

# Kto daje, może nieco więcej

**PRAWO** Franczyzobiorcy powinni uważnie czytać, co podpisują



Wojciech Chmielarz

w.chmielarz@pb.pl ☎ 022-333-99-35

**Kto godzi się na franczyzę, musi przede wszystkim zwrócić uwagę na precyzyjne opisanie swoich praw i obowiązków.**

Liczba nowych systemów franczyzowych i agencyjnych wzrosła w rok o 21,5 proc. — wynika z raportu firmy Profit system. Co ważniejsze, franczyza nie wymaga wielkich nakładów finansowych. Na polskim rynku działa ponad 70 systemów o kwocie inwestycji początkowej nieprzekraczającej 50 tys. zł. Połowa franczyzobiorców za inwestowała do 110 tys. zł.

## Wielość aktów

Zanim przedsiębiorca zdecyduje się na wejście we franczyzę, powinien zorientować się, jak sprawa wygląda od strony prawnej. Franchising należy do tzw. umów nienazwanych, czyli takich, które nie mają ustawowej definicji.

— Nie oznacza to, że franczyza w ogóle nie podlega regulacji prawnej. Aktem, który bezpośrednio odnosi się do niej, jest rozporządzenie Rady Ministrów z 17 grudnia 2007 r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję. Innymi aktami prawnymi, które stosuje się bezpośrednio do takich umów są: kodeks cywilny, prawo własności przemysłowej, ustawa o ochronie konkurencji i konsumenta, ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji czy prawo autorskie — informuje Karina Korczyńska, specjalista ds. franczyzy z Profit system.

Wymienione akty prawne regulują m.in. kwestie związane z rejestracją oraz udziela-

niem licencji na korzystanie ze znaków towarowych.

Najważniejszym dokumentem regulującym stosunki franczyzodawcy z franczyzobiorcą jest umowa franczyzowa. Powinna określać następujące kwestie: okres obowiązywania, zasady korzystania z udostępnianej własności intelektualnej, wysokość i sposoby płatności opłat franczyzowych, wskazanie terenu działania franczyzobiorcy, prawa i obowiązku franczyzobiorcy oraz zakres wsparcia dla niego, szkolenia, zakres i metody kontroli, poufność informacji, warunki, na jakich możliwe będzie przeniesienie praw i obowiązków wynikających z umowy, warunki rozwiązania umowy, procedurę rozstrzygnięcia sporów.

— Jak z tego widać, umowa franczyzowa jest rozbudowanym dokumentem, który nakłada na franczyzobiorcę więcej obowiązków niż na franczyzodawcę. Nie powinno to jednak dziwić, ponieważ ten drugi udostępnia swoją markę oraz koncepcję działalności i musi zadbać, aby były one wykorzystywane w właściwy sposób. Dlatego właśnie dobrze skonstruowana umowa zawsze będzie stawiać franczyzodawcę w uprzywilejowanej pozycji względem franczyzobiorców — tłumaczy Andrzej Krawczyk, partner zarządzający w Akademii Rozwoju Systemów Sieciowych.

## Czas i miejsce

Na jakie kwestie szczególnie powinni zwrócić uwagę franczyzobiorcy? Przede wszystkim na precyzyjne opisanie swoich praw i obowiązków. Wśród praw należy wymienić dostęp do znaków towarowych, know-how oraz szkoleń, a także dostarczenie towarów lub półproduktów potrzebnych do świadczenia usług. Poza tym bardzo ważne są trzy elementy umowy: czas, miejsce i pieniądze. Czas to oczywiście okres trwania umowy.

— Franczyzobiorca powinien zadbać, aby okres obowiązywania umowy był na tyle długi, aby umożliwił mu przynajmniej odzyskanie zainwestowanych pieniędzy. Z tego powodu nie są dla nich korzystne umowy zawierane na czas nieokreślony z dwucyfrą z nawet trzymiesięcznym okresem wypowiedzenia, ponieważ nie dają im one pewności uzyskania zwrotu z poniesionych inwestycji — mówi Andrzej Krawczyk.

Zwykle takie umowy zawierają się na co najmniej 5 lat.

Miejsce to teren, na którym ma działać franczyzobiorca. Franczyzodawcy zwykle przyznają im tzw. wyłączność terytorialną na określonym obszarze, w którym zobowiązują się nie otwierać innych punktów własnych. Ostatnie są w końcu pieniądze.

— Zwykle spotykamy trzy rodzaje opłat: wstępną, bieżącą oraz marketingową. Poza tymi opłatami, których wysokości są różne w różnych systemach, franczyzobiorca musi pokryć koszt wyremontowania oraz urządzenia punktu i zaopatrzenia go w towar — mówi Karina Korczyńska.

Oplata wstępna powinna wynosić około 10 proc. inwestycji, a opłaty bieżące około 5 proc. obrotu franczyzobiorcy. Nie są to jednak sztywne reguły.

## Tajemnica służbowa

Z kolei franczyzodawca powinien dbać o to, aby jego wiedza była jak najlepiej chroniona przed dostaniem się w niepowołanie ręce.

— Znane są przypadki, gdy franczyzodawcy ponieśli wymierne straty w wyniku nielojalności franczyzobiorców, którzy przekazali konkurencji poufne dane o systemie. Z tego samego względu franczyzodawca powinien zadbać, aby franczyzobiorcy nie prowadzili działalności konkurencyjnej — ostrzega Andrzej Krawczyk.

**► Zgodnie z prawem:** — Do franczyzy bezpośrednio odnosi się rozporządzenie Rady Ministrów z 17 grudnia 2007 r. w sprawie wyłączenia określonych porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję — informuje Karina Korczyńska, specjalista ds. franczyzy z Profit system. [FOT. MAREK WIŚNIEWSKI]