεως και από άλλους δικαιοπαρόχους.

Ορίζει ως διάρκεια της συμβάσεως της πενταετία, η οποία αρχίζει από την ημερομηνία δημοσίευσής της παρούσας αποφάσεως.

Είναι όμως δυνατό ο δικαιοπάροχος να μην είναι ο ίδιος κάτοχος του franchise αλλά κύριος δικαιοδόχος ενός franchise [η άδεια εκμετάλλευσης του οποίου του έχει παραχωρηθεί από τον κάτοχο (αρχικό δικαιοπάροχο), του franchise], που χορηγεί στη συνέχεια υπό-άδειες εκμετάλλευσης σε τρίτους, τους απλούς δικαιοδόχους. Η περίπτωση αυτή προβλέπεται ρητά στον κανονισμό αριθ. 4087/88 και χαρακτηρίζεται ως 'κύρια συμφωνία franchise' (master franchise). Αυτή η μορφή franchising είναι ιδιαίτερα σημαντική για όσους δικαιοπαρόχους θέλουν να επεκτείνουν το δίκτυό τους σε πολλές χώρες. Αυτό γίνεται συνήθως με την ανάθεση σε μια μόνο επιχείρηση (κύριο δικαιοδόχο) της ανάπτυξης δικτύου franchising σε μια ορισμένη περιοχή, που συνήθως καλύπτει όλη την επικρατεί ενός κράτους, συνάπτοντας συμφωνίες franchising, με τους απλούς δικαιοδόχους. Στην περίπτωση αυτή ισχύουν τηρούμενων των αναλογιών για τις σχέσεις δικαιοπαρόχου- κύριου δικαιοδόχου και κυρίου δικαιοδόχου- απλών δικαιοδόχων, τα όσα ισχύουν για τη σχέση δικαιοπαρόχου δικαιοδόχων. Η κύρια συμφωνία franchising διαφέρει από τη 'συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής' (Area Development Agreement) όπου ο δικαιοδόχος αναλαμβάνει να ανοίξει μόνος του μια σειρά από καταστήματα του δικτύου franchising σε μια ορισμένη περιοχή και για μια ορισμένη περίοδο. Αν και δεν αναφέρεται ρητά, η συμφωνία αυτή καλύπτεται από τον κανονισμό για τις συμφωνίες franchising. Αντίθετα ο κανονισμός αποφεύγει ρητά να ρυθμίσει την περίπτωση των συμφωνιών franchising χονδρικού εμπορίου (wholesale franchising) ενός συστήματος δηλ. όπου οι δικαιοδόχοι δεν πωλούν σε τελικούς χρηστές αλλά σε χονδρική βάση, με το αιτιολογικό ότι η Επιτροπή δεν έχει αρκετή εμπειρία στο θέμα αυτό.

Τυπολογία του franchising από εμπειρική - οικονομική άποψη

Για την συστηματική κατάταξη των διαφόρων τύπων franchising από οικονομική άποψη έχουν διαμορφωθεί στη θεωρία κατάβαση οι ακόλουθες τρεις προσεγγίσεις:

- Διαφοροποίηση με βάση το αντικείμενο του franchising.
- διαφοροποίηση με βάση τις οικονομικές βαθμίδες στις οποίες ανήκουν οι συμμετέχοντες.
- Διαφοροποίηση με βάση τη διάταξη και τον τρόπο συσχετισμού δυνάμεων και των εμπλεκόμενων συμφερόντων των συμμετεχόντων.

Τυπολογική διάκριση με κριτήριο το αντικείμενο του franchising

Με βάση το αντικείμενο του franchising μπορούν γενικά να διακριθούν οι ακόλουθες τρεις κατηγορίες franchising: Το franchising υπηρεσιών και το franchising παραγωγή ή βιομηχανικό franchising.

Franchising Διανομής

Στο franchising διανομής ο δικαιοδόχος περιορίζεται στο να πωλεί εκμεταλλεόμενος 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 και να αποκλείεται.

Franchising υπηρεσιών

Στο franchising υπηρεσιών, ο δικαιοπάροχος παρέχει υπηρεσίες υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία ή ακόμα και το σήμα του δικαιοπαρόχου 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 παρα 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 (fast food) ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου (Holiday -inn, Novote), ενοικιάσεις ή επισκευές αυτοκινήτων, γραφεία συνοικεισίων, μαθήματα ξένων γλωσσών, φροντιστήρια, καθαριστήρια, βιντεολέσχες, ταξιδιωτικά γραφεία, οργάνωση υποδοχών, επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων κλπ.

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 περιέχει ειδική πρόβλεψη για τα "μεσα μεταφοράς που καθορίζονται στη σύμβαση" και τα οποία πρέπει να πληρούν, όπως και οι χώροι που καθορίζονται στη σύμβαση, τις προδιαγραφές του δικαιοπαρόχου ως προ την εμφάνιση, τον εξοπλισμό κλπ.

Franchising παραγωγής ή βιομηχανικό franchising

Στη μορφή αυτή του franchising ο δικαιοπαρόχος 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 δικαιοδόχος είναι είτε παραγωγός (όταν παράγει τα προϊόντα) είτε χονδρέμπορος (όταν τα μεταποιεί και τα μεταπωλεί).

Ο λόγος που συνήθως οδηγεί στη σύναψη μιας συμφωνίας franchising παραγωγής είναι ότι ο δικαιοπαρόχος 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, πχ. κίνδυνος αλλοίωσης ή απώλειας της φρεσκάδας των προϊόντων.

Μικτές μορφές franchising

Υπάρχουν τέλος πολλές μορφές franchising που περιλαμβάνουν στοιχεία τόσο του franchising διανομής όσο και του franchising υπηρεσιών σε ποικίλλουσα αναλογία, όπως είναι π.χ. η πώληση personal computers (PC) σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών που σχετίζονται με το προϊόν π.χ. στον τομέα των προγραμμάτων (software) καθώς επίσης και υπηρεσιών που δεν έχουν άμεση σχέση με το προϊόν, όπως η οργάνωση μαθημάτων χειρισμού των PC. Άλλα παραδείγματα είναι η πώληση καλλυντικών σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών αισθητικού, η παροχή υπηρεσιών καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων σε συνδυασμό με την πώληση υλικών καθαρισμού, ή η διδασκαλία ξένων γλωσσών σε συνδυασμό με την αγορά και μεταπώληση ορισμένων βιβλίων. Αυτή η ύπαρξη και των δυο στοιχείων σε πολλές συμφωνίες franchising οδήγησε την Επιτροπή στο να συμπεριλάβει στον κανονισμό αριθ. 4087/88 τόσο τις συμφωνίες franchising διανομής όσο και τις συμφωνίες franchising υπηρεσιών.

Είναι επίσης δυνατή η ύπαρξη μικτών μορφών franchising που περιέχουν στοιχεία όλων των παραπάνω (υπό I-III) τύπων, δηλ. τόσο του franchising διανομής ή/και υπηρεσιών όσο και του franchising παραγωγής ή βιομηχανικού franchising.

Τυπολογική διάκριση με κριτήριο τις διάφορες οικονομικές βαθμίδες που περιλαμβάνει το franchising.

Με βάση το κριτήριο αυτό διακρίνονται κατά βάση οι ακόλουθοι τύποι : franchising παραγωγού-χονδρέμπορου, franchising δικαιοπαρόχου (εμπόρου)- κύριου δικαιοδόχου (master franchising), franchising παραγωγού-λαινεμπόρου, franchising χονδρεμπόρου-λιανέμπορου, και τέλος (στον τομέα της παροχής υπηρεσιών) franchising δικαιοπαρόχου παροχής υπηρεσιών-δικαιοδόχου παροχής υπηρεσιών.

Τυπολογική διάκριση με κριτήριο τη διάταξη και τον τρόπο συσχετισμού των δυνάμεων και των εμπλεκόμενων συμφερόντων των συμμετεχόντων.

Με βάση το κριτήριο αυτό μπορούν να διακριθούν δυο βασικοί τύποι franchising: Το franchising υπαγωγής (Subordinations- franchising) και το franchising ισότιμης συνεργασίας (Partnerschafts-franchising).

Η διάκριση αυτή, που οφείλεται στο Martinek μπορεί να θεωρηθεί ως η περισσότερο επιτυχημένη από οικονομική άποψη, επειδή έχει το πλεονέκτημα να προσφέρεται ως βάση για μια μετέπειτα λογική και συστηματική διάκριση των διάφορων τύπων franchising από άποψη δικαίου των συμβάσεων και ειδικότερα κατά τη διερεύνησης της νομικής φύσης της σύμβασης franchising.

Franchising υπαγωγής (Subordinations- franchising)

Ο τύπος αυτός franchising χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία του δικαιοπαρόχου και την μονομερή υπαγωγή των δικαιοδόχων υπό την συστηματική και εντατική καθοδήγησή του προς το σκοπό της προώθησης και επιβολής της μεθόδους μαρκετιγκ του δικαιοπαρόχου κατά τη διανομή του "προϊόντος" του συστήματος (εμπορεύματα ή /και υπηρεσίες). Στη γερμανική θεωρία ο τύπος αυτός franchising χαρακτηρίζεται ως "Subordinations- franchising".

Σ'αυτον τον τύπο, που εξακολουθεί να είναι ο πιο διαδεδομένος στην πράξη οι δικαιοδόχοι αποτελούν απλά εκτελεστικά όργανα του δικαιοπαρόχου που είναι ο "εγκέφαλος" και καθοδηγητής του όλου συστήματος που επινόησε και ανέπτυξε. Οι δικαιοδόχοι οφείλουν να υποτάσσονται πλήρως τις οδηγίες και τον έλεγχο του δικαιοπαρόχου. Οι μόνες σχέσεις που υπάρχουν τα πλαίσια αυτού του τύπου είναι αυτές ανάμεσα στο δικαιοπαρόχο και καθένα από τους δικαιοδόχους. Δεν υπάρχει και δεν ευνοείται η ανάπτυξη κάποιας μορφής απ'ευθείας ανάμεσα στους δικαιοδόχους, πράγμα που θα μπορούσε να ενισχύσει τη θέση των τελευταίων έναντι του δικαιοπαρόχου.

Franchising ισότιμης συνεργασίας (Partnerschafts- franchising)

Ο τύπος αυτός Franchising χαρακτηρίζεται, όσον αφορά την εσωτερική σχέση των συμμετεχόντων, από μια συνεταιρική -συμμετοχική συνεργασία μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου πάνω στη βάση της ισοτιμίας. Δεν υπάρχει η κυριαρχία του δικαιοπαρόχου κατά την προώθηση και την παραπέρα ανάπτυξη της μεθόδου μάρκετινγκ αλλά και κατά την επιλογή των κατευθύνσεων δραστηριοποίησης του συστήματος. Στη θέση των μονομερών οδηγιών και εντολών του δικαιοπαρόχου προς το δικαιοδόχο, που χαρακτηρίζει το Franchising υπαγωγής υπεισέρχεται η αλληλοκατανόηση, η εναρμόνιση των ενεργειών και η συμμετοχή του δικαιοδόχου στη λήψη των αποφάσεων που αφορούν τον καθορισμό των στόχων του συστήματος. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να επεκτείνονται ως ένα βαθμό και στις σχέσεις των δικαιοδόχων μεταξύ τους τόσο με τη μορφή της συλλογικής δράσης για την προώθηση και παραπέρα ανάπτυξη της μεθόδου μάρκετινγκ, όσο και με άλλες μορφές συνεργασίας και αλληλοβοήθειας (ανταλλαγή προσωπικού, κάλυψη παροδικών αναγκών σε εμπορεύματα, ικανοποίηση πελατών για λογαριασμό άλλου δικαιοδόχου, εκπαίδευση νέων δικαιοδόχων κλπ.) Παρατηρείται δηλαδή σε μεγάλο βαθμό το στοιχείο της συναδελφικότητας και της αλληλεγγύης, όπου πηγάζει από την επίγνωση της αναγκαιότητας της επιτυχίας του συστήματος ως συνόλου. Εν όψει όλων των παραπάνω το Franchising ισότιμης συνεργασίας παρουσιάζει μεγάλο βαθμό συγγένειας με μια κοινή θυγατρική επιχείρηση.

Στη σύγχρονη εποχή δεν είναι δύσκολο να διαπιστώσει κανείς ότι ο οικονομικός κόσμος εξελίσσεται πολύ πιο γρήγορα απ'ό,τι οι δικαιοίκοι μας θεσμοί. Η συνεχής εξέλιξη της οικονομίας δημιουργεί αυτή καθαυτή καινούργιες σχέσεις δικαίου, και αμοιβαίες υποχρεώσεις που το θετικό μας δίκαιο θα κληθεί αναγκαστικά να κωδικοποιήσει. Αυτό γίνεται πιο έντονα ορατό στις συνεχώς ανανεούμενες μορφές των σύγχρονων σχέσεων παραγωγού και διανομέα. Η ανάλυση των προβλημάτων που δημιουργούνται ιδιαίτερα μέσα στο πλαίσιο της Κοινής Αγοράς ή της λεγόμενης ήδη εσωτερικής αγοράς της Κοινότητας αποκτά έντονο ενδιαφέρον.

Για την υποστήριξη του ανταγωνισμού και την κατάκτηση νέων πελατών, οι παραγωγοί οφείλουν να οργανώσουν την εμπορικοποίηση των προϊόντων τους για να ενοποιήσουν τα συστήματα πώλησης, ώστε να ελαττώσουν τα έξοδα διανομής και να αυξήσουν την αποδοτικότητα τους. Ένας τρόπος προσφέρεται σ'αυτους: αν ενωθούν με τους μεταπωλητές οι οποίοι, με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα μεταπώλησης, δέχονται να συμμετέχουν σε μια εμπορική οργάνωση δομημένη κατά τρόπο που να υποβαστάζει καλύτερα των αγώνα παρά να προκαλεί τον ανταγωνισμό ανάμεσα σε όμοια

αντικείμενα και διαφορετικά σήματα.

Από τη μια πλευρά, ο παραγωγός βάζει σε λειτουργία μια οργάνωση πώλησης των προϊόντων του στο επίπεδο μιας αγοράς που μπορεί να διευρύνει, πετυχαίνοντας τη συνεργασία των καινούριων μεταπωλητών.

Από την άλλη πλευρά οι μεταπωλητές αποκτώντας την υποστήριξη μια επιχείρησης παραγωγής διακόπτουν την απομόνωσή τους σε επίπεδο εμπορικό. Μπορούν να προσαρμοστούν γρήγορα και απόλυτα στις κινήσεις μιας οικονομίας δεσμευμένης αδιάκοπα στην πορεία της προόδου, που απαιτεί μια δική ανανέωση των υλικών, των μεθόδων πώλησης, των επιφανειών, των υποκαταστημάτων της επιχείρησης όπως και των μεθόδων διαφήμισης, για να αντιμετωπισθεί ο ανταγωνισμός. Ενωμένοι από το κοινό συμφέρον και την ανάγκη σε μια στρατηγική αγοράς, οι μεταπωλητές δικαιούχοι αντλούν ένα αυξανόμενο δυναμισμό και μια νέα δύναμη απ την οργάνωση αυτή. Αποτελούν κρίκους αλυσίδας στον ίδιο βαθμό όπως και η δικαιοπάροχος επιχείρηση που τους πωλεί τα προϊόντα της με τους συμφωνημένους για την εμπορικοποίησή τους όρους.

Με βάση τα παραπάνω το franchising αντιπροσωπεύει την μορφή την πιο σύγχρονη για να ανταποκριθεί στις ανάγκες του εμπορίου.

Το franchising σε γενικές γραμμές εκφράζει τη στενή συνεργασία δύο ανεξαρτήτων επιχειρήσεων από τις οποίες η οποία παραχωρεί με σύμβαση στην άλλη τη χρήση ορισμένων ή όλων των διακριτικών γνωρισμάτων (σήμα, επωνυμία, εμπορικό όνομα, σύμβολα κλπ) της επιχείρησης της καθώς επίσης και όλες τις τεχνικές και εμπορικές μεθόδους και γνώσεις της που συνετέλεσαν στην επιτυχία της, για την πώληση των αγαθών της πρώτη ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές.

Η διεθνής πρακτική έχει καταδείξει ότι η νέα μέθοδος του franchising έχει αναμφίβολα συμβάλλει στη βελτίωση ιδιαίτερα της διανομής αλλά και της παροχής υπηρεσιών στο μέτρο που παρέχει στους δικαιούχους τη δυνατότητα να εγκαθιστούν ένα ομοιόμορφο δίκτυο παραγωγής, διανομής ή και παροχής υπηρεσιών χωρίς να απαιτούνται μεγάλες επενδύσεις πράγμα που ευνοεί την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά και ιδιαίτερα μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, αυξάνοντάς έτσι τον οριζόντιο ανταγωνισμό. Επιτρέπει επίσης σε ανεξάρτητους εμπόρους να ανοίγουν με γρήγορο ρυθμό καταστήματα και με περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας από όσες θα είχαν χωρίς την πείρα και τη βοήθεια του δικαιοπαρόχου του franchising με τη δυνατότητα επίσης να ανταγωνίζονται αποτελεσματικά τις μεγάλες επιχειρήσεις. Όλα αυτά τα παραπάνω πλεονεκτήματα καθώς και η διάσταση που έχει η σύμβαση franchising από τη φύση της να διασπά τα εθνικά σύνορα αποτελούν σοβαρότατο κίνητρο ανάπτυξης της σύγχρονης οικονομίας.

Επειδή όμως οι κανόνες στους οποίους υπακούει το σύστημα franchising δεν έχουν ακόμη αποτελέσει αντικείμενο νομοθετικής ρύθμισης σε καμία ευρωπαϊκή χώρα αλλά μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής η προετοιμασία των ενδιαφερόμενων για μύηση και είσοδο στο σύστημα franchising πρέπει να είναι εξαιρετικά προσεγμένη, λαμβάνοντας υπόψη τόσο τα σχετικά ήθη και τις διάφορες επαγγελματικές κωδικοποιήσεις όσο και τις λύσεις που κατά καιρούς έδωσε η διεθνής δικαστηριακή πρακτική σε προβλήματα σχετιζόμενα με την εφαρμογή του franchising, μέχρι ότου καλυφθεί το σχετικό νομοθετικό κενό. Ευχή έντονη θα μπορούσε να διατυπωθεί για την όσο το δυνατόν με ταχύτερο ρυθμό εφαρμογή του franchising στην Ελλάδα, γεγονός που θα συμβάλλει τα μέγιστα στην τόνωση και στον εκσυγχρονισμό τόσο του εμπορίου όσο και της οικονομίας γενικότερα.

ΕΝΤΑΞΗ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING ΣΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΚΑΙΟΥ

Η σύμβαση franchising

Έγγραφος τύπος - Σημασία για τα συμβαλλόμενα μέρη

Θεωρητικά μια συμφωνία franchising θα μπορούσε να συναφθεί και προφορικά. Στο μέτρο όμως που παρόμοιες συμβάσεις περιλαμβάνουν περιορισμούς του ανταγωνισμού [ρήτρες εδαφικής αποκλειστικότητας (κατανομής) αποκλειστικής προμήθειας ή/και διανομής, ρήτρες που αφορούν περιορισμούς ως προς τη χρήση του franchise καθώς επίσης και ρήτρες που αφορούν άδεια εκμετάλλευσης ευρεσιτεχνίας, τεχνογνωσίας (know-how) διαφύλαξη επιχειρηματικών απορρήτων κλπ], καθίσταται αναγκαία η γραπτή διαμόρφωση των σχετικών συμβάσεων προκειμένου οι τελευταίες να

μπορέσουν να ελεγχθούν από τις αρμόδιες αρχές ανταγωνισμού (εθνικές ή κοινοτικές) ως προς το συμβιβαστό των περιορισμών αυτών με την εκάστοτε ισχύουσα νομοθεσία ανταγωνισμού. Ειδικότερα, στο μέτρο που οι συμβάσεις franchising αποτελούν συμβάσεις μεταφοράς τεχνολογίας κατά την έννοια του άρθρου 21 πρ. 1 του Ν. 1733/87 και προβλέπουν την καταβολή δικαιωμάτων (royalties ή fees Gebühren redevances) επιβάλλεται η γραπτή κατάρτιση της σύμβασης προκειμένου αυτή να υποβληθεί στον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (ΟΒΙ) και να καταχωριστεί στο μητρώο μεταφοράς τεχνολογίας σύμφωνα με το άρθρο 22 του Ν. 1733/87 και προκειμένου να καταστεί δυνατός ο έλεγχος από τις αρμόδιες για έγκριση εξαγωγής συναλλάγματος εθνικές αρχές.

Τέλος η γραπτή κατάρτιση της σύμβασης επιβάλλεται και για λόγους που ανάγονται στην ανάγκη δικαστικού έλεγχου ορισμένων ρητρών βάσει των διατάξεων περί απαγόρευσης κατάχρησης δικαιώματος (ΑΚ 281) ή των διατάξεων περί χρηστών ηθών (κυρίως 178, 179 ΑΚ) συναλλακτικών ηθών (π.χ. ΑΚ 193, 197, 200, 288) κλπ. Ειδικά ως προς το περιεχόμενο της τεχνογνωσίας ο κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 4087/88 στο άρθρο 1 παρ. 3 στοιχ. θ) επιβάλλει τη γραπτή περιγραφή του. Οι συμβάσεις franchising έχουν συνήθως χαρακτήρα τυποποιημένο (συμβάσεις - τύποι). 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 συνηθειών που αποκλίνουν μερικά από το αρχικό συμβατικό πλαίσιο χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι τελευταίες στερούνται ισχύος.

Παράλληλα προς τη σύμβαση franchising συνάπτονται συνήθως και μια σειρά άλλες, συμπληρωματικές συνοδευτικές ή εκτελεστικές συμβάσεις όπως συμβάσεις πώλησης, μίσθωσης, leasing κλπ. ή ακόμη και συμβάσεις με τρίτους που αφορούν σύναψη δανείων ή άλλους τρόπους χρηματοδότησης του δικαιοδόχου προμήθεια προϊόντων και υλικών κλπ.

Η συνήθης δομή της σύμβασης franchising

Η σύμβαση franchising αποτελείται συνήθως από 4 μέρη : α) Προοίμιο β) Υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου γ) υποχρεώσεις του δικαιοδόχου δ) λοιπές διατάξεις.

α. Στο προοίμιο καθορίζονται ο σκοπός και το πλαίσιο της συνεργασίας, υπογραμμίζεται η ανεξαρτησία των συμβαλλομένων μερών και στη συνέχεια περιγράφεται το περιεχόμενο του "πακέτου" που αποτελεί το franchise δηλ. το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν το 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.

β. Στο κεφάλαιο "Υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου" περιγράφεται λεπτομερέστερα η παραχώρηση και ο τρόπος χρήσης του παραχωρουμένου πακέτου franchise και περιλαμβάνονται επίσης διατάξεις που αναφέρονται στην παραχώρηση εδαφικής προστασίας (καθορισμού της "περιοχής της σύμβασης" που συνδέεται με αποκλειστικότητα του εφοδιασμού του δικαιοδόχου στην περιοχή αυτή και την αποφυγή δραστηριοποίησης του δικαιοπαρόχου την εν λόγω περιοχή), στη διαρκή τεχνική υποστήριξη και παροχή συμβουλών στο δικαιοδόχο τόσο ως προς τη διαμόρφωση του καταστήματος, 'όσο και κατά την άσκηση της δραστηριότητας του [χορήγηση βιβλίων με οδηγίες (manuals) σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, την εκπαίδευση και μετεκπαίδευση του δικαιοδόχου ή του προσωπικού του, μέτρα προώθησης των διαφημίσεων και των πωλήσεων τον έγκαιρο εφοδιασμό του με τα προϊόντα της σύμβασης ανταλλακτικά μηχανήματα κλπ.]

γ. Στο κεφάλαιο "Υποχρεώσεις του δικαιοδόχου" καθορίζονται κυρίως:

Η πληρωμή χρηματικών ποσών στον δικαιοπάροχο είτε ως δικαίωμα εισόδου στο δίκτυο (Eintrittsgebühr, entry fee) είτε για τη συμμετοχή στα έξοδα διαφήμισης, οργάνωσης προγραμμάτων εκπαίδευσης κλπ., είτε ως δικαιώματα για την παραχώρηση του franchise ανάλογα με τον κύκλο εργασιών που πραγματοποιεί (Franchise-Gebühr, franchise fee, royalty, redevances), η απαγόρευση ανταγωνισμού, η αποκλειστική προμήθεια από τον δικαιοπάροχο ή από τρίτον συνδεδεμένο με αυτόν, των προϊόντων υλικών, μηχανημάτων κλπ. καθώς και μια σειρά άλλων υποχρεώσεων που αναφέρονται

στον έλεγχο του δικτύου την προστασία της παραχωρούμενης τεχνολογίας και των άλλων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, στις τιμές πώλησης, στις πωλήσεις σε τελικούς χρήστες ή σε άλλα μέρη του δικτύου κλπ.

Ρυθμίζονται επίσης θέματα που αναφέρονται στην επιστροφή προϊόντων, στην παρακράτηση κυριοτης, στην εκκαθάριση των πληρωμών κλπ.

δ. Στο κεφάλαιο "Λοιπές διατάξεις" περιλαμβάνονται συνήθως ρυθμίσεις που αναφέρονται στη διάρκεια της σύμβασης, την παράτασή της, την καταγγελία, την εκκαθάριση μετά τη λήξη της σύμβασης, της συμμετοχή του δικαιοδόχου στο λεγόμενο "Συμβούλιο των δικαιοδόχων", τη διαιτησία, το εφαρμοστέο δίκαιο (όταν οι συμβαλλόμενοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες), το αρμόδιο για την εκδίκαση των διαφόρων δικαστήριο κλπ. Μπορούν επίσης να περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στην αποζημίωση του δικαιοδόχου μετά τη λύση της σύμβασης (με καταγγελία ή άλλο τρόπο) την αγορά από τον δικαιοπάροχο μη πωληθέντων προϊόντων ή ακόμα και του καταστήματος, στους λόγους που δικαιολογούν καταγγελία της σύμβασης πριν από τη λήξη της (παύση πληρωμών, πτώχευση, βλάβη της φήμης του δικτύου κλπ).

Εξέλιξη του Franchising στην Αμερική και Ευρώπη

Οι εργασίες τύπου Franchising εμφανίσθηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής κατά το τέλος του 19ου αιώνα. Τότε οργανώθηκαν και τα πρώτα δίκτυα διανομής Franchising από την εταιρεία ραπτομηχανών Singer και την Coca-Cola το παράδειγμα των οποίων ακολούθησαν οι εταιρείες αυτοκινήτων και οι επιχειρήσεις εμπορίας πετρελαιοειδών.

Αποφασιστική ώθηση στο θεσμό έδωσαν μετά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο, οι συνθήκες που επικράτησαν τότε, δηλαδή η ανάπτυξη της μαζικής παραγωγής σε συνδυασμό με την έλλειψη επαρκών κεφαλαίων για την πραγματοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων.

Σταδιακά το Franchising εξαπλώθηκε σε όλους τους κλάδους του αυτοκινήτου (τεχνική συντήρηση, επισκευές, Service, συμπληρωματικός εξοπλισμός κλπ) και στους κλάδους ξενοδοχείων, μπουτίκ τροφίμων, λογιστικών υπηρεσιών κτλ.

Η εντυπωσιακή εξέλιξη της νέας αυτής μορφής εμπορικής συνεργασίας στις ΗΠΑ αποτυπώνεται ανάγλυφα σε ορισμένα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία. Συγκεκριμένα, στις αρχές του 1992 ο αριθμός των συστημάτων προσέγγιζε τις 4000 ενώ τα σημεία πώλησεως των αντιστοιχών δικτύων ξεπερνούσαν τις 532.000. Ο συνολικός κύκλος εργασιών των δικτύων ανερχόταν σε 758 δισ. \$ δηλαδή πάνω από το ένα τρίτο της συνολικής αξίας των λιανικών πωλήσεων. Το ποσοστό αυτό προβλέπεται ότι στα τέλη του αιώνα θα διαμορφωθεί στα επίπεδα του 50%. Είναι χαρακτηριστικό ότι κάθε μισή ώρα ανοίγει στις ΗΠΑ και κάποιο κατάστημα που λειτουργεί με το σύστημα αυτό.

Στην Ευρώπη ο πρωτοποριακός αυτός θεσμός αντιμετώπιστηκε αρχικά με επιφυλακτικότητα και ο ρυθμός αναπτύξεώς του ήταν συγκρατημένος. Τη δεκαετία, όμως του 80 ο επιχειρηματικός κόσμος της γηραιάς ηπείρου, έχοντας συνειδητοποιήσει τη δυναμική του Franchising και θορυβημένος από την εισβολή στο ευρωπαϊκό χώρο των αμερικανικών κολοσσών (δικαιοπαρόχων) εκδηλώνει αυξημένο ενδιαφέρον για το σύγχρονο αυτό σύστημα εμπορικής συνεργασίας. Σύμφωνα με πρόσφατα στατιστικά στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ενώσεως του κλάδου (European Franchise Association) τα δίκτυα ανέρχονται σε 1877 με 251.000 δικαιοδόχους και συνολικό τζίρο 74 δισ. γερμανικά μάρκα (Γ.Μ.) Την πρώτη θέση κατέχει με μεγάλη διαφορά η Γαλλία και ακολουθούν με κριτήριο κατατάξεων τον αριθμό των δικαιοπαρόχων η Μ. Βρετανία, η Ολλανδία και η Γερμανία.

Τα περιθώρια αναπτύξεως του Franchising στην Ευρώπη είναι τεράστια αφού ο κύκλος εργασιών των δικτύων αντιστοιχεί στο 5-8% του συνόλου των λιανικών πωλήσεων ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις ΗΠΑ είναι πάνω από 30%. Οι ειδικοί συγκλίνουν στην εκτίμηση ότι ο θεσμός αυτός θα αποτελέσει κατά την τρέχουσα δεκαετία το μοχλό επαναστατικών μεταβολών στη φυσιογνωμία του εμπορικού τοπίου και θα είναι η δεσπόζουσα μορφή εμπορικής συνεργασίας κατά τον 21ο αιώνα. Είναι ενδεικτικό ότι η δεκαετία του 90 χαρακτηρίζεται από πολλούς ως δεκαετία του Franchising.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του για το δικαιοπάροχο και το δικαιοδόχο

Δ.Ι. Πλεονεκτήματα για το δικαιοπάροχο

- Δημιουργία αλυσίδας διανομής με περιορισμένο κόστος και χωρίς δέσμευση ιδίων κεφαλαίων.
- Σημαντική βελτίωση της αποδόσεως των ιδίων κεφαλαίων/
- Ενίσχυση της φήμης και του κύρους του δικαιοπαρόχου, χάρη στην ταχεία δημιουργία ενός επώνυμου και εκτεταμένου δικτύου διανομής ή προσφοράς υπηρεσιών.
- Αξιοποίηση της εμπειρίας των δικαιοδόχων και των προτάσεών τους για την ανάπτυξη των πωλήσεων, τη βελτίωση των χρησιμοποιούμενων μεθόδων κτλ.

Δ.2 Πλεονεκτήματα για το δικαιοδόχο

- Εξασφάλιση ενός ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι άλλων νέων ανεξάρτητων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου. Το πλεονέκτημα αυτό συνιστάται στην αξιοποίηση της φήμης του γοήτρου των εμπορικών σημάτων, της τεχνογνωσία κτλ. του δικαιοπαρόχου.
- Παροχή εκ μέρους του δικαιοπαρόχου προς τον ανωτέρω, σε όλη τη διάρκεια της συμβάσεως Franchising, ενεργού υποστηρίξεως και βοήθειας σε μια σειρά ζωτικών για τη λειτουργία μιας επιχειρήσεως τομείς όπως είναι π.χ. η εκπαίδευση του ίδιου του δικαιοδόχου και των στελεχών του, η επιλογή τόπου εγκαταστάσεως, η προμήθεια πρώτων υλών ή ετοιμών προϊόντων, η μεταφορά των εμπορευμάτων, η διοίκηση του προσωπικού, οι λογιστικές διαδικασίες κτλ.
- Ελαχιστοποίηση, ως συνέπεια των παραπάνω δυο πλεονεκτημάτων, του εμπορικού και οικονομικού κινδύνου που αντιμετωπίζει μια νέα επιχείρηση μικρομεσαίου μεγέθους.
- βελτίωση της πιστοληπτικής του ικανότητας λόγω της συμμετοχής του σε ένα γνωστό εμπορικό όμιλο και επομένως εξασφάλιση των απαιτούμενων πιστώσεων με ευνοϊκούς όρους.
- Δυνατότητα προμήθειας εμπορευμάτων σε καλύτερες τιμές, εμπορευμάτων σε καλύτερες τιμές, μέσω των μαζικών αγορών του δικαιοπαρόχου.

Franchising και Τραπεζες

Οι μεγάλες ξένες τράπεζες, ιδιαίτερα οι αμερικάνικες, καναδικές, βρετανικές αλλά και γαλλικές έχουν ήδη εδώ και αρκετά χρόνια διαπιστώσει την ιδιαίτερη σημασία που έχει η συνεργασία τους με τα συστήματα Franchising για την προσέλκυση στις θυρίδες τους ομάδων νέων και επιθυμητών πελατών και την ανάπτυξη των εργασιών. Για το λόγο αυτό έχουν επινοήσει μεθόδους για τη σε συστηματική και οργανωμένη βάση, κάλυψη των αναγκών των δικτύων στα διάφορα τραπεζικά προϊόντα. Συγκεκριμένα οι τράπεζες προχώρησαν στη δημιουργία ομάδων ή τμημάτων Franchising που λειτουργούν σε επίπεδο Διοικήσεως και είναι στελεχωμένες με εξειδικευμένο προσωπικό. Συνήθως υπάγονται στις Διευθύνσεις Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Η λύση αυτή θεωρήθηκε αποτελεσματικότερη από την εναλλακτική αποκεντρωτική αντιμετώπιση, δηλαδή την επιμόρφωση ορισμένων στελεχών των διαφόρων καταστημάτων των τραπεζών και το χειρισμό των θεμάτων συνεργασίας με μονάδες Franchising σε επίπεδο καταστήματος. Είναι φανερό ότι μια τέτοια λύση ούτε την ενιαία αντιμετώπιση των μελών των δικτύων Franchising θα εξασφάλιζε αλλά ούτε και την σε βάθος εξειδίκευση των αρμόδιων στελεχών θα επέτρεπε.

Τα κύρια καθήκοντα των Μονάδων Franchising των τραπεζών είναι :

1. Να καθορίζουν τις κατευθύνσεις της πολιτικής της τράπεζας στον τομέα αυτό και να εκπονούν κατάλληλα χρηματοδοτικά προγράμματα.
2. Να προσφέρουν κάθε δυνατή υποστήριξη στα καταστήματα της τράπεζας για την επίλυση των προβλημάτων που συνδέονται με το αντικείμενο αυτό και να γνωματεύουν για τα σχετικά χρηματοδοτικά αιτήματα.
3. Να παρακολουθούν στενά τις εξελίξεις στον τομέα, να ενημερώνουν για το θεσμό τους πελάτες και

το κοινό με έκδοση ενημερωτικών φυλλαδίων, αρθρογραφία στον ημερήσιο και περιοδικό τύπο, διοργάνωση συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων, και να περιέχουν συμβουλές στους ενδιαφερόμενους. Εδώ, πρέπει, παρενθετικά να σημειωθεί ότι οι τράπεζες δεν εγγυώνται την επιτυχία της συνεργασίας με ένα σύστημα Franchising ούτε αναλαμβάνουν οποιαδήποτε ευθύνη αλλά προσφέρουν σημαντική βοήθεια στους επίδοξους δικαιιοπαρόχους και δικαιοδόχους με την παροχή σ'αυτούς μιας σειράς πληροφοριών και στοιχείων. Για τη σύνταξη μελέτης σκοπιμότητας προκείμενου να ληφθεί η τελική απόφαση παραπέμπουν τους εν λόγω σε εξειδικευμένα Γραφεία Συμβουλών.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ

Μια από τις βασικότερες προϋποθέσεις για την επιτυχή πορεία του Franchising σε μια χώρα είναι αποτελεσματική αντιμετώπιση του χρηματοδοτικού προβλήματος των δικαιοδόχων. Όπως επισημάνθηκε σε πρόσφατο διεθνές συνέδριο που πραγματοποιήθηκε στη χώρα μας, η ανάπτυξη του θεσμού αυτού είναι συνάρτηση του ενδιαφέροντος που επιδεικνύουν οι τράπεζες για την κάλυψη, με τρόπο ολοκληρωμένο και συστηματικό των χρηματοδοτικών αναγκών των δικτύων Franchising. Ας δούμε λοιπόν αναλυτικά, την πρακτική που εφαρμόζουν οι μεγάλες ξένες τράπεζες στο θέμα αυτό.

Ακολουθούμενη διαδικασία

Κύριο στοιχείο της διαδικασίας που εφαρμόζουν πολλές μεγάλες τράπεζες είναι η διαμόρφωση ενός ειδικού προγράμματος Franchising που αναφέρεται σε μια δέσμη χρηματοδοτικών και άλλων υπηρεσιών αποκαλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των αναγκών ενός δικτύου Franchising..

Πριν από την υπογραφή της σχετικής συμφωνίας με τον ενδιαφερόμενο δικαιιοπάροχο αξιολογείται πλήρως και σε βάθος το αντίστοιχο σύστημα με βάση ορισμένα κριτήρια που θα περιγράψουμε παρακάτω. Αυτή η συμφωνία - πλαίσιο περιλαμβάνει τις διάφορες μορφές δανείων και λοιπά προϊόντα που προσφέρονται στα μέλη του δικτύου, το μέσο ύψος των χρηματοδοτικών αναγκών των δικαιοδόχων, τη διαδικασία και τα κριτήρια αξιολογήσεως των αιτημάτων χρηματοδοτήσεώς τους καθώς και τους όρους παροχής των διαφόρων υπηρεσιών, όπως ύψος επιτοκίων και προμηθειών κτλ.

Ο δικαιιοπάροχος ενημερώνει τις μονάδες του δικτύου του και τους υποψήφιους δικαιοδόχους για τους όρους του προγράμματος που έχει καταρτίσει η τράπεζα και τους καθοδηγεί για τον τρόπο που πρέπει να ενεργήσουν ώστε να εκπληρώσουν τις προϋποθέσεις πιστοδοτήσεώς τους που έχει θέσει η αρμοδία μονάδα της τράπεζας. Οι δικαιοδόχοι υποβάλλουν τα χρηματοδοτικά αιτήματά τους μέσω του δικαιιοπαρόχου, αρμόδιο στέλεχος του οποίου ελέγχει κατά πόσον τα αιτήματα αυτά πληρούν τα κριτήρια της τράπεζας και εάν είναι πλήρη και ορθά συμπληρωμένα τα προβλεπόμενα δικαιολογητικά. Ανάλογα με το αποτέλεσμα του ελέγχου ή προωθούνται οι αιτήσεις για λήψη αποφάσεως στα αρμόδια καταστήματα της τράπεζας μέσω του τμήματος Franchising που γνωματεύει σχετικά ή επιστρέφεται ο φάκελος στον αιτούντα με υποδείξεις για τις ενέργειες που πρέπει να προβεί προκείμενου να καλύψει τις προβλεπόμενες προϋποθέσεις. Εδώ θα πρέπει να τονιστεί ότι η τράπεζα δεν έχει από τη συμφωνία-πλαίσιο καμία απολύτως νομική δέσμευση για την έγκριση του χρηματοδοτικού αιτήματος ενός δικαιοδόχου αλλά η ύπαρξη συμφωνίας-πλαισίου και η γραπτή θετική γνώμη του δικαιιοπαρόχου αποτελεί, κατά κάποιο τρόπο, πρόκριμα για την ευνοϊκή κρίση της τράπεζας, εφόσον βέβαια, δεν προκύψουν σοβαρές αντενδείξεις για το συγκεκριμένο δικαιοδόχο.

Η διαδικασία της συμφωνίας-πλαισίου παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα για όλες τις πλευρές, δηλαδή για το δικαιοδόχο, το δικαιιοπάροχο και την τράπεζα. Συγκεκριμένα:

1. Επιλύεται το σοβαρότερο, ίσως, πρόβλημα ενός νέου δικαιοδόχου, δηλαδή η πρόσβασή του στο τραπεζικό σύστημα και η εξασφάλιση επαρκών χρηματοδοτικών πόρων. Ο εν λόγω έχει μια σταθερή βάση για να μπορέσει σε συνεργασία με το δικαιιοπάροχο, να κρίνει κατά πόσον μπορεί να επιτύχει χρηματοδότηση από την τράπεζα.
2. Η τράπεζα αποκτά επαφή με ομάδα επιθυμητών πελατών δηλαδή τα μέλη μιας αλυσίδας Franchising στους οποίους προσφέρει ένα ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών, βελτιώνοντας έτσι σημαντικά το περιθώριο κέρδους. Η συμφωνία- πλαίσιο, δηλαδή, αποτελεί ένα δυναμικό και ευέλικτο όργανο Marketing για μια τράπεζα.
3. Εξασφαλίζεται ενιαία αντιμετώπιση ενός ομίλου Franchising από ολόκληρο το δίκτυο υποκαταστημάτων μιας τράπεζας.

4. Μειώνεται το χρηματοοικονομικό κόστος των δικαιοδόχων, δεδομένου ότι οι όροι (επιτόκια-προμήθειες κλπ) που καθορίζονται με τη σύμβαση-πλαίσιο είναι σαφώς ευνοϊκότεροι σε σύγκριση με εκείνους που θα επιτύγχανε ο δικαιοδόχος μεμονωμένα.
5. Ενισχύεται η ελκυστικότητα του πακέτου Franchise αφού προβλέπει και δυνατότητα επιλύσεως του χρηματοδοτικού προβλήματος του δικαιοδόχου.
6. Παρέχεται, με τη σύναψη της συμφωνίας-πλαισίου στους υποψήφιους δικαιοδόχους, μια σοβαρή ένδειξη για την αξιοπιστία και σοβαρότητα του συστήματος και τη φερεγγυότητα του δικαιοπαρόχου.
7. Απαλλάσσεται η τράπεζα από περιττή απασχόληση για την εξέταση αιτημάτων χρηματοδοτήσεως, που δεν έχουν πιθανότητα εγκρίσεως αφού αυτά έχουν εντοπιστεί, στα πλαίσια του προελέγχου, από το δικαιοπάροχο και δεν προωθούνται.

Οι συμφωνίες franchising παρουσιάζουν μια σειρά από οικονομικά και αγωνιστικά πλεονεκτήματα τόσο για τον δικαιοπάροχο όσο και για τον δικαιοδόχο, που τις καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστικές ως σύγχρονη μορφή εισόδου και επικράτησης στην αγορά, με εξαιρετικά μεγάλες πιθανότητες επιτυχίας.

Παρά ταύτα απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στην κατάρτιση των σχετικών συμβάσεων, ώστε να μην υπάρξει κίνδυνος διατάραξης της συνεργασίας από λόγους που άπτονται της εφαρμογής των κανόνων ανταγωνισμού.

Οι συμβάσεις franchising που συνομολογούνται μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου θα πρέπει να καταρτίζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε αφενός μεν να ανταποκρίνονται στα συμφέροντα των συμβαλλόμενων και αφετέρου να λειτουργούν εντός των νομίμων πλαισίων.

Στις συμφωνίες franchising σε σχέση με τις ισχύουσες διατάξεις περί ανταγωνισμού που αναφέρεται η ανάλυση του Δρα Ηλία Σουφλερού, λέκτορα του Πανεπιστημίου Αθηνών και αντιπροέδρου της Ελληνικής Εταιρείας Δικαιόχρησης και της Εταιρείας Δικαίου του Ανταγωνισμού που παραχώρησε προς τη "N", η οποία έχει ως ακολούθως:

Οι συμφωνίες franchising παρουσιάζουν ενδιαφέρον από άποψη κανόνων ανταγωνισμού τόσο αυτών που απαγορεύουν τις συμπράξεις (άρθρο 85 παρ. 1 Συνθ. ΕΟΚ άρθρο 1 παρ. 1N 703/77), όσο και αυτών που απαγορεύουν την καταχρηστική εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης (άρθρο 2 παρ. ν. 703/77). Αν μάλιστα η επιχείρηση του δικαιοπαρόχου κατέχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά, τότε υπόκειται και σε έλεγχο καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης (άρθρο 76 Συνθ. ΕΟΚ. άρθρο 2 παρ. 1 Ν. 703/77).

Η ιδιαίτερη σημαία αλλά και η δυσκολία αντιμετώπισης των συμφωνιών franchising από άποψη κανόνων ανταγωνισμού έγκειται κυρίως στη μικτή φύση των συμφωνιών franchising.

Ειδικότερα:

Στο μέτρο που το franchising αποτελεί ένα σύστημα "διανομής" με την ευρύτερη έννοια του όρου (προϊόντων ή/και υπηρεσιών) παρουσιάζει την ίδια η παρόμοια προβληματική με αυτή των άλλων συστημάτων διανομής (συμφωνίες αποκλειστικής διανομής ή/και προμήθειας, συμφωνίες επιλεκτικής διανομής).

Στο μέτρο που οι συμφωνίες franchising αφορούν στην εκμετάλλευση μιας δέσμης δικαιωμάτων βιομηχανική ή πνευματικής (και με την ευρεία έννοια διανοητικής) ιδιοκτησίας βρίσκονται σε εγγενή αντίθεση με την ανταγωνιστική έννομη τάξη. Και τούτο επειδή το "νομικό μονοπώλιο" κατασκευής ή διάθεσης στην αγορά και γενικότερα εκμετάλλευσης που προσδίδουν τα δικαιώματα αυτά στους κατόχους τους δεν συμβιβάζεται με την αρχή της χωρίς περιορισμούς του ανταγωνισμού άσκησης οικονομικής δραστηριότητας που διέπει την ανταγωνιστική έννομη τάξη. Επίσης, δεδομένου ότι τα διάφορα δίκτυα franchising ενόψει του πολύ πιο προχωρημένου, σε σχέση με αλλά δίκτυα διανομής, βαθμού ένταξη της επιχείρησης του δικαιοδόχου στο δίκτυο και της ολοκληρωματικής προσαρμογής της στις ιδιαίτερες απαιτήσεις του, αποτελούν κατεξοχή πρόσφορα "φυτώρια" δημιουργίας σχέσεων οικονομικής εξάρτησης, είναι φυσικό η συμπεριφορά του δικαιοπαρόχου να υπόκειται στην απαγόρευση

της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης βάσει της νέας διάταξης του άρθρου 2 παρ. 2 Ν. 705/77.

Σύντομη εξέταση των επιμέρους συνηθων επίμαχων ρητρών των συμβάσεων franchising υπό το πρίσμα των διατάξεων που απαγορεύουν τις συμπράξεις.

Οι ρήτρες αυτές εξετάζονται υπό το πρίσμα τόσο του άρθρου 85 Συνθ. ΕΟΚ και ειδικότερα του κοινοτικού κανονισμού (ΕΟΚ) αριθμ 408/88 περί ομαδικής απαλλαγής (εξαίρεσης) ορισμένων κατηγοριών συμφωνιών franchising βάσει του άρθρου 85 παρ. 3 Συνθ. ΕΟΚ όσο και υπό το πρίσμα του άρθρου 1 του Ν. 703/77.

Πρέπει να σημειωθεί ότι στην ελληνική νομοθεσία δεν έχει εισαχθεί ακόμη ομαδική απαλλαγή για τις συμφωνίες franchising παρά τη σχετική νομοθετική πρόβλεψη (άρθρο 8α παρ. 2 του 703/77 όπως ισχύει).

Θα πρέπει ωστόσο να αναμένεται, ότι οι ελληνικές αρχές ανταγωνισμού κατά την εξέταση βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77 των συμφωνιών franchising που δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του κανονισμού, επειδή δεν επηρεάζουν αισθητά, ούτε ατομικά ούτε συνολικά, βάσει της αρχής του σωρευτικού αποτελέσματος, το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, θα ακολουθήσουν κατά βάση τις αρχές που περιέχονται στον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 4087/88.

Οι κυριότερες από τις επίμαχες ρήτρες είναι οι ακόλουθες.

Ρήτρες εδαφικής προστασίας.

Πρόκειται για ρήτρες που προστατεύουν το δικαιούχο από τον ενεργητικό ανταγωνισμό του δικαιοπαρόχου ή άλλων δικαιούχων στην παραχωρημένη περιοχή χωρίς όμως να εμποδίζουν τις λεγόμενες "παράλληλες εισαγωγές" δηλ. την πώληση στην παραχωρημένη περιοχή από τρίτους μεταπωλητές που τα αγοράζουν εκτός της παραχωρημένης περιοχής. και μπορεί να τύχουν εξαίρεσης βάσει του άρθρου παρ. 3 του Ν.

Οι ρήτρες αυτές θεωρούνται καταρχήν ως περιοριστικές του ανταγωνισμού απαλλάσσονται όμως βάσει του κοινοτικού κανονισμού αριθ, 4087/88 και μπορεί να τύχουν εξαίρεσης βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77.

Καθορισμός τιμών.

Ο καθορισμός τιμών, είτε οριζόντιος, είτε κάθετος (δηλ. επιβολή χωρίς δυνατότητα εξαίρεσης). Επιτρέπονται πάντως ειδικά για τις συμφωνίες franchising οι συνιστώμενες τιμές εφόσον δεν οδηγούν σε εναρμονισμένη πρακτική για την πραγματική εφαρμογή τους στην πράξη ισχύει βασικά ό,τι και στα συστήματα επιλεκτικής διανομής.

Ρήτρες αποκλειστικότητας

Οι ρήτρες αυτές αντιμετωπίζονται κατά βάση ως εξής:

Όσον αφορά στα λεγόμενα "προϊόντα του δικαιοπαρόχου", δηλ. προϊόντα που παράγονται από τον ίδιο ή από τρίτους αλλά σύμφωνα με τις οδηγίες του, μπορεί να επιβληθεί στο δικαιούχο η υποχρέωση να μη κατασκευάζει ή πωλεί ανταγωνιστικά προϊόντα με εξαίρεση τα ανταλλακτικά και εξαρτήματα. Πάντως ο δικαιούχος πρέπει να είναι ελεύθερος να προμηθεύεται τα προϊόντα αυτά από άλλους δικαιούχους ή σε περίπτωση που τα προϊόντα αυτά διατίθενται επίσης μέσω άλλου δικτύου εξουσιοδοτημένων διανομέων, και από αυτούς. Διασφαλίζεται έτσι η δυνατότητα παράλληλων εισαγωγών που αποτελεί πρωταρχική μέριμνα της πολιτικής ανταγωνισμού.

Για τα "άλλα προϊόντα" πλην αυτών του δικαιοπαρόχου, όπως και για τα ανταλλακτικά και εξαρτήματα, επιτρέπεται μόνο ο καθορισμός ελάχιστων αντικειμενικών ποιοτικών προδιαγραφών και μόνο όπου αυτά δεν είναι πρακτικά δυνατό επιτρέπεται η επιβολή υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας από

προμηθευτή ή προμηθευτές της επιλογής του δικαιιοπαρόχου.

Απαγόρευση ανταγωνισμού

Η ρήτρα που απαγορεύει στο δικαιιοδόχο να ανοίξει κατάσταση με το ίδιο ή παρόμοιο αντικείμενο σε περιοχή όπου θα μπορούσε να έλθει σε ανταγωνισμό με το δικαιιοπάροχο ή άλλο μέλος του δικτύου δεν θεωρείται περιοριστική του ανταγωνισμού.

Η απαγόρευση αυτή μπορεί να επιβάλλεται τόσο για τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης όσο και για εύλογο χρόνο μετά τη λήξη της.

Στα πλαίσια του κοινοτικού κανονισμού αρ. 4087/88 ο εύλογος χρόνος δεν πρέπει να υπερβαίνει το ένα έτος .

Στα πλαίσια όμως του Ν. 703/77 μπορεί να γίνει δεκτός και μεγαλύτερος χρόνος εφόσον η Επιτροπή Ανταγωνισμού πεισθεί ότι κάτι τέτοιο δικαιολογείται απο τις ιδιαιτερότητες της συγκεκριμένης περίπτωσης.

Η ρήτρα που απαγορεύει το δικαιιοδόχο να αποκτά οικονομικά συμφέροντα (συμμετοχή) στο κεφάλαιο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που μπορούν να δώσουν την δυνατότητα να επηρεάσει την ανταγωνιστική συμπεριφορά τους, δεν θεωρείται περιοριστική του ανταγωνισμού. Η απαγόρευση αναφέρεται συνήθως σε ποσοστό συμμετοχής πάνω από 5%.

Ρήτρα καταστήματος

Η ρήτρα που υποχρεώνει το δικαιιοδόχο να εκμεταλλεύεται το franchise μόνο με βάση τους καθορισμένους την σύμβαση χώρους θεωρείται κατ'αρχήν ως περιοριστική του ανταγωνισμού απαλλάσσεται όμως βάσει του κοινοτικού κανονισμού αριθ., 4087/88 και μπορεί να τύχει εξαίρεσης βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77.

Ρήτρες που αφορούν τους τελικούς χρήστες (πελάτες)

Η ρήτρα που απαγορεύει τις ενεργητικές πωλήσεις του δικαιιοδόχου εκτός παραχωρημένης περιοχής θεωρείται κατ'αρχήν περιοριστική του ανταγωνισμού απαλλάσσεται όμως βάσει του κοινοτικού κανονισμού αριθ. 4087/88 και μπορεί να τύχει εξαίρεσης βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77.

Αντίθετα η παθητική εξυπηρέτηση πελατών που προέρχονται από άλλες περιοχές και απευθύνονται στο δικαιιοδόχο δεν μπορεί να του απαγορευτεί.

Το ίδιο ισχύει και για την παρεμπόδιση των τελικών χρηστών λόγω του τόπου διαμονής τους αν προμηθεύονται τα προϊόντα από άλλη περιοχή.

Ρήτρα που υποχρεώνει το κύριο δικαιιοδόχο (master franchise) να μη συνάπτει συμφωνίες franchising με δικαιιοδόχους εκτός της περιοχής δικαιοδοσίας του.

Θεωρείται κατ'αρχήν περιοριστική του ανταγωνισμού απαλλάσσεται όμως βάσει του κοινοτικού κανονισμού αριθ. 4087/88 και μπορεί να τύχει εξαίρεσης βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 του Ν. 703/77.

Ο λόγος της απαλλαγής συνίσταται στο να υποχρεωθεί ο κύριος δικαιιοδόχος να συγκεντρώσει τις προσπάθειες του στην ανάπτυξη του δικτύου franchising στην περιοχή αυτή εξασφαλίζοντας στον δικαιιοπάροχο την πρόσβαση στην σχετική αγορά.

Περιορισμοί που επιβάλλονται στη δικαιιοδόχο και σχετίζονται με την προστασία της τεχνογνωσίας και των άλλων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

Τέτοιες ρήτρες αφορούν στη μη κοινοποίηση σε τρίτους της τεχνογνωσίας (know-how) στη μη

χρησιμοποίηση της για σκοπούς άλλους πλν της εκμετάλλευσης του franchise στην κοινοποίηση στο δικαιοπάροχο της πείρας που απέκτησε ο δικαιοδόχος κατά την εκμετάλλευση του franchise και την παραχώρηση στο δικαιοπάροχο και σε άλλους δικαιοδόχους, μη αποκλειστικής άδειας εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας που προέκυψε από την πείρα αυτή (grant back clause), στην ενημέρωση του δικαιοπαρόχου σχετικά με τις παραβιάσεις των παραχωρηθέντων δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, στην ανάληψη διακριτικών ενεργειών εναντίον των παραβατών ή την παρέμβαση υπέρ του δικαιοπαρόχου σε οποιαδήποτε δικαστική ενέργεια εναντίον των παραβατών χωρίς όμως να εμποδίζεται ο ίδιος ο δικαιοδόχος να αμφισβητήσει την εγκυρότητα των δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας που αποτελούν μέρος του franchise κλπ.

Οι παραπάνω ρήτρες δεν θεωρούνται περιοριστικές του ανταγωνισμού.

Ρήτρες που σχετίζονται με τη διατήρηση της φήμης και ταυτότητας και τον έλεγχο του δικτύου.

Οι ρήτρες αυτές αφορούν στην τήρηση ελάχιστων ποιοτικών προδιαγραφών στην προώθηση των πωλήσεων στη διάθεση ελάχιστης σειράς προϊόντων στην πραγματοποίηση ενός ελαχίστου κύκλου εργασιών στη διατήρηση ελάχιστων αποθεμάτων, στην εξυπηρέτηση των πελατών μετά την πώληση την παροχή εγγυήσεων στην καταβολή ποσοστού επί των εσόδων για διαφημιστικούς σκοπούς και στην επιβολή ελαχίστου ορίου διαφημιστικών δαπανών στην πραγματοποίηση διαφημίσεων της έγκρισης του δικαιοπαρόχου, στην παρακολούθηση των μαθημάτων επαγγελματικής κατάρτισης στη συμμόρφωση προς τις μεθόδους και τα πρότυπα που έχει επινοήσει και ορίσει ο δικαιοπάροχος στη διευκόλυνση των ελέγχων στη μη μεταφορά του καταστήματος στη μη μεταβίβαση της συμβτικής σχέσης κλπ.

Οι παραπάνω ρήτρες δεν θεωρούνται περιοριστικές του ανταγωνισμού.

Πρέπει εδώ να επισημανθεί η διαφορετική (πιο ευνοϊκή) αντιμετώπιση ορισμένων από τις παραπάνω ρήτρες στα πλαίσια των συμβάσεων franchising σε σχέση με την αντιμετώπισή τους στα πλαίσια των συμφωνιών επιλεκτικής διανομής. Στις τελευταίες απαγορεύεται η εφαρμογή καθαρά ποσοτικών κριτηρίων, όπως η διάθεση ελάχιστης σειράς προϊόντων η πραγματοποίηση ενός ελαχίστου κύκλου εργασιών η διατήρηση ελάχιστων αποθεμάτων η διάθεση ελαχίστου χώρου για την παρουσίαση των προϊόντων κλπ. στο μέτρο που στα κριτήρια αυτά δεν ενυπάρχει ή δεν υπερέχει ο ποιοτικός χαρακτήρας. Επίσης απαγορεύεται η επιβολή ελαχίστου ορίου διαφημιστικών δαπανών στους μεταπωλητές.

Ο λόγος της απαγόρευσης επιβολής των παραπάνω υποχρεώσεων πρέπει να αναζητηθεί στο ότι αυτές έχουν επιπτώσεις στη διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων, τα οποία δικαιούται να πωλεί ο επιλεκτικός διανομέας.

Αντίθετα στις συμβασεις franchising λόγω του ότι ο δικαιοδόχος δεν δικαιούταν να διαθέτει ανταγωνιστικά προϊόντα (υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας - απαγόρευση ανταγωνισμού) δεν υπάρχει εξ ορισμού κίνδυνος αρνητικών επιπτώσεων στη διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων, με συνέπεια οι εν λόγω ρήτρες να μην θεωρούνται περιοριστικές του ανταγωνισμού.

Άλλες ρήτρες

Άλλες ρήτρες που δεν ανήκουν σ'αυτές που απαλλάσσονται βάσει του κοινοτικού κανονισμού ή που δεν θεωρείται ότι εμπίπτουν στην απαγόρευση του άρθρου 85 παρ. 1 Συνθ. ΕΟΚ ή του άρθρου 1 παρ 1 του Ν. 703/77 ούτε όμως σ'αυτές που απαγορεύονται ρητά βάσει του άρθρου 5 του κοινοτικού κανονισμού αριθ. 4087/88 (ανήκουν δηλ. στη λεγόμενη "γκρίζα" περιοχή) μπορούν να τύχουν απαλλαγής στα πλαίσια της διαδικασίας εναντίωσης που προβλέπεται στο άρθρο 6 του κανονισμού. Στα πλαίσια του Ν. 703/77 μπορούν επίσης να τύχουν εξαιρέσης βάσει του άρθρου 1 παρ. 3 εφόσον υπάρξει ειδική και πειστική δικαιολόγηση της αναγκαιότητάς τους και γενικότερα της συνδρομής των προϋποθέσεων εφαρμογής της εν λόγω διάταξης.

Με αλλά λόγια η απαρίθμηση των επιτρεπόμενων η επιδεικτικών απαλλαγής και των απαγορευμένων ρητρών που περιέχει ο κανονισμός δεν είναι εξαντλητική αλλά περιλαμβάνει τις πλέον χαρακτηριστικές περιπτώσεις.

Χαρακτηριστικές περιπτώσεις καταχρηστικής εκμετάλλευσης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης (άρθρο 2 παρ. 2 ν. 703/77) στα πλαίσια των δικτύων franchising.**Διακριτική μεταχείριση δικαιοδόχων. Άρνηση πώλησης.**

Μέχρι την έκδοση του Ν. 2000/91 η διακριτική μεταχείριση δεν απαγορευόταν εκτός αν εφαρμοζόταν από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση (άρθρο 2 παρ. 1 περιπτω. γ) ή όταν αποτέλεσα σύμπραξη (άρθρο 1 παρ. 1 περιπτω. δ). Μετά την έκδοση του Ν. 2000/91 εισήχθηκε στο άρθρο 2 ειδική διάταξη που απαγορεύει την καταχρηστική εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης. Δεδομένου ότι η σχέση δικαιοπαρόχου - δικαιοδόχου μπορεί να θεωρηθεί ως μια τέτοια σχέση οικονομική εξάρτησης λόγω της ύπαρξης των υποχρεώσεων αποκλειστικότητας, η διακριτική μεταχείριση των δικαιοδόχων εκ μέρους του δικαιοπαρόχου μπορεί πλέον να απαγορεύεται ακόμα και αν ο τελευταίος δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά.

Ανάλογα ισχύουν και για την άρνηση πώλησης εκ μέρους του δικαιοπαρόχου στους δικαιοδόχους.

Αιφνίδια και αδικαιολόγητη λύση της σύμβασης εκ μέρους του δικαιοπαρόχου.

Σύμφωνα με την νέα διάταξη του άρθρου 2 παρ. 2 του Ν. 703/77 η αιφνίδια και αδικαιολόγητη διακοπή μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων με επιχείρηση που βρίσκεται σε σχέση οικονομικής εξάρτησης (επέχει δηλ. θέση πελάτη ή προμηθευτή και δεν διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση) συνιστά περίπτωση καταχρηστικής εκμετάλλευσης της σχέσης αυτής και απαγορεύεται. Πάντως στην περίπτωση αυτή χρειάζεται προσεκτική στάθμιση συμφερόντων.

Αν ανακύψει μια τέτοια περίπτωση στα πλαίσια μιας σύμβασης franchising τότε η σχετική διένεξη μπορεί να λυθεί εφόσον ο δικαιοπάροχος δεν επιθυμεί τη συνέχιση της σύμβασης με την καταβολή αποζημίωσης εκ μέρους του τελευταίου στον δικαιοδόχο.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής η τεράστια, πράγματι, εξάπλωση του franchising οφείλεται στη βαρύτητα που δίδουν στην προκαταρκτική της υπογραφής της συμφωνίας σωστή πληροφόρηση και επιμόρφωση του υποψήφιου δικαιοδόχου, γεγονός που θεωρείται το κλειδί της επιτυχίας του θεσμού.

Ο αμερικάνικος νόμος, το μεγαλύτερο μέρος του αφιερώνει στην προστασία του υποψήφιου δικαιοδόχου ενός franchising. Στο franchising ο κύριος κίνδυνος αντιμετωπίζεται στις περιπτώσεις όπου ορισμένοι ανεύθυνοι και αναρμόδιοι άνθρωποι πιστεύουν ότι έχουν μια καλή ιδέα, την δοκιμάζουν, για τον ελάχιστο χρόνο του ενός ή δυο μηνών και αμέσως μετά την πωλούν με τη μορφή του franchising αντί υπέρογκων ποσών με το σύστημα του δικαιώματος εισόδου.

Ακριβώς στο σημείο αυτό ο αμερικάνικος νόμος είναι νόμος προληπτικός υποχρεώνει από την πρώτη συνάντηση, το δικαιοπάροχο να αποκαλύψει όλες εκείνες τις πληροφορίες που θα επιτρέψουν στον υποψήφιο δικαιοδόχο να ασκήσει το δικαίωμα επιλογής του τελείως ελευθέρως και με πλήρη συνείδηση της αιτίας.

Οι πληροφορίες αναφέρονται στη φύση της επιχείρησης στους όρους, αυτής και διατυπώνονται σε γραπτό κείμενο (basic disclosure document). Και συμπληρωματικές πληροφορίες οικονομικής φύσης είναι δυνατόν να παρασχεθούν διατυπωμένες μέσα στο λεγόμενο οικονομικό φάκελο (earning claim document). Επίσης απαραίτητα παρέχονται στον υποψήφιο και υποδείγματα της σύμβασης που πρόκειται να υπογράψει, όλα δε αυτά μέσα σε, από το νόμο, ταγμένες προθεσμίες,.

Σε περίπτωση παραβίασης αυτών των υποχρεώσεων, η ειδική Ομοσπονδία Επιτροπής Εμπορίου (FTC: Federal Trade Commission) μπορεί να εγείρει αγωγή εναντίον των παραβατών-δικαιοπαρόχων, όπου δυνατόν να επισύρει ποινή και μέχρι 10.000 δολάρια για κάθε παράβαση.

Επίσης η Επιτροπή έχει δικαίωμα να εγείρει αγωγή αποζημίωσης, στα Ομοσπονδιακά Δικαστήρια ή σε οποιοδήποτε άλλο δικαστήριο χάριν του δικαιοδόχου.

Ένας τέτοιος νόμος θα πρέπει να επηρεάσει και τις μελλοντικές κωδικοποιήσεις στην Ευρώπη. Κατά το ελληνικό δίκαιο, η μόνη προστασία που παρέχεται στον υποψήφιο δικαιοδόχο είναι των άρθρων 197-198 ΑΚ σχετικά με την προσυμβατική ευθύνη.

Ως προς την σύναψη αυτή καθεαυτή της σύμβασης franchising ίσως δεν έχει κανείς να προσθέσει κάτι το ιδιαίτερο, δεδομένου ότι με γνώμονα πάντα το θεμελιώδες δόγμα της αυτονομίας της βούλησης, της οικονομικής ελευθερίας, όπως αυτή εκφράζεται μέσω της συμβατικής ελευθερίας τα μέρη μπορούν καταρχήν ελεύθερα να καταρτίσουν τη σύμβαση και ως προς την επιλογή των προσώπων και ως προς τη διαμόρφωση του περιεχομένου.

Από την πλευρά του υποψήφιου δικαιούχου, ο οποίος είτε αναζητεί την προσχώρηση του σ'ένα δίκτυο για να αγωνισθεί εναντίον στον ολοένα αυξανόμενο ανταγωνισμό είτε πρόκειται να επενδύσει κεφάλαιο με περιορισμένους κινδύνους λόγω της παρουσίας του δικαιοπαρόχου, είναι προς το συμφέρον του να προσχωρήσει σ'ένα πραγματικό franchising. Γι'αυτό και ο ομοσπονδιακός νόμος των Ηνωμένων Πολιτειών θεσπίζει, όπως είδαμε, ως πρωταρχική υποχρέωση του κάθε δικαιοπαρόχου, την υποχρέωση να παρέχει πολυποίκιλες πληροφορίες στον ενδιαφερόμενο υποψήφιο. Και τα πιο σοβαρά σημεία για τα οποία αδιαμφισβήτητα ο υποψήφιος δικαιούται να ζητήσει σαφείς πληροφορίες είναι τα εξής:

1. Η φήμη του σήματος
2. Η σπουδαιότητα του δικτύου συμφωνιών franchising
3. Η ποιότητα του παρεχόμενου προϊόντος ή της υπηρεσίας, το σύνολο εισπράξεων που πραγματοποιείται από τα διάφορα σημεία πώλησης, η αποδοτικότητα.
4. Η τεχνογνωσία.
5. Η διαφήμιση, η σημασία της, και οι σχετικές δαπάνες.
6. Οι άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται κατά τη διάρκεια εκτέλεσης της σύμβασης, η αδιάκοπη βοήθεια που θα παρέχεται στο δικαιούχο.
7. Τα έξοδα, οι περιοδικές παροχές.

Επειδή, συνήθως ο υποψήφιος δικαιούχος αγνοεί τελείως το σύστημα στο οποίο πρόκειται να προσχωρήσει η πρακτική πολλές φορές προκειμένου να καταστήσει δυνατή την εξοικείωση του υποψηφίου με το δίκτυο στο οποίο ενδέχεται να προσχωρήσει καθιέρωσε τη σύναψη προπαρασκευαστικών συμβάσεων του franchising που θα του επιτρέψουν χωρίς να τον δεσμεύουν οριστικά να δοκιμάσει την αξία του όλου συστήματος. Επειδή όμως ο υποψήφιος θα έχει πρόσβαση σε πληροφορίες μεθόδους τεχνογνωσία και σε διάφορα άλλα εμπορικά απόρρητα,, προκειμένου να αποφευχθεί κάποιος αθέμιτος ανταγωνισμός σε περίπτωση που τελικά δεν συναφθεί η σύμβαση, ορισμένοι κανόνες οφείλουν να διαφυλάξουν το απόρρητο της τεχνογνωσίας και όλων των μεθόδων τόσο για την περίπτωση ματαίωσης της σύναψης της σύμβασης όσο και κατά τη διάρκεια αυτής αλλά ακόμη και μετά τη λύση της.

Αλλά και ο δικαιοπάροχος ενός franchising οφείλει με προσοχή να επιλέγει τους συνεργάτες του δικαιούχους, λαμβάνοντας κυρίως υπόψη τις προσωπικές τους ικανότητες καθώς και τα απαραίτητα μέσα που διαθέτουν για να συμβάλλουν στην επιτυχία της όλης επιχείρησης. Και ο δικαιοπάροχος δικαιούται επομένως να λαμβάνει πληροφορίες για το πρόσωπο του μελλοντικού συνεργάτη του , ο οποίος κατ' ανάγκη θα παίξει τον ρόλο ενός πραγματικού πρεσβευτή του σήματος του προϊόντος και των μεθόδων του δικαιοπαρόχου.

Αν επομένως ο δικαιοπάροχος αφού εξετάσει τον φάκελο του υποψηφίου δεν είναι βέβαιος γι'αυτόν και τις ικανότητές του, δεν μπορεί παρά να απορρίψει την υποψηφιότητα.