

ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ Ν.Ο.Π.Ε., ΤΜΗΜΑ ΝΟΜΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ της
Ζέρβα Μαρίας του Ευστρατίου

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΔΙΚΑΙΟΠΡΑΞΙΕΣ

**«ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ
ΣΤΗ ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING»**

**Υπεύθ. Καθηγήτριες: Χατζηνικολάου – Αγγελίδου Ουρ.
Κορδή – Αντωνοπούλου Σταμ.**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2008

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
§1. Η ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING (ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ Η' ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ).....	1
I. Έννοια.....	1
II. Μορφές Franchising.....	2
A. Κριτήριο της ασκούμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	2
1. Franchising διανομής.....	2
2. Franchising υπηρεσιών.....	3
3. Franchising παραγωγής.....	4
4. Μεικτό Franchising.....	5
B. Ο βαθμός του ελέγχου που ασκεί ο δότης στους λήπτες του δικτύου Franchising ως κριτήριο.....	5
1. Franchising υπαγωγής.....	5
2. Franchising ισοτιμίας ή ισότιμης συνεργασίας.....	6
III. Νομική φύση.....	7
A. Μεικτή σύμβαση.....	7
B. Σύμβαση διαρκής.....	8
§2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ.....	9
I. Το προσυμβατικό στάδιο. Η υποχρέωση αποκάλυψης.....	9
II. Οι κύριες υποχρεώσεις των μερών.....	13
A. Οι κύριες υποχρεώσεις του δότη.....	14
1. Η παραχώρηση στον λήπτη της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising.....	14
i) παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος.....	15
ii) παραχώρηση άδειας χρήσης διακριτικού τίτλου.....	17
iii) παραχώρηση άδειας χρήσης άλλων διακριτικών γνωρισμάτων.....	18
iv) παραχώρηση άδειας χρήσης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.....	20
v) παραχώρηση άδειας χρήσης τεχνογνωσίας.....	21
2. Η ένταξη του λήπτη στο σύστημα Franchising του δότη.....	22
3. Η συνεχής υποστήριξη του λήπτη κατά τη διάρκεια παραμονής του στο δίκτυο Franchising.....	23
4. Ο εφοδιασμός του λήπτη με εμπορεύματα.....	23
5. Ο προσδιορισμός της γεωγραφικής περιοχής του λήπτη.....	23
6. Η υποχρέωση πίστης.....	24
7. Ο σεβασμός στην αρχή της ίσης μεταχείρισης.....	24
8. Η τιμολογιακή πολιτική.....	25
B. Οι κύριες υποχρεώσεις του λήπτη.....	26
1. Η καταβολή δικαιωμάτων στον δότη.....	26

i) το Δικαίωμα Εισόδου (Entry Fee).....	26
ii) τα Διαρκή Δικαιώματα (Royalties).....	28
iii) η εισφορά για την εθνική διαφήμιση (Advertising Contribution).....	29
2. Η ενεργός προώθηση των πωλήσεων των συμβατικών προϊόντων ή υπηρεσιών.....	29
3. Η συμμόρφωση του λήπτη στις οργανωτικές αρχές του συστήματος Franchising.....	30
4. Η υποχρέωση πίστης.....	31
i) η συμμόρφωση του λήπτη στον τρόπο διεξαγωγής των πωλήσεων του δότη.....	31
ii) η αυστηρή τήρηση από τον λήπτη των οδηγιών του δότη για τη διαμόρφωση του καταστήματός του.....	31
iii) η επιβαλλόμενη στον λήπτη απαγόρευση ανταγωνισμού.....	32
iv) η μη κοινοποίηση από τον λήπτη σε τρίτους της τεχνογνωσίας και των επαγγελματικών απορρήτων του δότη...	33
5. Η αναγνώριση του δικαιώματος του δότη να προβαίνει στην εφαρμογή νέων μεθόδων στο σύστημα Franchising.....	34
6. Η εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising μόνο μέσα από το κατάστημα του λήπτη.....	34
7. Η μη αλλαγή του καταστήματος του λήπτη χωρίς την έγκριση του δότη.....	35
8. Η διατήρηση του καταστήματος του λήπτη σε άριστη κατάσταση.	35
9. Η ασφάλιση του καταστήματος του λήπτη.....	36
10. Η μη διενέργεια ενεργητικών πωλήσεων σε άλλες παραχωρημένες περιοχές ή σε άλλες παραχωρημένες ομάδες πελατών.....	36
11. Ο έγκαιρος προγραμματισμός των παραγγελιών του λήπτη.....	38
12. Η διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising.....	38
13. Η πραγματοποίηση τοπικής διαφήμισης.....	39
14. Η παρακολούθηση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης που διοργανώνει ο δότης.....	39
15. Η υποχρέωση του λήπτη να επιτρέπει στον δότη τη διενέργεια ελέγχων.....	39
16. Η κοινοποίηση οικονομικών καταστάσεων στον δότη.....	40
17. Η μη μεταβίβαση των συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του λήπτη χωρίς τη συγκατάθεση του δότη.....	41
18. Η έγκαιρη έναρξη λειτουργίας του καταστήματος του λήπτη.....	42
19. Η επίτευξη ενός ελάχιστου κύκλου εργασιών (τζίρου).....	42
20. Η διατήρηση ορισμένων ελάχιστων αποθεμάτων.....	42
21. Η εξυπηρέτηση των πελατών.....	43
22. Η κοινοποίηση από τον λήπτη στον δότη της εμπειρίας που αποκτάει κατά την εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising.....	43

III. Οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις.....	43
1. Η υποχρέωση απόδοσης και παράλειψης του λήπτη.....	43
2. Η μετενέργεια της υποχρέωσης πίστης.....	44
i) ως προς τον δότη.....	44
ii) ως προς τον λήπτη.....	45
3. Η υποχρέωση αποζημίωσης.....	47
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	48
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	49
ΠΡΩΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	49
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ.....	50
ΔΕΥΤΕΡΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	57
ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΡΑΦΟΥ ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ.....	58
ΤΡΙΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	61
ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ.....	62
ΤΕΤΑΡΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	67
ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING.....	68

Εισαγωγή

Οι ανάγκες της σύγχρονης οικονομικής ζωής έχουν συντελέσει στη δημιουργία συστημάτων διάθεσης προϊόντων (ή παροχής υπηρεσιών), τα οποία από νομική άποψη δεν είναι δυνατόν να υπαχθούν στους παραδοσιακούς τύπους της εμπορικής αντιπροσωπείας, παραγγελίας και πρακτορείας. Πρόκειται για συμβατικές μορφές συνεργασίας, που διευκολύνουν την πρόσβαση των παραγωγών και χονδρεμπόρων σε διαφορετικές αγορές διαμέσου της ανάθεσης εμπορικής δραστηριότητας σε τρίτες ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Η πιο διαδεδομένη από τις μορφές αυτές είναι η συμφωνία δικαιόχρησης (Franchising).

Πράγματι, από τη δεκαετία του 1980 και ύστερα διαπιστώθηκε μία έντονη τάση αντικατάστασης των άλλων μεθόδων διανομής από το Franchising. Με δεδομένα την ταχεία παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και τον διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνισμό, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (που δεν διέθεταν ικανοποιητικά κεφάλαια για την πραγματοποίηση αξιόλογων επενδύσεων και ευρύ δίκτυο πωλήσεων) ήταν καταδικασμένες σε οικονομικό μαρασμό. Το μικρό τους μέγεθος δεν τους επέτρεπε τη γρήγορη συγκέντρωση κεφαλαίων τόσο από τη χρηματιστηριακή όσο και από την τραπεζική αγορά. Αντίθετα, οι μεγάλες (πολυεθνικές συνήθως) επιχειρήσεις στηριζόμενες στα σημαντικά εταιρικά κεφάλαια μπορούσαν να χρηματοδοτούν την επέκταση των δικτύων διανομής τους και να πωλούν σε χαμηλές τιμές. Ένας σοβαρός, λοιπόν, αριθμός μικρομεσαίων επιχειρηματιών (ιδίως στον τομέα των τροφίμων και της ένδυσης) είχε ανάγκη από σύγχρονα αναπτυξιακά εργαλεία για να επιβιώσει μέσα στην αγορά. Έτσι, δεν είναι καθόλου παράδοξο που ο θεσμός του Franchising γνώρισε και συνεχίζει να γνωρίζει πρωτοφανή διεθνή εξάπλωση.

§ 1. Η σύμβαση Franchising (δικαιόχρηση ή δικαιοχρησία).

I. Έννοια.

Από οικονομική άποψη, 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 προώθησης των προϊόντων ή υπηρεσιών της στην καταναλωτική αγορά, οι δε δεύτεροι την αποκόμιση κερδών από την εμπορική φήμη, την

οργάνωση και την τεχνογνωσία εκείνης. Στην πραγματικότητα, αποτελεί κατά βάση ένα σύστημα marketing, μια έξυπνη (πρακτική) μορφή εμπορίας για την προσέγγιση του τελικού καταναλωτή.

Από νομική άποψη, το Franchising είναι μια σύμβαση διαρκούς συνεργασίας μεταξύ δύο νομικά και οικονομικά ανεξάρτητων επιχειρήσεων, βάσει της οποίας η μια επιχείρηση (ο δικαιοπάροχος ή δότης, franchisor) παραχωρεί στην άλλη (τον δικαιοδόχο ή λήπτη, franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του λεγόμενου «πακέτου» Franchising με σκοπό την πώληση συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/ και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Ως «πακέτο» Franchising νοείται μια σειρά δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς και η απαραίτητη τεχνογνωσία¹.

II. Μορφές Franchising.

A. Κριτήριο της ασκούμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ανάλογα με το αντικείμενο του Franchising διακρίνουμε τις ακόλουθες μορφές ή κατηγορίες:

1. Franchising διανομής.

Πρόκειται για την πιο συνηθισμένη μορφή Franchising. Ο δικαιοδόχος ή λήπτης πωλεί λιανικά στο καταναλωτικό κοινό τα προϊόντα που περιλαμβάνονται στη σύμβαση Franchising μέσα από το κατάστημά του, το οποίο φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος ή δότης είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, που με την εν λόγω συνεργασία αποβλέπει στην ίδρυση ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής του προϊόντος που παράγει ο ίδιος ή εμπορεύεται².

¹ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, τέταρτη έκδοση, 2000, κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 1, σελ. 193–195.

² Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ., κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 3, σελ. 197–200· Κωστάκη, Franchising, Νομική και Επιχειρηματική Διάσταση (θεωρία – νομολογία – υποδείγματα), Β' έκδοση, 2002, μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 2, σελ. 45–46· Αλεπάκο, Η σύμβαση δικαιόχρησης (FRANCHISING) ως μορφή εταιρικής/ διεπιχειρησιακής συνεργασίας: (ιδιαιτερότητες και νομολογιακή αντιμετώπιση), Εισήγηση στο 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου, Ναύπλιο, 3–5 Νοεμβρίου 1994, στον τόμο «Σύγχρονα ζητήματα του εταιρικού δικαίου», σελ. 158–159 υπό Α. 4.

Στη χώρα μας οι γνωστότερες περιπτώσεις Franchising διανομής είναι εκείνες των επιχειρήσεων: παγωτά Δωδώνη, έπιπλα Neoset, Benetton, Stefanel, Sisley, Miss Raxevsky, Zara (Franchising του παραγωγού – δότη³) και Goody's, Mc Donald's, Wendy's, Hambo, Kentucky Fried Chicken, Alain Manoukian, Sergio Tacchini, Omnishop, είδη κουζίνας Cook-Shop, La Pasteria, Αφισόραμα, Calzedonia, Folli-Follie, Body Shop (Franchising του διανομέα – δότη⁴) κ.λ.π.

2. Franchising υπηρεσιών.

Στο Franchising υπηρεσιών ο δικαιοδόχος, χρησιμοποιώντας το διακριτικό γνώρισμα ή ακόμη και το σήμα του δικαιοπαρόχου, παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες σύμφωνα με τη μέθοδο (του δότη) και τις οδηγίες που παίρνει από αυτόν⁵. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του Franchising υπηρεσιών είναι τα ξενοδοχεία υψηλού επιπέδου (Hilton, Novotel, Holiday Inn), οι επιχειρήσεις ενοικίασης ή επισκευής αυτοκινήτων (Herz, Avis κ.ά.), τα γραφεία συνοικεσιών, τα καθαριστήρια (π.χ. 5 à Sec), τα ταξιδιωτικά γραφεία (Manos, Travel Plan, Ginis κ.ά.), οι επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων, οι επιχειρήσεις οργάνωσης υποδοχών και δεξιώσεων κ.λ.π. Επίσης, πρόσφατα το Franchising έχει διεισδύσει και στον χώρο της εκπαίδευσης (φροντιστήρια ξένων γλωσσών καθώς και αλλοδαπά ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, που συνδέονται με συμβάσεις Franchising με διάφορα Εργαστήρια Ελευθέρων Σπουδών στην ημεδαπή).

Η μορφή αυτή του Franchising αναπτύσσεται ραγδαία τόσο διεθνώς όσο και στη χώρα μας. Αυτό δικαιολογείται κυρίως από το γεγονός ότι το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας από τον λήπτη μιας τέτοιας επιχείρησης είναι σημαντικά μικρότερο από το αντίστοιχο κόστος που απαιτείται για μία επιχείρηση Franchising διανομής προϊόντων⁶.

³ Εδώ ο λήπτης πωλεί τα προϊόντα που κατασκευάζει ο ίδιος ο δότης.

⁴ Εδώ ο δότης προμηθεύει τους λήπτες του δικτύου Franchising με προϊόντα, τα οποία είτε α) επιλέγει ο ίδιος και στη συνέχεια αναθέτει σε τρίτους παραγωγούς να τα κατασκευάσουν για λογαριασμό του σύμφωνα με τις δικές του προδιαγραφές, είτε β) τα προμηθεύεται ο ίδιος απευθείας από τον παραγωγό με βάση μία ιδιαίτερη εμπορική συμφωνία που έχει κάνει μαζί του, είτε τέλος γ) ορίζει συγκεκριμένους τρίτους προμηθευτές από τους οποίους οι δικαιοδόχοι του Δικτύου αγοράζουν τα προς πώληση προϊόντα.

⁵ Ειδικά στο Franchising υπηρεσιών, οι υπηρεσίες μπορούν να παρέχονται τόσο μέσα στο κατάστημα του λήπτη όσο και εκτός καταστήματος. Στη δεύτερη περίπτωση γίνεται λόγος για «κινητό Franchising» (mobile Franchising).

⁶ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 3, σελ. 197–200· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 3, σελ. 46–47· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 158–159 υπό Α. 4.

3. Franchising παραγωγής.

Στο παραγωγικό ή βιομηχανικό Franchising ο δικαιούχος παρέχει στον δικαιούχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα σύμφωνα με τις υποδείξεις του και στη συνέχεια, να τα πωλεί ή μεταπωλεί με το εμπορικό σήμα του δότη. Στην περίπτωση αυτή, η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising παρέχεται όχι τόσο για τη διανομή, αλλά κυρίως για την παραγωγή ή μεταποίηση ενός προϊόντος σύμφωνα με τη μέθοδο παραγωγής που εφαρμόζει ο δικαιούχος. Ο δικαιούχος είναι παραγωγός, όταν παράγει ο ίδιος τα προϊόντα, ή χονδρέμπορος στην περίπτωση που αναλαμβάνει τη μεταποίηση και μεταπώλησή τους.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα Franchising παραγωγής είναι οι περιπτώσεις εμφιάλωσης και πώλησης μη αλκοολούχων ποτών, όπως Coca-Cola, Seven-up, Pepsi-Cola, Fanta, Schweppes κ.λ.π.

Ο αντικειμενικός σκοπός του Franchising παραγωγής είναι η μαζική διάθεση από έναν βιομήχανο – παραγωγό των προϊόντων του στην αγορά, ιδιαίτερα σε αγορές απομακρυσμένες από τη δική του. Βασικό πλεονέκτημα της μορφής αυτής Franchising (για το οποίο συνήθως προτιμάται) είναι ότι ο δικαιούχος αποφεύγει όσο είναι δυνατόν τη μεταφορά των προϊόντων του στον τόπο της τελικής διάθεσης για λόγους είτε οικονομικούς (π.χ. έξοδα μεταφοράς), είτε σχετικούς με τη φύση του προϊόντος (π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης). Επιπλέον, αποφεύγει την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων, που θα ήταν απαραίτητες για την εγκατάσταση μονάδων παραγωγής ή μεταποίησης των προϊόντων του σε πολλές διαφορετικές αγορές. Συγχρόνως, επωφελείται από την παραγωγή ή μεταποίηση των προϊόντων που φέρουν το σήμα του ακόμη και σε χώρες όπου θα του ήταν δύσκολο να εγκατασταθεί ο ίδιος. Ο λήπτης από την πλευρά του ευνοείται από τη μεγάλη φήμη του εμπορικού σήματος του δότη, που είναι συνδεδεμένο με την τεχνογνωσία που του παρέχεται.

Ωστόσο, ο συγκεκριμένος τύπος Franchising παρουσιάζει και ορισμένους σημαντικούς κινδύνους για τον δικαιούχο. Κατ' αρχήν, είναι δυνατόν ο λήπτης να προσπαθήσει να δημιουργήσει μια παραγωγική υποδομή ανταγωνιστική, εκμεταλλευόμενος με ελάχιστες δαπάνες την τεχνολογία που του έχει παραχωρηθεί (και το γεγονός ότι ο δότης είναι πολλές φορές εγκατεστημένος σε κάποια χώρα αρκετά μακριά από τη δική του). Επίσης, μία κακή χρήση των τεχνολογικών μεθόδων του δότη από τον λήπτη μπορεί να βλάψει ανεπανόρθωτα τη φήμη των προϊόντων του πρώτου⁷.

⁷ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 3, σελ. 197–200· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4, σελ. 47–48· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 158–159 υπό Α. 4.

4. Μεικτό Franchising.

Είναι αρκετά συνηθισμένο στον κόσμο του Franchising η σχετική συμφωνία να περιέχει στοιχεία Franchising διανομής και Franchising υπηρεσιών, δηλαδή να συνδυάζει αρμονικά μέσα στο ίδιο Δίκτυο την πώληση προϊόντων με την παροχή υπηρεσιών. Αυτό συμβαίνει κυρίως όταν η πώληση ενός προϊόντος υποστηρίζεται από την παροχή κάποιας υπηρεσίας. Γίνεται λόγος εδώ για μεικτό Franchising. Ως παραδείγματα αυτής της μορφής Franchising μπορούν να αναφερθούν η πώληση αυτοκινήτων που συνδυάζεται με συντήρηση και επισκευή τους, η πώληση καλλυντικών που συνδυάζεται με παροχή υπηρεσιών αισθητικού (π.χ. Hondos Center), η διδασκαλία ξένων γλωσσών που συνδυάζεται με πώληση βιβλίων και οπτικοακουστικών μέσων, ο καθαρισμός χώρων και εγκαταστάσεων που συνδυάζεται με πώληση υλικών καθαρισμού κ.λ.π.⁸.

B. Ο βαθμός του ελέγχου που ασκεί ο δότης στους λήπτες του δικτύου Franchising ως κριτήριο.

Με κριτήρια τον τρόπο ενσωμάτωσης των δικαιοδόχων στο σύστημα και το μέγεθος της εξάρτησής τους από τον δικαιοπάροχο διακρίνονται δύο βασικοί τύποι Franchising:

1. Franchising υπαγωγής.

Στο Franchising υπαγωγής ο δικαιοπάροχος ή δότης, που είναι ο «εγκέφαλος» και ο δημιουργός του συστήματος, διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο. Όχι απλώς χαράζει κατευθυντήριες γραμμές, αλλά καθορίζει ουσιαστικά την επιχειρηματική πολιτική των δικαιοδόχων. Το βασικό χαρακτηριστικό αυτού του τύπου Franchising είναι η μονομερής υπαγωγή των ληπτών στην οργανωτική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου. Ο δότης αποτελεί το μοναδικό κέντρο εξουσίας μέσα στο δίκτυο Franchising που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε, λαμβάνοντας βέβαια και τις σχετικές αποφάσεις. Οι δικαιοδόχοι αποτελούν απλά εκτελεστικά όργανα, που οφείλουν να συμμορφώνονται στις οδηγίες του και να υπόκεινται στον άμεσο έλεγχό του.

Σε αυτή τη μορφή του Franchising, που φαίνεται να είναι η πιο διαδεδομένη στην πράξη, η μόνη σχέση που υπάρχει είναι εκείνη ανάμεσα στον δικαιοπάροχο και καθένα από τους λήπτες. Οι τελευταίοι

⁸ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 3, σελ. 197–200· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 5, σελ. 48· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 158–159 υπό Α. 4.

συνδέονται απευθείας με τον δότη, χωρίς να έχουν οποιαδήποτε επιχειρηματική σχέση μεταξύ τους. Η ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ των δικαιοδόχων του ίδιου συστήματος δικαιόχρησης δεν ενθαρρύνεται από τον δικαιοπάροχο, προφανώς γιατί θα μπορούσε να ενισχύσει τη θέση τους απέναντί του (σύναψη επικίνδυνων συμμαχιών) και να προκαλέσει τριγμούς στο Δίκτυο⁹.

2. Franchising ισοτιμίας ή ισότιμης συνεργασίας.

Τα χαρακτηριστικά του Franchising ισοτιμίας είναι εντελώς αντίθετα με αυτά του Franchising υπαγωγής. Στο Franchising ισότιμης συνεργασίας δεν υπάρχει η κυριαρχική και δεσπόζουσα θέση του δικαιοπαρόχου, αλλά μια συνεταιρική – συμμετοχική συνεργασία στη βάση της ισοτιμίας μεταξύ δότη και ληπτών του Δικτύου. Βασικό γνώρισμα του συγκεκριμένου τύπου Franchising είναι η συναδελφικότητα, η αλληλοβοήθεια και η αλληλεγγύη των μερών, με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος ως συνόλου. Στη θέση των οδηγιών και εντολών του δικαιοπαρόχου προς τους λήπτες (στοιχεία που επικρατούν στο Franchising υπαγωγής) υπεισέρχεται εδώ η συμμετοχή των δικαιοδόχων στη λήψη των αποφάσεων. Δότης και λήπτες εναρμονίζουν τις ενέργειές τους και συναποφασίζουν για όλα τα θέματα που σχετίζονται με τη λειτουργία και την ανάπτυξη του Δικτύου, το οποίο αντιμετωπίζουν στην ουσία ως μία κοινή επιχείρηση.

Η συλλογικότητα της δράσης που χαρακτηρίζει το Franchising ισοτιμίας επεκτείνεται ως ένα βαθμό και στις σχέσεις μεταξύ των δικαιοδόχων. Οι λήπτες αλληλοϋποστηρίζονται, θεωρώντας ότι ενεργούν ως μέλη ενός συστήματος που πρέπει να επιτύχει για το κοινό όφελος και όχι ως ανταγωνιστές. Έτσι, συνεργάζονται στενά σε πολλά ζητήματα (όπως ανταλλαγή πληροφοριών και προσωπικού, κάλυψη περιοδικών αναγκών σε εμπορεύματα, εξυπηρέτηση πελατών για λογαριασμό άλλου λήπτη, εκπαίδευση νέων δικαιοδόχων κ.λ.π.) για την επίτευξη και προαγωγή των στόχων τους.

Στον αντίποδα, λοιπόν, του Franchising υπαγωγής βρίσκεται το Franchising ισότιμης συνεργασίας. Είναι πάντως ελάχιστα διαδεδομένο στην πράξη και στη χώρα μας δεν έχει ακόμη λειτουργήσει¹⁰.

⁹ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 4, σελ. 200–201· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 13, σελ. 52–53· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 158–159 υπό Α. 4.

¹⁰ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 4, σελ. 200–201· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος πρώτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 14, σελ. 53· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 158–159 υπό Α. 4.

III. Νομική φύση.

A. Μεικτή σύμβαση.

Η σύμβαση Franchising δεν ρυθμίζεται αυτοτελώς στο δίκαιό μας¹¹. Πρόκειται για μια κλασική περίπτωση μεικτής (μεικτοτυπικής) σύμβασης, η οποία περιέχει και συνδυάζει ουσιώδη στοιχεία από περισσότερες επώνυμες συμβάσεις (όπως μίσθωση προσοδοφόρου δικαιώματος, σύμβαση παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών και σύμβαση εντολής).

Η φύση της σύμβασης Franchising ως μίσθωσης κατά την έννοια του 638 ΑΚ εκφράζεται με την υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να παραχωρεί στον λήπτη έναντι ανταλλάγματος τη χρήση και εκμετάλλευση δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας (καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία). Η υποχρέωση, εξάλλου, του δότη για συνεχή υποστήριξη του δικαιοδόχου – κυρίως με τη μορφή παροχής συμβουλευτικού έργου – προσδίδει στο Franchising τον χαρακτήρα σύμβασης παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών (648 ΑΚ). Το δικαίωμα, τέλος, του δικαιοπαρόχου για παροχή οδηγιών και άσκηση εποπτείας αποτελεί στοιχείο της σύμβασης εντολής (713 ΑΚ).

¹¹ Το μοναδικό – μη κανονιστικού χαρακτήρα – κείμενο που αντιμετωπίζει τα δικαιώματα δικαιόχρησης είναι ο Ευρωπαϊκός Κώδικας Δεοντολογίας για το Franchising, ο οποίος εκπονήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchise και υιοθετήθηκε από τον Ελληνικό Σύνδεσμο Franchising. Ωστόσο, οι κανόνες που περιέχει είναι νομικά δεσμευτικοί 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 την εγγενή αυτή αδυναμία, δεν παύει ο Κώδικας Δεοντολογίας να αποτελεί ένα κείμενο – πυξίδα για το θεσμό του Franchising, μέσα από το οποίο παρέχεται παράλληλα μια επαρκής προστασία στον λήπτη, που τις περισσότερες τουλάχιστον φορές είναι το αδύνατο μέρος της εμπορικής συνεργασίας. Βέβαια, ο Κώδικας Δεοντολογίας για το Franchising παρέχει επιπλέον προστασία και στον δότη, αφού εντοπίζει και περιγράφει συνοπτικά αλλά συγχρόνως περιεκτικά τις κατ' ιδίαν υποχρεώσεις του δικαιοδόχου. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι οι ρυθμίσεις των Κωδίκων Δεοντολογίας για το Franchising λαμβάνονται συνήθως σοβαρά υπόψη από τα δικαστήρια (κυρίως στις χώρες εκείνες όπου δεν υπάρχει ιδιαίτερο νομοθετικό πλαίσιο), με αποτέλεσμα να επιτελούν μια οιονεί νομοθετική λειτουργία. Αυτό ιδίως μπορεί να συμβαίνει όταν τα μέρη κάνουν σαφή αναφορά στις διατάξεις του Κώδικα Δεοντολογίας στη σύμβαση Franchising που συνάπτουν. Επιπρόσθετα, το να έχει ο δότης την ιδιότητα του μέλους του Συνδέσμου Franchising αποτελεί εγγύηση για τους υποψήφιους λήπτες, με την έννοια ότι οι τελευταίοι γνωρίζουν πως η συγκεκριμένη επιχείρηση οφείλει να ακολουθήσει τις επιταγές του οικείου Κώδικα Δεοντολογίας τόσο κατά τις διαπραγματεύσεις όσο και κατά το μετασυμβατικό στάδιο. Βλ. Απ. Γεωργιάδη, *όπ. παρ.*, κεφάλαιο τέταρτο, V, 1, σελ. 221–222· Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Α', τμήμα 1. β', σελ. 179–182. Ο Ελληνικός Κώδικας Δεοντολογίας για το Franchising παρατίθεται στο πρώτο Παράρτημα.

Στη χώρα μας λοιπόν, από τη στιγμή που δεν υπάρχει ιδιαίτερη νομοθετική ρύθμιση, οι συμβάσεις Franchising υπόκεινται αρχικά στο γενικό δίκαιο των δικαιοπραξιών. Ιδιαίτερα τηρούνται οι αρχές που αφορούν τις διαρκείς ενοχές, λόγω του διαρκούς χαρακτήρα του Franchising (βλ. αμέσως παρακάτω). Επίσης, μπορούν να εφαρμοστούν αναλογικά οι κανόνες που διέπουν τους παραπάνω συμβατικούς τύπους. Έτσι, κρίνονται εφαρμοστέες οι διατάξεις για τη σύμβαση εργασίας (648 επ. ΑΚ, εκτός από εκείνες που είναι προσαρμοσμένες αποκλειστικά σε σύμβαση εξαρτημένης εργασίας) και οι διατάξεις περί εντολής (713 επ. ΑΚ, με εξαίρεση εκείνες που δεν συμβιβάζονται με τον έμμισθο χαρακτήρα της σύμβασης Franchising). Σημαντική, άλλωστε, είναι και η διάταξη του άρθρου 638 ΑΚ για τη μίσθωση προσοδοφόρου δικαιώματος.

Ωστόσο, η σύμβαση Franchising διαφοροποιείται σημαντικά από τις επώνυμες συμβάσεις με τις οποίες συνδέεται. Ο έντονα συνεργασιακός της χαρακτήρας (που υποχρεώνει τα μέρη σε διαρκή ενεργητική συμμετοχή και μόνιμη συνεργασία προκειμένου να επιτευχθεί η κοινή επιδίωξη όλων, δηλαδή η αποτελεσματική και κερδοφόρα προώθηση των προϊόντων του συστήματος στην αγορά) αποτελεί βασικό νομοτυπικό και οικονομικό στοιχείο, με βάση το οποίο σχετικοποιούνται τόσο τα χαρακτηριστικά της εντολής όσο και η ανταλλακτική φύση της σύμβασης. Επομένως, πρόκειται για μια ιδιόρρυθμη, μη ρυθμισμένη από τον νόμο εμπορικού χαρακτήρα σύμβαση διεπιχειρησιακής συνεργασίας που απορρέει από την αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων (οι συναλλασσόμενοι έχουν δικαίωμα να διαμορφώνουν ελεύθερα το περιεχόμενο μιας σύμβασης Franchising, 361 ΑΚ)¹².

B. Σύμβαση διαρκής.

Ο σκοπός της συνεργασίας Franchising είναι κατά κανόνα η διάδοση των προϊόντων ή των υπηρεσιών του δικαιοπαρόχου σε νέες αγορές. Η στρατηγική και η οργάνωση των πωλήσεων βασίζονται στις γνώσεις, στις μεθόδους και στα σχέδια που έχει επεξεργαστεί ο δότης. Οι λήπτες απλώς εντάσσονται στο σύστημα διανομής, το οποίο λειτουργεί κάτω από τις οδηγίες και την εποπτεία του δικαιοπαρόχου. Η ενσωμάτωση αυτή οδηγεί στη δημιουργία μιας συμπαγούς ομάδας επιχειρήσεων, η οποία είναι σε θέση να επιτύχει την προώθηση των πωλήσεων και την υγιή επέκταση του Δικτύου. Ο κοινός αυτός στόχος δεν είναι πρόσκαιρος και παροδικός, αλλά έχει χρονική προοπτική. Η τελευταία προσδίδει στο

¹² Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, VII. 1, σελ. 235–236· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 5. γ', σελ. 316–317· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 166 υπό Β. 1.

Franchising τον χαρακτήρα διαρκούς συνεργασίας, η επιτυχία της οποίας προϋποθέτει κυρίως τη συνεχή παρακολούθηση και προσαρμογή στις τεχνολογικές και οικονομικές εξελίξεις. Το συγκεκριμένο έργο αναλαμβάνει ο δότης, διοχετεύοντας συνεχώς γνώσεις, πληροφορίες και συμβουλές προς τα μέλη του συστήματος. Με άλλα λόγια, παρέχει στους λήπτες διαρκή και ευρεία υποστήριξη ανάλογα με τις ανάγκες που αντιμετωπίζουν κάθε φορά.

Στην υποχρέωση του δότη για διαρκή παροχή υποστήριξης της επιχείρησης του λήπτη και διαρκή ανανέωση της τεχνογνωσίας του αντιστοιχεί η υποχρέωση του δικαιοδόχου να καταβάλλει το αντάλλαγμα που συμφωνήθηκε για όσο χρόνο διαρκεί η συμβατική σχέση (πληρωμή από τον λήπτη στον δότη χρηματικών ποσών κατά τακτά χρονικά διαστήματα, με τη μορφή ποσοστού συνήθως από τις εισπράξεις των πωλήσεων)¹³. Εφόσον λοιπόν είναι μια διαρκής ενοχική σύμβαση, η σύμβαση Franchising δεν λύεται με την εκπλήρωση των επιμέρους υποχρεώσεων των μερών. Λήπτης και δότης οφείλουν να συμμορφώνονται τουλάχιστον μέχρι τη λύση της σύμβασης δικαιόχρησης αλλά και μετά από αυτήν, τηρώντας τις μετασυμβατικές τους υποχρεώσεις¹⁴.

§ 2. Υποχρεώσεις των συμβαλλόμενων μερών.

Κύριο γνώρισμα της σύμβασης δικαιόχρησης είναι ο αμοτεροβαρής της χαρακτήρας. Τα μέρη (δότης και λήπτες του δικτύου Franchising) αναλαμβάνουν αμοιβαίες υποχρεώσεις διαρκούς παροχής στα πλαίσια της εμπορικής τους συνεργασίας. Οι συμβατικές αυτές υποχρεώσεις, που είναι προσαρμοσμένες στον σκοπό και στην οικονομική λειτουργία του Franchising, παρουσιάζουν από νομική άποψη εξαιρετική πολυμορφία.

I. Το προσυμβατικό στάδιο. Η υποχρέωση αποκάλυψης.

Στην επιτυχία του Franchising σημαντικότερο ρόλο παίζει η προσωπικότητα των συμβαλλομένων, η προσωπική τους συμβολή και δραστηριοποίηση. Ο έντονα προσωπικός χαρακτήρας της συμβατικής σχέσης του Franchising έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία στενών

¹³ Αντίθετα, η αρχική αντιπαροχή του λήπτη (καταβολή ενός εφάπαξ ποσού ως δικαίωμα εισόδου στο σύστημα Franchising) έχει σαφέστατα στιγμιαίο χαρακτήρα.

¹⁴ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ., κεφάλαιο τέταρτο, VII. 2, σελ. 236–237· Κωστάκη, όπ. παρ., μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 5. β', σελ. 315–316· Αλεπάκο, όπ. παρ., σελ. 166–167 υπό Β. 2.

σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ δότη και λήπτη, γεγονός που αποτελεί τη γενεσιουργό αιτία της αμοιβαίας υποχρέωσης πίστης. Αυτή η υποχρέωση πίστης δεν περιορίζεται στον χρόνο συνεργασίας που προβλέπει η σύμβαση Franchising, αλλά διατρέχει τόσο το προσυμβατικό στάδιο όσο και τη μετασυμβατική περίοδο (όπως θα δούμε παρακάτω). Επομένως, πριν από τη σύναψη της σύμβασης οι διαπραγματευόμενοι βαρύνονται με την υποχρέωση αποκάλυψης όλων εκείνων των απαραίτητων στοιχείων της επαγγελματικής και προσωπικής τους υπόστασης, που θα διαδραματίσουν αποφασιστικό ρόλο στη λήψη της αμοιβαίας οριστικής απόφασης για συνεργασία¹⁵.

Ο δότης πρέπει να αποκαλύψει στον υποψήφιο λήπτη κυρίως τον τρόπο λειτουργίας του συστήματος Franchising και τις προοπτικές επιτυχίας του, προκειμένου αυτός να αποφασίσει την ένταξή του στο Δίκτυο. Ακόμη, υποχρεούται να παράσχει αληθή στοιχεία σχετικά με συγκρίσιμες δραστηριότητες του συστήματος, καθώς και σοβαρά δεδομένα υπολογισμού του αναγκαίου μεγέθους της προσωπικής και κεφαλαιουχικής συμβολής του δικαιούχου, ώστε να προστατευτεί ο τελευταίος από μη σοβαρές ή και καταχρηστικές προτάσεις συνεργασίας. Αντίστοιχα, ο υποψήφιος λήπτης οφείλει με τη σειρά του να αποκαλύψει στον δότη στοιχεία που αφορούν την προσωπικότητά του, τις επαγγελματικές του ικανότητες και φιλοδοξίες, καθώς επίσης και το οικονομικό του υπόβαθρο.

Παρόλο που η υποχρέωση αποκάλυψης είναι αμφιμερής, ουσιαστικά το κύριο βάρος πέφτει στον δότη. Πραγματικά, στη διαπραγματευτική διαδικασία της ένταξης κάποιου νέου επιχειρηματία σε ένα δίκτυο Franchising το ισχυρό μέρος είναι πάντοτε ο δικαιούχος. Αυτό σημαίνει ότι ο ίδιος θα λάβει οπωσδήποτε από τον υποψήφιο λήπτη το πληροφοριακό υλικό που του χρειάζεται, για να κρίνει εάν πρέπει ή όχι να προχωρήσει στη σύναψη της σύμβασης Franchising. Αντίθετα, ο υποψήφιος δικαιούχος επαφίεται τις περισσότερες φορές στην καλή θέληση και διάθεση του δότη για να λάβει τις πληροφορίες που χρειάζεται. Μάλιστα, στερείται συνήθως της αναγκαίας επιχειρηματικής εμπειρίας, ώστε να μπορέσει εύκολα, γρήγορα και ανεπηρέαστα να σχηματίσει τεκμηριωμένη άποψη σχετικά με τη σκοπιμότητα της ένταξής του σε κάποιο δίκτυο Franchising. Όσο λιγότερο έμπειρος είναι ο υποψήφιος λήπτης, τόσο περισσότερο αυξημένη παρουσιάζεται η υποχρέωση αποκάλυψης του δότη. Γι' αυτό, θα πρέπει να του γνωστοποιηθεί από τον δικαιούχο όλο εκείνο το πληροφοριακό υλικό με βάση το οποίο θα μπορέσει να αποφασίσει εάν το συγκεκριμένο

¹⁵ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, III. 2, σελ. 206–208· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Α' , τμήμα 1, σελ. 169–186.

σύστημα και δίκτυο Franchising του παρέχει τα απαραίτητα εχέγγυα επαγγελματικής εμπειρίας.

Βέβαια, η υποχρέωση αυτή του δότη δεν πρέπει να φτάνει μέχρι την πλήρη εξουδετέρωση της δικής του – απόλυτα δικαιολογημένης – προσπάθειας επέκτασης του Δικτύου του και αύξησης του κέρδους του. Ο λήπτης οφείλει κατά τη λήψη της απόφασης συμμετοχής του σε ένα σύστημα διεπιχειρησιακής συνεργασίας να φέρει και αυτός το προσωπικό ποσοστό επιχειρηματικού κινδύνου για τυχόν υπερτίμηση της δυνατότητας εξάπλωσης των προϊόντων και της φήμης της επιχείρησης του δότη στην αγορά. Σε μια τέτοια περίπτωση δεν μπορεί να του αναγνωριστεί δικαίωμα αποζημίωσης από «culpa in contrahendo» (ευθύνη κατά τις διαπραγματεύσεις). Ο περιορισμός αυτός προκύπτει ερμηνευτικά από τη φύση της σύμβασης Franchising ως σύμβασης ρισοκίνδυνου χαρακτήρα¹⁶. Ωστόσο, για να μπορέσει να «χρεωθεί» και στον λήπτη το ανάλογο ποσοστό του επιχειρηματικού κινδύνου, θα πρέπει προηγουμένως να του έχει δοθεί η αναγκαία πληροφόρηση από τον δότη.

Σε διεθνές επίπεδο έχει αποδοθεί τεράστια σημασία στην υποχρέωση αποκάλυψης του δότη. Ορισμένες χώρες (π.χ. Η.Π.Α, Γαλλία, Μεξικό, Βραζιλία, Ισπανία) έχουν ήδη δημιουργήσει το ανάλογο νομοθετικό πλέγμα προστασίας του υποψήφιου λήπτη κατά το στάδιο των διαπραγματεύσεων. Η αρχή της ειλικρινούς, υπεύθυνης και ουσιαστικής προσυμβατικής πληροφόρησης είναι αυτή που πρυτανεύει στο Franchising παγκοσμίως.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει παρόμοια πρόβλεψη. Την ανυπαρξία επίσημου νομοθετικού πλαισίου καλύπτει ο Ελληνικός Κώδικας Δεοντολογίας, που ορίζει και περιγράφει αναλυτικά τη συγκεκριμένη υποχρέωση αποκάλυψης. Στο τρίτο κεφάλαιο ο Κώδικας Δεοντολογίας εισάγει κανόνες, που θα πρέπει ο δότης του Franchising να ακολουθεί στην προσπάθειά του να εντοπίσει υποψήφιους λήπτες (για να τους εντάξει στο Δίκτυό του). Η προσπάθεια αυτή, που γίνεται βασικά μέσω διαφήμισης, πρέπει να στηρίζεται στην αλήθεια και στην αντικειμενικότητα ώστε να μην δημιουργούνται συνθήκες παραπλάνησης

¹⁶ Η σύμβαση Franchising (όπως κάθε εμπορική σύμβαση) έχει ρισοκίνδυνο χαρακτήρα, με την έννοια ότι τόσο ο λήπτης όσο και ο δότης δεν είναι βέβαιοι κατά τη σύναψή της ότι θα επιτευχθεί ο επιδιωκόμενος οικονομικός σκοπός, δηλαδή τα αμοιβαία κέρδη. Ο δικαιопάροχος αλλά και ο δικαιοδόχος αναλαμβάνουν με τη συνολολόγηση της συγκεκριμένης σύμβασης σημαντικό επιχειρηματικό κίνδυνο: ο μεν πρώτος τον κίνδυνο της λανθασμένης επιλογής κάποιων ληπτών, οι οποίοι είναι πιθανό να δημιουργήσουν σοβαρά προβλήματα μέσα στο Δίκτυο και να το οδηγήσουν στην αποτυχία· ο δε δεύτερος τον κίνδυνο της λανθασμένης επιλογής συστήματος και δικτύου Franchising, που μπορεί είτε να μην είναι το κατάλληλο γι' αυτόν, είτε να μην του παρέχει το αναμενόμενο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με βάση το οποίο θα ασκήσει επιτυχημένα την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ., μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 5. ε', σελ. 318· Αλεπάκο, όπ. παρ., σελ. 167–168 υπό Β. 3.

κάθε προσώπου ανταποκρινόμενου στην πρόσκληση του δικαιιοπαρόχου. Στο δεύτερο μέρος του Κώδικα Δεοντολογίας, στο τρίτο κεφάλαιο της Προσθήκης και Ερμηνείας, γίνεται μια ειδικότερη αναφορά στο πληροφοριακό υλικό που θα πρέπει να γνωστοποιεί ο δότης στον υποψήφιο δικαιοδόχο στα πλαίσια του προσυμβατικού σταδίου της σχέσης τους. Παρουσιάζονται, δηλαδή, εκτενέστερα τα θέματα που θίγονται γενικότερα στο τρίτο κεφάλαιο του Κώδικα Δεοντολογίας. Έτσι, προσδιορίζεται επακριβώς η υποχρέωση του δότη να αποκαλύπτει στον υποψήφιο λήπτη: στοιχεία της επιχείρησής του, οικονομικά στοιχεία του, το επιχειρηματικό του ιστορικό, τη γενική περιγραφή της επιχείρησης Franchising, το κόστος της επένδυσης, τα κύρια χαρακτηριστικά της παρεχόμενης τεχνογνωσίας, την παροχή τεχνικής υποστήριξης και εκπαίδευσης, πληροφορίες σχετικά με το Δίκτυο και τους άλλους δικαιοδόχους για την άντληση εντυπώσεων, τα βασικά στοιχεία που περιλαμβάνονται μέσα στη σύμβαση Franchising κ.ά.

Δυστυχώς, ο Ελληνικός Κώδικας Δεοντολογίας έχει ισχύ μόνο μεταξύ των μελών του Ελληνικού Συνδέσμου Franchising. Ωστόσο, δεν παύουν οι διατάξεις του να αποτελούν σημεία αναφοράς τόσο για όλους εκείνους που ασχολούνται με το Franchising όσο και για τα εθνικά δικαστήρια. Πάντως, χρειάζεται και στη χώρα μας να κατοχυρωθεί θεσμικά η υποχρέωση αποκάλυψης του δότη, κατά τα πρότυπα των αντίστοιχων νομοθετικών κειμένων των άλλων κρατών. Η νομική προστασία που παρέχεται σήμερα στον υποψήφιο λήπτη με βάση τα άρθρα 197–198 ΑΚ (ευθύνη από τις διαπραγματεύσεις), ή ακόμη ενδεχομένως και με βάση τα άρθρα 142 επ. και 147 επ. ΑΚ (ακύρωση της σύμβασης Franchising λόγω πλάνης ή απάτης) δεν αρκεί.

Μέχρι η ελληνική Πολιτεία να εισάγει κάποιο ιδιαίτερο νομοθέτημα, καλό θα ήταν οι μεν υποψήφιοι δικαιοδόχοι να ζητούν με επιμονή από τον δότη την παροχή (λεπτομερή και εμπειριστατωμένη περιγραφή) των αναγκαίων πληροφοριακών στοιχείων για την ένταξή τους στο δίκτυο Franchising, οι δε δικαιοπάροχοι να τα γνωστοποιούν ακόμη και αν δεν τους ζητηθούν («κάλλιον το προλαμβάνειν παρά το θεραπεύειν»). Σε κάθε περίπτωση, προτείνεται να παραδίδεται από τον δικαιοπάροχο στον υποψήφιο λήπτη το σχέδιο ενός εγγράφου προσυμβατικής πληροφόρησης, τουλάχιστον 20 μέρες πριν από την υπογραφή οποιουδήποτε δεσμευτικού εγγράφου ή από την καταβολή οποιουδήποτε χρηματικού ποσού¹⁷.

Όλες οι πληροφορίες που περιέχονται στο έγγραφο αυτό είναι απόλυτα εμπιστευτικές και απόρρητες. Συνεπώς, απαγορεύεται ρητά η κοινοποίησή τους από τον υποψήφιο δικαιοδόχο σε οποιοδήποτε τρίτο

¹⁷ Το σχέδιο εγγράφου προσυμβατικής πληροφόρησης παρατίθεται στο δεύτερο Παράρτημα.

πρόσωπο τόσο κατά τη διάρκεια των διαπραγματεύσεων όσο και μετά τη λήξη τους, ανεξάρτητα από το γεγονός της υπογραφής ή όχι της σύμβασης Franchising. Ακόμη, στην περίπτωση που δεν υπογραφεί η οριστική σύμβαση, απαγορεύεται ρητά στον υποψήφιο λήπτη η με οποιονδήποτε τρόπο χρησιμοποίηση των στοιχείων του εγγράφου της προσυμβατικής πληροφόρησης. Η ύπαρξη αυτής της ρήτρας εμπιστευτικότητας κρίνεται απαραίτητη, αφού με το συγκεκριμένο έγγραφο ο υποψήφιος δικαιούχος θα γίνει γνώστης πολλών και σημαντικών εμπορικών (ή άλλων) απορρήτων του δότη, χωρίς μάλιστα να έχει υπογράψει κάποιο δεσμευτικό προσύμφωνο. Γι' αυτό το λόγο, συνιστάται στον δικαιούχο να παραδίδει στον υποψήφιο λήπτη το έγγραφο προσυμβατικής πληροφόρησης λαμβάνοντας ταυτόχρονα απόδειξη παραλαβής του, στο κείμενο της οποίας να περιλαμβάνεται και δήλωση του παραλαμβάνοντος ότι έλαβε γνώση της ρήτρας εμπιστευτικότητας και συμφωνεί απόλυτα με το περιεχόμενό της και την υποχρέωση εχεμύθειας. Πάντως, έχει τη δυνατότητα ο δότης να μην αποκαλύψει όλα τα απόρρητα του συστήματος Franchising και γενικά της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, αλλά μόνο εκείνα που είναι κατ' αντικειμενική κρίση αναγκαία προκειμένου ο υποψήφιος λήπτης να σχηματίσει πλήρη άποψη για το εάν πρέπει ή όχι να ενταχθεί στο Δίκτυο του πρώτου.

II. Οι κύριες υποχρεώσεις των μερών.

Η σύμβαση δικαιόχρησης ρυθμίζει τις βασικές σχέσεις των συμβαλλομένων, προσδιορίζοντας και οριοθετώντας τις υποχρεώσεις που είναι αναγκαίες για να λειτουργήσει η εμπορική συνεργασία του Franchising και να επιτευχθεί ο οικονομικός της σκοπός. Η εκπλήρωση των υποχρεώσεων που προβλέπονται στη σύμβαση Franchising προϋποθέτει πολλές φορές τη σύναψη ειδικότερων συμβάσεων. Οι μεταγενέστερες αυτές συμβάσεις είναι εκτελεστικές της κύριας σύμβασης Franchising και νομικά αυτοτελείς σε σχέση με αυτήν. Συνεπώς, η σύμβαση Franchising αποτελεί μια σύμβαση – πλαίσιο, η οποία περιβάλλει τις επιμέρους εκτελεστικές συμβάσεις. Τόσο η αναγκαιότητα κατάρτισης όσο και το ακριβές περιεχόμενο των συμβάσεων αυτών μπορούν να καθοριστούν μόνο με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες που προκύπτουν κατά την εξέλιξη της συνεργασίας του Franchising. Για παράδειγμα, αν πρόκειται για Franchising διανομής προϊόντος (το οποίο παράγει ή εμπορεύεται ο δικαιούχος), η εκπλήρωση της προβλεπόμενης στη σύμβαση Franchising υποχρέωσης του τελευταίου να προμηθεύει τον λήπτη με το προϊόν του συστήματος σε τακτά χρονικά διαστήματα ή μετά από

σχετική πρόσκληση – παραγγελία προϋποθέτει κάθε φορά τη σύναψη αντίστοιχων συμβάσεων αγοραπωλησίας. Ομοίως, αν ο δότης έχει αναλάβει με τη σύμβαση Franchising να εκπαιδεύει π.χ. τον δικαιούχο ή το προσωπικό του σύμφωνα με τις ανάγκες και τις εξελίξεις της τεχνολογίας, η εκπλήρωση της υποχρέωσης αυτής προϋποθέτει κάθε φορά τη σύναψη ιδιαίτερης σύμβασης εκπαίδευσης. Επομένως, οι υποχρεώσεις των συμβαλλομένων από τη σύμβαση δικαιόχρησης καθαυτή δεν πρέπει να συγχέονται με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις εκτελεστικές συμβάσεις, οι οποίες συνάπτονται με σκοπό την πραγμάτωση (υλοποίηση) της συνεργασίας Franchising σε επιμέρους τομείς¹⁸.

A. Οι κύριες υποχρεώσεις του δότη.

Οι κύριες υποχρεώσεις του δότη, παρά την αυτοτέλειά τους, αποτελούν στην ουσία εκφάνσεις (εκδηλώσεις) δύο γενικότερων υποχρεώσεών του: της οργανωτικής – τεχνολογικής ένταξης του λήπτη στο σύστημα Franchising και της μετέπειτα διαρκούς υποστήριξής του, για να μπορέσει να «επιβιώσει» μέσα στο Δίκτυο. Πραγματικά, ο δότης παραχωρεί στον λήπτη την άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης των επιμέρους στοιχείων του «πακέτου» Franchising, ώστε να μπορέσει ο δεύτερος να ενταχθεί αρμονικά στο σύστημα δικαιόχρησης και στη συνέχεια να λειτουργήσει με επιτυχία την επιχείρησή του. Γι' αυτό το λόγο άλλωστε του παραχωρεί και μία προστατευμένη γεωγραφική περιοχή, ενώ επιπλέον έχει την υποχρέωση να μην κάνει διακρίσεις στον τρόπο αντιμετώπισης των ληπτών του Δικτύου¹⁹. Αναλυτικά, οι κύριες υποχρεώσεις του δότη είναι οι ακόλουθες:

1. Η παραχώρηση στον λήπτη της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising.

Στη σύμβαση Franchising πρέπει οπωσδήποτε να εξειδικεύεται (σε σχετική διάταξη) η υποχρέωση του δότη για την παραχώρηση στον λήπτη της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising. Το «πακέτο» Franchising περιλαμβάνει όχι μόνο τα δικαιώματα βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του δότη, αλλά επιπλέον και

¹⁸ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, ΙΙΙ. 1, σελ. 205–206· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 5. δ', σελ. 317–318· Αλεπάκο, όπ. παρ. , σελ. 168 υπό Β. 4.

¹⁹ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, ΙΙΙ. 3, σελ. 208–210· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 3. β', σελ. 199–200.

την τεχνογνωσία του. Ανάλογα λοιπόν με το περιεχόμενο του «πακέτου» Franchising (το οποίο προσδιορίζεται επακριβώς στο προοίμιο της σύμβασης), η υποχρέωση του δότη για παραχώρηση στον λήπτη άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» συνίσταται σε: παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος, διακριτικού τίτλου, λοιπών διακριτικών γνωρισμάτων, εκμετάλλευσης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας κ.λ.π. , καθώς επίσης και σε υποχρέωση παραχώρησης άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας²⁰. Με άλλα λόγια δηλαδή, ο δότης παραχωρεί στον λήπτη άδεια χρήσης αφενός μεν άυλων αγαθών επί των οποίων έχει απόλυτα δικαιώματα (που σημαίνει ότι δικαιούται να απαγορεύει την εκμετάλλευσή τους από τρίτους), αφετέρου δε εμπορικών, τεχνικών, διοικητικών κ.λ.π. πρακτικών πληροφοριών (πραγματικών καταστάσεων).

Η συγκεκριμένη υποχρέωση του δότη μπορεί να συνοδεύεται και από παρεπόμενες υποχρεώσεις, που αποβλέπουν στο να διασφαλίσουν την απρόσκοπτη χρήση και εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising από τον λήπτη. Αυτό συνεπάγεται κατ' αρχήν ευθύνη του δότη για την ύπαρξη και διαφύλαξη των επιμέρους στοιχείων του «πακέτου», ενώ ταυτόχρονα δημιουργεί υποχρέωση υπεράσπισής τους απέναντι στους τρίτους που τα προσβάλλουν ή τα αμφισβητούν²¹.

i) παραχώρηση άδειας χρήσης σήματος.

Το δικαίωμα στο σήμα αποκτάται με την καταχώρηση της αμετάκλητης απόφασης της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων στο βιβλίο σημάτων (άρθρα 2 και 14 § 1 εδ. β' Ν. 2239/1994, τυπικό σύστημα). Η καταχώρηση αυτή αποτελεί ατομική διοικητική πράξη διαπλαστικού χαρακτήρα και έχει συστατική ενέργεια. Δημιουργεί, δηλαδή, αποκλειστικό και απόλυτο (κατά παντός) δικαίωμα του σηματούχου που προστατεύεται από το δίκαιο των σημάτων (άρθρο 18 Ν. 2239/1994)²². Ως σήμα θεωρείται «κάθε σημείο επιδεικτικό γραφικής παραστάσεως, ικανό να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχειρήσεως από εκείνα άλλων επιχειρήσεων» (άρθρο 1 § 1 εδ. α' Ν. 2239/1994). Μπορούν να αποτελέσουν σήμα «ιδίως οι λέξεις, τα ονόματα φυσικών ή νομικών προσώπων, τα ψευδώνυμα, οι απεικονίσεις, τα σχέδια, τα γράμματα, οι αριθμοί, οι ήχοι, συμπεριλαμβανομένων των μουσικών

²⁰ Η επωνυμία του δότη δεν αποτελεί στοιχείο του «πακέτου» Franchising και σε καμιά περίπτωση δεν προορίζεται να χρησιμοποιηθεί από τον λήπτη. Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, Ι. 1, σελ. 194, στην υποσημ. 5' .

²¹ Βλ Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. γ' , σελ. 210–212.

²² Βλ. Αντωνόπουλο, Βιομηχανική ιδιοκτησία (Γενικό μέρος – Διακριτικά γνωρίσματα – Σήμα – Τεχνικές δημιουργίες), 2002, § 76, σελ. 532–533, αριθμ. 574.

φράσεων, το σχήμα του προϊόντος ή της συσκευασίας του» (άρθρο 1 § 1 εδ. β' Ν. 2239/1994).

Τρόπο αξιοποίησης της οικονομικής αξίας του σήματος αποτελεί και η εκμετάλλευσή του μέσω των αδειών χρήσης, που προβλέπονται στις διατάξεις του άρθρου 16 Ν. 2239/1994. Ειδικότερα, ο νόμος αναγνωρίζει ότι: «με έγγραφη συμφωνία που καταχωρείται μετά από απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής Σημάτων στα βιβλία σημάτων επιτρέπεται η αποκλειστική ή μη χρήση του σήματος για μέρος ή το σύνολο των καλυπτόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών και για το σύνολο ή τμήμα του ελληνικού εδάφους, με τον όρο ότι η χρήση του σήματος δεν δημιουργεί κινδύνους παραπλάνησης του κοινού ούτε αντίκειται στο δημόσιο συμφέρον» (άρθρο 16 § 2 Ν. 2239/1994). Η άδεια χρήσης, λοιπόν, στηρίζεται σε έγγραφη σύμβαση ανάμεσα στον σηματούχο και στον αδειούχο. Παραπέρα, για τη δημιουργία του δικαιώματος του αδειούχου απαιτείται προηγούμενη απόφαση της ΔΕΣ και καταχώρησή της στο βιβλίο σημάτων. Η Διοικητική Επιτροπή Σημάτων εξετάζει το κύρος της άδειας, ερευνώντας εάν συντρέχει κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού ή κίνδυνος για το δημόσιο συμφέρον²³. Σε περίπτωση που η άδεια χρήσης δημιουργεί κίνδυνο παραπλάνησης ή προσβάλλει το δημόσιο συμφέρον, η σύμβαση παραχώρησης της άδειας είναι απόλυτα άκυρη (174 και 178 ΑΚ). Ο κίνδυνος παραπλάνησης είναι έννοια διαφορετική από τον κίνδυνο σύγχυσης. Ενώ ο κίνδυνος σύγχυσης αναφέρεται στο συμφέρον του σηματούχου και συνίσταται στο ενδεχόμενο να προμηθευτεί ο καταναλωτής το προϊόν της μιας επιχείρησης αντί του όμοιου προϊόντος της άλλης επιχείρησης, ο κίνδυνος παραπλάνησης αναφέρεται στο συμφέρον του κοινού των καταναλωτών και συνίσταται στο ενδεχόμενο να προμηθευτεί ο καταναλωτής ένα προϊόν που δεν έχει την ποιότητα ή τις ιδιότητες που μαρτυρεί το σήμα του. Ο κίνδυνος σύγχυσης, ακόμη και αν πραγματοποιηθεί, δεν ζημιώνει το κοινό (ώστε αυτό να έχει ανάγκη προστασίας). Αντίθετα, ο κίνδυνος παραπλάνησης οδηγεί σε βλάβη του καταναλωτικού κοινού, αφού η προμήθεια ενός προϊόντος διαφορετικής ποιότητας από αυτή που προσδοκάται είναι καθαυτή επιζήμια για τον αγοραστή. Είναι αυτονόητο ότι ο κίνδυνος παραπλάνησης προϋποθέτει σήμα που έχει χρησιμοποιηθεί και καθιερωθεί στις συναλλαγές ως ένδειξη προσδιοριστική της ποιότητας και των ιδιοτήτων του διακρινόμενου προϊόντος ή της διακρινόμενης υπηρεσίας. Συνεπώς, σήμα που δεν έχει χρησιμοποιηθεί στις συναλλαγές και γενικότερα, σήμα που δεν έχει συνδεθεί με παραστάσεις ποιότητας μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο άδειας χρήσης χωρίς την ανάγκη να ερευνηθεί η εν λόγω προϋπόθεση της μη δημιουργίας κινδύνου παραπλάνησης του

²³ Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ., § 96, σελ. 634–636, αριθμ. 677–680 (τυπικές προϋποθέσεις).

καταναλωτικού κοινού. Η παραπλάνηση αυτή, πάντως, αποφεύγεται κυρίως γιατί ο ίδιος ο φορέας του σήματος για δικό του συμφέρον ασκεί έλεγχο στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που διακρίνει ο αδειούχος. Με την προϋπόθεση της προσβολής του δημοσίου συμφέροντος, ο νομοθέτης απέβλεψε στην ανάγκη να αποτραπούν συμπράξεις αντίθετες στον ελεύθερο ανταγωνισμό. Να αποτραπεί η δημιουργία, μέσω του θεσμού της παραχώρησης αδειών χρήσης, οικονομικών συνασπισμών επικίνδυνων για την εθνική οικονομία (και γενικότερα, καταστάσεων αντίθετων στο οικονομικοπολιτικό συμφέρον της χώρας)²⁴.

Η άδεια χρήσης μπορεί να είναι αποκλειστική ή απλή. Στην αποκλειστική, μόνο ο αδειούχος έχει την εξουσία χρησιμοποίησης του σήματος (κατ' αποκλεισμό τόσο των τρίτων όσο και του δικαιούχου). Στην απλή, ο σηματούχος διατηρεί το δικαίωμα να χρησιμοποιεί και ο ίδιος το σήμα για να διακρίνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της επιχείρησής του. Συγχρόνως, δικαιούται να παραχωρεί και άλλες άδειες χρήσης του σήματος (σε άλλα πρόσωπα)²⁵. Πάντως, και στις δύο παραπάνω μορφές αδειών ο αδειούχος αποκτά ενοχικό μόνο δικαίωμα²⁶. Από τις βασικότερες συνέπειες που συνδέονται με τη νομική φύση (ενοχικό χαρακτήρα) του δικαιώματος του αδειούχου είναι εκείνη που αναφέρεται στην έννομη προστασία του σε περίπτωση προσβολών από τρίτους. Έτσι, ο αδειούχος χρήσης νομιμοποιείται έναντι τρίτων να ασκεί τις αγωγές παράλειψης και αποζημίωσης μόνο με έγγραφη συναίνεση του σηματούχου (άρθρο 16 § 4 σε συνδυασμό με άρθρο 26 Ν. 2239/1994). Προστασία του αδειούχου κατά το κοινό δίκαιο (άρθρο 914 ΑΚ) όπως επίσης κατά τις διατάξεις του άρθρου 1 Ν. 146/1914 (έστω και σπανιότερα) είναι πάντοτε δυνατή²⁷.

Ο δικαιούχος λοιπόν του σήματος μπορεί να παραχωρεί άδειες χρήσης σε τρίτους, ακόμη και στα πλαίσια μιας σύμβασης Franchising. Στην περίπτωση αυτή, θα πρέπει πάντα ο υποψήφιος λήπτης να ελέγχει εάν το συγκεκριμένο σήμα είναι νόμιμα καταχωρημένο²⁸.

ii) παραχώρηση άδειας χρήσης διακριτικού τίτλου.

Ο διακριτικός τίτλος είναι μια λεκτική ένδειξη, που εξατομικεύει και διακρίνει ονοματικά όλη την επιχείρηση, κάποιο τμήμα της ή μόνο το κατάστημα. Το δικαίωμα στον διακριτικό τίτλο αποκτάται με τη χρησιμοποίησή του στις συναλλαγές (ουσιαστικό σύστημα). Η αναγγελία

²⁴ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 97, σελ. 636–638, αριθμ. 681–683 (ουσιαστικές προϋποθέσεις).

²⁵ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 100, σελ. 643–644, αριθμ. 688.

²⁶ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 98, σελ. 640–642, αριθμ. 685.

²⁷ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 99, σελ. 642–643, αριθμ. 686.

²⁸ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. δ', σελ. 212–226.

και η καταχώρηση του διακριτικού τίτλου της επιχείρησης στο οικείο Επιμελητήριο έχει μόνο δηλωτικό χαρακτήρα²⁹.

Το ιδιαίτερο αυτό διακριτικό γνώρισμα μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο άδειας χρήσης. Δεν είναι αναγκαίο να παραχωρείται συγχρόνως και η χρήση της επιχείρησης ή του καταστήματος. Προϋπόθεση, όμως, για το κύρος της άδειας είναι να μην δημιουργείται κίνδυνος παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού. Στην αντίθετη περίπτωση, η άδεια θα είναι άκυρη σύμφωνα με το άρθρο 174 ΑΚ. Το δικαίωμα του αδειούχου της χρήσης είναι πάντοτε ενοχικό. Συνεπώς, στρέφεται μόνο κατά του δικαιούχου του διακριτικού τίτλου. Ο αδειούχος προστατεύεται με τα άρθρα 1, 3 και 13 Ν. 146/1914³⁰.

Η παραχώρηση άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του διακριτικού τίτλου είναι δυνατή και στα πλαίσια της σύμβασης Franchising³¹.

iii) παραχώρηση άδειας χρήσης άλλων διακριτικών γνωρισμάτων.

Για τη διάκριση των επιχειρήσεων ή των καταστημάτων χρησιμοποιούνται επίσης στις συναλλαγές κάποια διακριτικά σημεία της ελεύθερης επιλογής του επιχειρηματία, τα οποία δεν μπορούν να αξιολογηθούν ως διακριτικοί τίτλοι (άρθρο 13 § 2 Ν. 146/1914). Πρόκειται συνήθως για συμβολικά διακριτικά γνωρίσματα. Εδώ υπάγονται κυρίως η εξωτερική εμφάνιση του καταστήματος (π.χ. η ιδιαίτερη διακόσμησή του), οι στολές του προσωπικού της επιχείρησης, το έμβλημα καταστήματος (που συντίθεται από την εικόνα ενός αντικειμένου ή άλλη παράσταση και τοποθετείται στην πρόσοψη του καταστήματος, στο χαρτί αλληλογραφίας και γενικά στα μέσα εργασίας της επιχείρησης), το είδος των εντύπων/ τιμοκαταλόγων της επιχείρησης, ο χρωματισμός των αυτοκινήτων της επιχείρησης κ.λ.π. Το δικαίωμα στα διακριτικά σημεία είναι απόλυτο και αποκτάται από την καθιέρωσή τους στους σχετικούς κύκλους των συναλλαγών (ουσιαστικό σύστημα). Ως προς την περιουσιακή εκμετάλλευση των διακριτικών σημείων από τον δικαιούχο τους με την παραχώρηση αδειών χρήσης, ισχύουν όσα σημειώθηκαν παραπάνω για τον διακριτικό τίτλο³².

Ως ιδιαίτερο διακριτικό γνώρισμα θεωρείται και ο ιδιαίτερος διασηματισμός ή η ιδιαίτερη διακόσμηση των εμπορευμάτων, της συσκευασίας ή του περικαλύμματός τους (άρθρο 13 § 3 Ν. 146/1914). Δηλαδή, η ιδιαίτερη μορφή των προϊόντων (από πλευράς σχήματος, χρώματος, ή δοχείου) με την οποία εμφανίζονται στην αγορά και

²⁹ Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ. , § 56, σελ. 379–381, αριθμ. 383.

³⁰ Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ. , § 56, σελ. 383–384, αριθμ. 388.

³¹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. δ' , σελ. 212–226.

³² Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ. , § 57, σελ. 384–385, αριθμ. 389–390.

διακρίνονται από παρόμοια εμπορεύματα³³. Το δικαίωμα στον διασηματισμό δημιουργείται με την επικράτησή του στις συναλλαγές (ουσιαστικό σύστημα)³⁴. Μπορεί να γίνει δεκτή η δυνατότητα παραχώρησης άδειας χρήσης του διασηματισμού, υπό την επιφύλαξη μόνο ότι συντρέχουν οι προϋποθέσεις του άρθρου 16 Ν. 2239/1994 (που εφαρμόζεται αναλογικά)³⁵. Έτσι, η άδεια χρήσης του διασηματισμού πρέπει να στηρίζεται στην έγγραφη συναίνεση του δικαιούχου. Ακόμη, πρέπει να πληρούνται οι όροι εκείνοι που είναι ικανοί να αποτρέψουν τον κίνδυνο παραπλάνησης του κοινού. Οι όροι αυτοί είναι ποικίλοι και πρέπει να αναζητούνται χωριστά στη συγκεκριμένη περίπτωση. Οπωσδήποτε, ο οικονομικός δεσμός και η συνεργασία ανάμεσα στα μέρη αποτελούν τη βασικότερη εγγύηση για την ποιοτική ομοιομορφία των προϊόντων τους, που αποκλείει τον κίνδυνο παραπλάνησης του καταναλωτικού κοινού. Αλλά και η υποχρέωση του αδειούχου να αποκαλύπτει τη σχέση που τον συνδέει με τον δικαιούχο του διασηματισμού συντελεί στην πληροφόρηση του κοινού ότι πρόκειται για παραγωγή ή κυκλοφορία εμπορευμάτων (ή υπηρεσιών) ύστερα από άδεια χρήσης και, κατά συνέπεια, στην αποτροπή κάθε κινδύνου παραπλάνησης των καταναλωτών. Τέλος, η άδεια χρήσης δεν πρέπει να προσκρούει στο δημόσιο συμφέρον. Στην περίπτωση που με τη χρήση του διασηματισμού από τον αδειούχο δημιουργείται κίνδυνος παραπλάνησης των καταναλωτών ή προσβάλλεται το δημόσιο συμφέρον, η σύμβαση παραχώρησης της άδειας είναι απόλυτα άκυρη (174, ή ενδεχομένως 178 ΑΚ). Την ακυρότητα της σύμβασης μπορούν να επικαλεστούν κατ' αρχήν οι τρίτοι. Επίσης, μπορεί να την επικαλεστεί και ο δικαιούχος του διασηματισμού, αφού πρόκειται για ακυρότητα που πηγάζει από παράβαση διατάξεων δημόσιας τάξης³⁶. Με την άδεια χρήσης του διασηματισμού – τόσο την απλή όσο και την αποκλειστική – θεμελιώνεται υπέρ του αδειούχου δικαίωμα ενοχικής φύσης. Δικαίωμα,

³³ Ο διασηματισμός είναι πρόσθετη ένδειξη του εμπορεύματος, που επιλέγεται ελεύθερα και αυθαίρετα από τον επιχειρηματία. Τεχνικά, επομένως, ή αισθητικά στοιχεία που συναρτώνται αναπόφευκτα και ουσιωδώς κατά την αντίληψη των συναλλαγών με το εμπόρευμα (για την εκπλήρωση του σκοπού, της χρησιμότητας ή χρήσης του προϊόντος) δεν συνιστούν ιδιαίτερα διακριτικά γνωρίσματά του. Για παράδειγμα, η χρησιμοποίηση φιαλιδίου για αρώματα επιβάλλεται τεχνικά. Αντίθετα, η μορφή που θα δοθεί στο φιαλίδιο είναι μια ελεύθερη επιλογή και προστατεύεται ως διασηματισμός (εφόσον διαθέτει διακριτική ικανότητα και έχει καθιερωθεί στις συναλλαγές).

³⁴ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 59, σελ. 394–396, αριθμ. 403–407.

³⁵ Το δίκαιο των σημάτων συμπληρώνει τις ρυθμίσεις που διέπουν τον διασηματισμό, αλλά εμφανίζουν σημαντικά κενά. Την αναλογική αυτή εφαρμογή επιτρέπει αλλά και επιβάλλει η φύση που έχουν το σήμα και ο διασηματισμός, καθώς επιτελούν την ίδια λειτουργία. Και τα δύο διακριτικά γνωρίσματα διακρίνουν την προέλευση των εμπορευμάτων (ή υπηρεσιών) από ορισμένη πηγή και εξατομικεύουν τα συγκεκριμένα προϊόντα από άλλα όμοια ή ομοειδή διαφορετικής επιχείρησης. Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 62, σελ. 407–408, αριθμ. 426.

³⁶ Βλ. Αντωνόπουλο, *όπ. παρ.*, § 62, σελ. 408–410, αριθμ. 428.

συνεπώς, που στρέφεται μόνο κατά του φορέα/ δικαιούχου του διασηματισμού (και δεν παρέχει στον αδειούχο άμεση εξουσία που να ισχύει απέναντι στους τρίτους)³⁷. Ο αδειούχος έναντι των τρίτων που τον προσβάλλουν προστατεύεται βασικά από το άρθρο 13 Ν. 146/1914, με την προϋπόθεση ότι στην παραχώρηση της χρήσης του διακριτικού γνώρισματος περιλαμβάνεται και η άδεια για την εκ μέρους του αυτοτελή άσκηση των αγωγών παράλειψης και αποζημίωσης (επιχείρημα από τη διάταξη του άρθρου 16 § 4 Ν. 2239/1994). Παραπέρα, προστατεύεται με τα άρθρα 1 και 3 του ίδιου νόμου (Ν. 146/1914). Δεν αποκλείεται και εφαρμογή των διατάξεων περί αδικοπραξίας του Αστικού Κώδικα (914 ΑΚ), αφού ο αδειούχος όταν προσβάλλεται χάνει τη δυνατότητα να χρησιμοποιεί ακώλυτα το διακριτικό γνώρισμα, χάνει την εξουσία χρήσης³⁸.

Ο θεσμός της άδειας χρήσης αναγνωρίζεται και στις συμβάσεις δικαιόχρησης, εφόσον τα διακριτικά σημεία και ο διασηματισμός αποτελούν στοιχεία του «πακέτου» Franchising. Η ενίσχυση της διακριτικής δύναμης του διασηματισμού με δαπάνες του αδειούχου (λήπτη του Franchising) κατά τη διάρκεια της σύμβασης παραμένει σε όφελος του δικαιούχου (δότη του Franchising)³⁹.

iv) παραχώρηση άδειας χρήσης δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Σύμφωνα με το άρθρο 2 § 1 Ν. 2121/1993, αντικείμενο των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας είναι «κάθε πρωτότυπο πνευματικό δημιούργημα λόγου, τέχνης ή επιστήμης, που εκφράζεται με οποιαδήποτε μορφή, ιδίως τα γραπτά ή προφορικά κείμενα, ... τα αρχιτεκτονικά έργα». Ακόμη, θεωρούνται ως προστατευόμενα έργα λόγου τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, εφόσον είναι προσωπικό πνευματικό δημιούργημα του δημιουργού τους (άρθρο 2 § 3 Ν. 2121/1993). Η πνευματική ιδιοκτησία περιλαμβάνει, ως αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα, το δικαίωμα της εκμετάλλευσης του έργου (περιουσιακό δικαίωμα) και το δικαίωμα της προστασίας του προσωπικού δεσμού του δημιουργού προς αυτό (ηθικό δικαίωμα)· βλ. άρθρα 1, 3 και 4 Ν. 2121/1993. Τα παραπάνω δικαιώματα αποκτώνται πρωτογενώς χωρίς διατυπώσεις, με αρχικό δικαιούχο τον δημιουργό του έργου (άρθρο 6 Ν. 2121/1993). Ο τελευταίος μπορεί να επιτρέπει σε τρίτους την άσκηση εξουσιών, που απορρέουν από το περιουσιακό του δικαίωμα (άδειες χρήσης και εκμετάλλευσης, αποκλειστικές ή μη). Οι άδειες αυτές είναι άκυρες αν δεν περιβληθούν τον έγγραφο τύπο. Ο

³⁷ Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ. , § 62, σελ. 410–411, αριθμ. 429.

³⁸ Βλ. Αντωνόπουλο, όπ. παρ. , § 62, σελ. 411–412, αριθμ. 430–431.

³⁹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. δ', σελ. 212–226.

αδειούχος νομιμοποιείται, εφόσον δεν υπάρχει αντίθετη συμφωνία, να ζητεί στο δικό του όνομα τη δικαστική προστασία των εξουσιών που ασκεί από παράνομες προσβολές τρίτων (άρθρα 13 και 14 Ν. 2121/1993).

Η παραχώρηση άδειας χρήσης των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας είναι θεμιτή και στα πλαίσια μιας σύμβασης Franchising. Το Εγχειρίδιο Λειτουργίας του δότη, που είναι γραπτό κείμενο, μπορεί να αποτελέσει περιεχόμενο τέτοιας άδειας ως πρωτότυπο πνευματικό δημιούργημα κατά την έννοια του άρθρου 2 Ν. 2121/1993. Το ίδιο ισχύει για τα αρχιτεκτονικά σχέδια του προτύπου καταστήματος του δικτύου Franchising και τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών (software) με βάση τα οποία λειτουργεί το σύστημα μηχανοργάνωσης. Συνεπώς, αναγνωρίζεται η δυνατότητα παραχώρησης της χρήσης του από τον δότη στους λήπτες του Franchising, για να μπορέσουν αυτοί να ενταχθούν και να λειτουργήσουν τις επιχειρήσεις τους μέσα στο Δίκτυο⁴⁰.

ν) παραχώρηση άδειας χρήσης τεχνογνωσίας.

Ο δικαιούχος έχει δημιουργήσει μια συγκεκριμένη τεχνογνωσία αναφορικά με τις μεθόδους διοίκησης, λειτουργίας, διαχείρισης, λογιστικής, εκπαίδευσης, επικοινωνίας, οργάνωσης, μηχανογράφησης, merchandising και marketing που εφαρμόζει η επιχείρησή του. Η τεχνογνωσία αυτή αποτελεί το δεύτερο συστατικό στοιχείο του «πακέτου» Franchising και, στα πλαίσια της σύμβασης δικαιόχρησης, παραχωρείται (με σχετική άδεια του δότη) στον λήπτη προς χρήση και εκμετάλλευση. Ο τελευταίος δικαιούται να την αξιοποιεί οικονομικά, αποκλειστικά και μόνο για την εκπλήρωση της εμπορικής συνεργασίας.

Ως τεχνογνωσία νοείται «ένα σύνολο πρακτικών πληροφοριών που δεν έχει τη μορφή της πατέντας, που απορρέει από την εμπειρία και τις δοκιμές του δικαιούχου, που είναι απόρρητο, σημαντικό και αναγνωρίσιμο». «Απόρρητο» σημαίνει ότι το know-how δεν είναι ευρύτερα γνωστό, ούτε εύκολα προσβάσιμο στο κοινό. «Σημαντικό» σημαίνει ότι το know-how περιλαμβάνει πληροφορίες, που είναι χρήσιμες για την πώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών στους τελικούς καταναλωτές. Επιπλέον, σημαίνει ότι το know-how πρέπει να είναι ικανό κατά την ημερομηνία κατάρτισης της σύμβασης να βελτιώνει την ανταγωνιστική θέση του δικαιούχου, ειδικότερα με το να βελτιώνει την απόδοσή του ή με το να τον βοηθά να μπει σε μια νέα αγορά. «Αναγνωρίσιμο» σημαίνει ότι το know-how πρέπει να προσδιορίζεται επαρκώς, ώστε να καθίσταται δυνατή η πιστοποίηση ότι πληροί τα κριτήρια της μυστικότητας και της σπουδαιότητας (άρθρο 1 Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας). Η λεπτομερής περιγραφή της τεχνογνωσίας

⁴⁰ Βλ. Κωστάκη, *οπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. δ', σελ. 212-226.

συνιστάται να γίνεται στο Εγχειρίδιο Λειτουργίας του δότη, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της σύμβασης Franchising⁴¹.

2. Η ένταξη του λήπτη στο σύστημα Franchising του δότη.

Ο δότης είναι υποχρεωμένος να εντάξει την επιχείρηση του λήπτη στο σύστημα Franchising που έχει δημιουργήσει. Η ένταξη αυτή πρέπει να συντελεστεί ομαλά και αρμονικά, με συγκεκριμένες παροχές από τον δότη στον λήπτη. Οι σημαντικότερες από τις παροχές αυτές είναι οι ακόλουθες:

i) Η μετάδοση της οργανωτικής και τεχνογνωσιολογικής υποδομής για την κατασκευή και διαμόρφωση (εσωτερική και εξωτερική) του καταστήματος του λήπτη, όπως επίσης και η παράδοση της σχετικής αρχιτεκτονικής μελέτης του προτύπου καταστήματος. Το κατάστημα του λήπτη διαμορφώνεται σύμφωνα με τις προδιαγραφές του δότη, οι οποίες είναι ενιαίες για όλα τα καταστήματα του δικτύου Franchising. Το κόστος της προσαρμογής της αρχικής αρχιτεκτονικής μελέτης, της κατασκευής (περιλαμβανομένης και της επίβλεψης που γίνεται από τον αρχιτέκτονα – μηχανικό του δότη για την ακριβή και πιστή εκτέλεση των αρχιτεκτονικών σχεδίων), της διαμόρφωσης και του εξοπλισμού του καταστήματος βαρύνει τον λήπτη.

ii) Η αποκάλυψη των επιχειρηματικών μυστικών του δότη, τα οποία είναι απαραίτητα στον λήπτη για να οργανώσει με επιτυχία την εμπορική του δραστηριότητα στα πλαίσια του συστήματος Franchising.

iii) Η εκπαίδευση του λήπτη και του προσωπικού του σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, διαχείρισης καταστήματος, πώλησης και τοποθέτησης των προϊόντων της σύμβασης δικαιόχρησης, marketing κ.λ.π. Η εκπαίδευση αυτή, που πραγματοποιείται πριν από την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος του λήπτη, θεωρείται χαρακτηριστικό γνώρισμα του Franchising. Εξάλλου, χωρίς τα προγράμματα εκπαίδευσης δεν είναι δυνατή η κοινοποίηση της τεχνογνωσίας του δότη στον λήπτη. Μόνη η παράδοση του Εγχειριδίου Λειτουργίας του δότη δεν αρκεί. Σύμφωνα με τον Ελληνικό Κώδικα Δεοντολογίας (άρθρο 2.2), η παροχή αρχικής εκπαίδευσης στον λήπτη αποτελεί βασικότερη υποχρέωση του δικαιοπαρόχου.

iv) Η παράδοση του Εγχειριδίου Λειτουργίας (Operations Manual) του συστήματος Franchising⁴².

⁴¹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. ε' , σελ. 226–228.

⁴² Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. η' , σελ. 229–230.

3. Η συνεχής υποστήριξη του λήπτη κατά τη διάρκεια παραμονής του στο δίκτυο Franchising.

Η άλλη βασική υποχρέωση του δικαιοπαρόχου είναι η παροχή στον λήπτη εμπορικής ή τεχνικής συνδρομής κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης Franchising (άρθρο 2.2 Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας). Ο δότης πρέπει να διατηρεί ένα διαρκές ενδιαφέρον για την επιχείρηση του λήπτη μετά την έναρξη λειτουργίας της. Να υποστηρίζει τον λήπτη συνεχώς, για όσο χρονικό διάστημα ισχύει η συμβατική τους σχέση. Η υποχρέωση αυτή εξειδικεύεται στις επιμέρους ρήτρες που την συνθέτουν.

Κατ' αρχήν, ο δότης οφείλει να συμβουλεύει τον λήπτη σε οργανωτικά, τεχνικά, διαχειριστικά, λογιστικά, επικοινωνιακά κ.λ.π. θέματα. Ακόμη, σε θέματα σχεδιασμού marketing, merchandising και γενικότερα στην προώθηση (διαφήμιση) των συμβατικών προϊόντων. Εξάλλου, η τεχνογνωσία του δότη ανανεώνεται και εξελίσσεται τακτικά (εμπλουτιζόμενη με καινούρια στοιχεία), ώστε να ανταποκρίνεται στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Για τον ίδιο λόγο, απαιτείται επίσης η αρχική εκπαίδευση του λήπτη να συνδυάζεται και με μεταγενέστερη. Τόσο ο λήπτης όσο και τα στελέχη/ υπάλληλοι της επιχείρησής του εκπαιδεύονται στις νέες μεθόδους λειτουργίας του συστήματος Franchising που έχει αναπτύξει ο δότης, οι οποίες θα τους επιτρέψουν να διατηρήσουν την ίδια υψηλή ποιότητα των αγαθών και να αυξήσουν την πελατεία τους με το μικρότερο δυνατό κόστος. Τέλος, ο δότης είναι υποχρεωμένος να βοηθά τον δικαιοδόχο στην επιλογή του προσωπικού του, στη διακόσμηση και διαμόρφωση βιτρινών, στη συντήρηση των μηχανημάτων⁴³.

4. Ο εφοδιασμός του λήπτη με εμπορεύματα.

Ο δικαιοπάροχος υποχρεούται να φροντίζει για τον έγκαιρο εφοδιασμό του λήπτη με εμπορεύματα, χωρίς καθυστερήσεις και ελλείψεις (ιδίως όταν τα προϊόντα του συστήματος Franchising παράγονται από τον ίδιο τον δότη)⁴⁴.

5. Ο προσδιορισμός της γεωγραφικής περιοχής του λήπτη.

Ο δότης προσδιορίζει με ακρίβεια τη γεωγραφική περιοχή, μέσα στην οποία θα ασκήσει ο λήπτης την επιχειρηματική του δραστηριότητα

⁴³ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. θ' , σελ. 230–231.

⁴⁴ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, ΙΙΙ. 3, σελ. 208–210.

(εκμεταλλευόμενος το «πακέτο» Franchising). Πολλές φορές κρίνεται αναγκαία η προσάρτηση στη σύμβαση δικαιόχρησης ενός χάρτη πάνω στον οποίο θα αποτυπώνονται τα όρια της παραχωρημένης περιοχής, ώστε να αποφεύγονται μελλοντικές αμφισβητήσεις και αντιδικίες. Η περιοχή αυτή θεωρείται προστατευμένη για τον λήπτη, με την έννοια ότι ο δότης αναλαμβάνει διπλή υποχρέωση: αφενός να μην ορίζει (εγκαθιστά) άλλο δικαιούχο στη συγκεκριμένη περιοχή και αφετέρου, να μην λειτουργεί ο ίδιος κατάστημα λιανικής πώλησης των συμβατικών προϊόντων στην αποκλειστική περιοχή του λήπτη (βλ. σχετικά στο παράδειγμα δικαιόχρησης των Κατευθυντήριων Γραμμών της Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, 13.10.2000/C 291/01, παράγρ. 201)^{45 46}.

6. Η υποχρέωση πίστης.

Η απορρέουσα από το άρθρο 288 ΑΚ υποχρέωση πίστης είναι ιδιαίτερα αυξημένη και για τα δύο μέρη στη σύμβαση Franchising, εξαιτίας της μορφής της ως μακροχρόνιας συνεργασίας. Από την πλευρά του δότη, η υποχρέωση πίστης είναι συνυφασμένη κυρίως με την ένταξη του λήπτη στο δίκτυο Franchising και τη συνεχή υποστήριξή του. Ο δότης οφείλει να εκπληρώνει τις γενικότερες αυτές υποχρεώσεις του συνυπολογίζοντας και λαμβάνοντας υπόψη στον προγραμματισμό του συστήματος δικαιόχρησης και τα συμφέροντα του αντισυμβαλλομένου του, τα οποία είναι άμεσα εξαρτημένα⁴⁷.

7. Ο σεβασμός στην αρχή της ίσης μεταχείρισης.

Ο δότης οφείλει να εφαρμόζει στις συμβατικές του σχέσεις την αρχή της ίσης μεταχείρισης. Αυτό σημαίνει πως έχει την υποχρέωση να μην κάνει διακρίσεις στον τρόπο αντιμετώπισης των δικαιούχων του συστήματος Franchising. Η αρχή αυτή για την ίση μεταχείριση όλων των ληπτών πηγάζει από το άρθρο 288 ΑΚ. Συνεπώς, ο δικαιοπάροχος δεν πρέπει να δημιουργεί χωρίς επαρκή δικαιολογητικό λόγο (χωρίς κριτήριο διαφοροποίησης) καλύτερες συνθήκες ανταγωνισμού υπέρ ενός λήπτη,

⁴⁵ Βλ. Κωστάκη, *οπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ι', σελ. 231–235.

⁴⁶ Με την απόφαση 252/1995 της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΔΕΕ 1995, 396 επ.) κρίθηκε ότι η ρήτρα εδαφικής προστασίας του λήπτη συνιστά αρχικά περιορισμό του ανταγωνισμού κατά την έννοια του άρθρου 1 § 1 Ν. 703/1977, δεδομένου ότι έχει ως συνέπεια τον καταμερισμό των αγορών μεταξύ δότη και λήπτη ή μεταξύ των ληπτών. Απαλλάσσεται, όμως, γιατί είναι αναγκαία για να πειστεί ο λήπτης να αναλάβει τον κίνδυνο της ένταξής του στο δίκτυο Franchising (προβαίνοντας σε δικές του επενδύσεις και καταβάλλοντας δικαιώματα στον δότη).

⁴⁷ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, *οπ. παρ.*, κεφάλαιο τέταρτο, ΙΙΙ. 2, σελ. 206–208.

ούτε να του χορηγεί οποιοδήποτε προνόμιο ή προβάδισμα έναντι των υπόλοιπων μελών του δικτύου Franchising⁴⁸.

8. Η τιμολογιακή πολιτική.

Τόσο στην ελληνική (άρθρο 1 § 1 περίπτ. α' Ν. 703/1977) όσο και στην κοινοτική νομοθεσία (άρθρο 81 § 1 περίπτ. α' Συνθ ΕΚ) ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός των τιμών αγοράς ή πώλησης ορίζεται ως ένας από τους σοβαρότερους περιορισμούς του ελεύθερου ανταγωνισμού. Γι' αυτό, ο δότης πρέπει να είναι πάρα πολύ προσεκτικός στη διατύπωση του σχετικού άρθρου της σύμβασης Franchising. Το ίδιο και στην επιχειρηματική πολιτική που ακολουθεί μέσα στα πλαίσια του συστήματος δικαιόχρησης. Τυχόν επιβολή καθορισμένων τιμών μεταπώλησης των συμβατικών προϊόντων στους λήπτες – μέλη του Δικτύου συνεπάγεται την άρση του ευεργετήματος ομαδικής απαλλαγής του Κανονισμού 2790/1999 για το σύνολο της κάθετης συμφωνίας, άρα και της σύμβασης Franchising. Η χορήγηση απαλλαγής σε ατομική βάση δεν είναι πιθανή, γεγονός που επιφέρει οριστικά την ακυρότητα του συγκεκριμένου παράνομου όρου, όπως επίσης και της σύμβασης δικαιόχρησης. Πάντως, ο δότης διατηρεί τη δυνατότητα να επιβάλλει μέγιστες τιμές μεταπώλησης ή να συνιστά τιμές μεταπώλησης, υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση ότι οι παραπάνω τιμές δεν ισοδυναμούν με πάγιες ή ελάχιστες τιμές μεταπώλησης (άρθρο 4 περίπτ. α' του Κανονισμού, σε συνδυασμό με την παράγρ. 46 των Κατευθυντήριων)⁴⁹. Για παράδειγμα, θα μπορούσε να οδηγήσει σε έμμεσο αλλά σαφή καθορισμό τιμών στο Δίκτυο μία συμβατική ρήτρα με βάση την οποία ο δότης θα επέβαλλε στους λήπτες την υποχρέωση να χρησιμοποιούν κατά την τοπική τους διαφήμιση το διαφημιστικό του υλικό, που όμως περιέχει και τις ενδεικτικές έστω τιμές του τιμοκαταλόγου του. Μια σωστή τακτική για την αποφυγή ενός τέτοιου κινδύνου θα ήταν η αναγραφή στο διαφημιστικό υλικό του κάθε λήπτη των δικών του ιδιαίτερων τιμών πώλησης των προϊόντων, οι οποίες δεν θα σχετίζονται με αυτές του δότη (ούτε με εκείνες των άλλων ληπτών, ώστε να μην θεωρηθεί ότι υφίσταται μια εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ τους για την πρακτική εφαρμογή των τιμών). Βέβαια, ενόψει και της μεγάλης πρακτικής δυσκολίας της εφαρμογής της εν λόγω μεθόδου, ακόμη ορθότερη τακτική θα ήταν να μην αναγράφουν ούτε ο δότης ούτε οι λήπτες τις τιμές πώλησης των προϊόντων ή της παροχής των υπηρεσιών του Δικτύου στο διαφημιστικό τους υλικό.

⁴⁸ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. κ' , σελ. 235–236.

⁴⁹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. μμ' , σελ. 282–286.

B. Οι κύριες υποχρεώσεις του λήπτη.

Ο λήπτης πωλεί τα προϊόντα του συστήματος Franchising στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του επιχειρηματικό κίνδυνο⁵⁰. Η συμβολή του στη συνεργασία Franchising περιλαμβάνει συνήθως τις ακόλουθες υποχρεώσεις:

1. Η καταβολή δικαιωμάτων στον δότη.

Στη σύμβαση δικαιόχρησης προβλέπεται ως κύρια υποχρέωση του λήπτη η καταβολή χρηματικών ποσών στον δότη, που αντιστοιχούν στο Δικαίωμα Εισόδου στο σύστημα Franchising και στα Διαρκή Δικαιώματα. Στο ίδιο άρθρο της σύμβασης μπορεί να περιλαμβάνεται, επίσης, η ενδεχόμενη εισφορά του λήπτη στο κόστος της πανελλαδικής διαφήμισης του δικτύου Franchising και των συμβατικών προϊόντων ή υπηρεσιών. Συνιστάται να γίνεται συγκεκριμένη αναφορά τόσο στον τρόπο υπολογισμού των παραπάνω ποσών (και βέβαια στο ύψος τους) όσο και στον τρόπο και χρόνο πληρωμής τους⁵¹.

i) το Δικαίωμα Εισόδου (Entry Fee).

Αποτελεί κανόνα στις συμβάσεις δικαιόχρησης η ύπαρξη πρόβλεψης για την πληρωμή από τον λήπτη στον δότη ενός συγκεκριμένου ποσού, το οποίο ορίζεται ως Δικαίωμα Εισόδου στο σύστημα Franchising. Συνήθως η καταβολή του ποσού αυτού γίνεται εφάπαξ συγχρόνως με την υπογραφή της σύμβασης, συμβαίνει όμως μερικές φορές να συμφωνείται η πληρωμή του σε δόσεις (π.χ. 1/3 με την υπογραφή της σύμβασης, 1/3 με την ολοκλήρωση του σταδίου της αρχικής εκπαίδευσης και 1/3 με την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης του λήπτη).

Το Δικαίωμα Εισόδου καταβάλλεται ως αντάλλαγμα για:

⁵⁰ Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του Franchising είναι η νομική και οικονομική ανεξαρτησία του λήπτη, για την οποία υπάρχει σαφής αναφορά στον Ελληνικό Κώδικα Δεοντολογίας (άρθρο 1). Κάθε μέλος του Δικτύου συναλλάσσεται με τη δική του εμπορική επωνυμία, χωρίς η δραστηριότητά του να επηρεάζει τον δικαιοπάροχο. Η ιδιότητα του λήπτη ως ανεξάρτητου επιχειρηματία πρέπει να δηλώνεται με έμφαση σε ιδιαίτερη διάταξη της σύμβασης Franchising. Απόρροια της ανεξαρτησίας αυτής αποτελεί το γεγονός ότι ο δότης δεν δεσμεύεται για τα χρέη του λήπτη προς τους τρίτους. Ο λήπτης αναλαμβάνει την αποκλειστική ευθύνη για τη λειτουργία της επιχείρησής του απέναντι στους καταναλωτές – πελάτες αλλά και απέναντι στις Αρχές (Δημόσιο, ΙΚΑ, Τράπεζες κ.λ.π.). Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. β', σελ. 203–210.

⁵¹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. μ', σελ. 238.

- α) την ένταξη (είσοδο) του λήπτη στο δίκτυο Franchising του δότη και την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας κάτω από ένα επώνυμο σύστημα δικαιόχρησης.
- β) την παραχώρηση στον λήπτη της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας του δότη.
- γ) την παραχώρηση της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας του δότη.
- δ) τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκε ο δότης, προκειμένου να επιλέξει τον συγκεκριμένο λήπτη (δημοσιεύσεις, συνεντεύξεις, έλεγχος οικονομικών στοιχείων κ.λ.π.).
- ε) τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκε ο δότης κατά τη διαδικασία ανεύρεσης και έγκρισης του χώρου, όπου θα λειτουργήσει το κατάστημα του λήπτη (έρευνα αγοράς, ταξίδια κ.λ.π.).
- στ) την παράδοση στον λήπτη της βασικής αρχιτεκτονικής μελέτης για τον τρόπο διαμόρφωσης του καταστήματός του, η οποία έχει συνταχθεί με έξοδα του δότη.
- ζ) την παράδοση του Εγχειριδίου Λειτουργίας.
- η) την αρχική εκπαίδευση του λήπτη στις μεθόδους λειτουργίας του συστήματος Franchising.
- θ) τα έξοδα νομικής, λογιστικής κ.λ.π. φύσης στα οποία υποβλήθηκε ο δότης, προκειμένου να ετοιμάσει όλα τα απαραίτητα σχετικά έγγραφα (συμβάσεις, εγχειρίδια, ενημερωτικά έντυπα κ.λ.π.).
- ι) την παραχώρηση αποκλειστικής εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising σε μία ορισμένη γεωγραφική περιοχή⁵².

Ο υπολογισμός από τον δότη του ποσού που αντιστοιχεί στο Δικαίωμα Εισόδου δεν είναι εύκολος. Μια απλή και αποτελεσματική μέθοδος υπολογισμού είναι η αποτίμηση κάθε παροχής προς τον λήπτη. Θεωρητικά, λοιπόν, το ποσό του Δικαιώματος Εισόδου θα πρέπει να ισούται με το συνολικό ποσό των παροχών που ήδη αποτιμήθηκαν. Όμως, είναι πιθανόν το συγκεκριμένο ποσό να είναι πάρα πολύ υψηλό συγκρινόμενο με τις συνθήκες που επικρατούν στη σχετική αγορά και κατά συνέπεια, αποτρεπτικό για την προσέλκυση υποψήφιων ληπτών. Στην περίπτωση αυτή, ο δότης είναι εκ των πραγμάτων υποχρεωμένος να προβεί στην εύλογη μείωση του ποσού που προέκυψε από τον παραπάνω υπολογισμό, συνεκτιμώντας όλες τις παραμέτρους. Ειδικότερα, θα πρέπει να λάβει υπόψη του το είδος και την αξία των παροχών, τα

⁵² Ορισμένοι συγγραφείς δέχονται ότι η παραχώρηση της άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising, όπως επίσης και η παραχώρηση αποκλειστικότητας μιας συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής αντιστοιχούν στην καταβολή των Διαρκών Δικαιωμάτων. Η άποψη αυτή είναι καλύτερα θεμελιωμένη από την κρατούσα που θεωρεί ότι οι παραπάνω παροχές του δότη αντιστοιχούν στην αντιπαροχή του λήπτη που ενσωματώνεται στην καταβολή του Δικαιώματος Εισόδου στο σύστημα δικαιόχρησης. Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τρίτο, κεφάλαιο Α' , τμήμα 2, σελ. 74-77.

χαρακτηριστικά της παραχωρημένης περιοχής μέσα στην οποία θα λειτουργήσει ο λήπτης την επιχείρησή του (τοπικός ανταγωνισμός, βιοτικό επίπεδο), τον βαθμό εξάπλωσης του δικτύου Franchising και αύξησης της εμπορικής του φήμης κ.λ.π. Μάλιστα, όπου απαιτείται η πραγματοποίηση υψηλών επενδύσεων από τον υποψήφιο λήπτη για την ένταξή του στο δίκτυο Franchising και την έναρξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας (π.χ. υψηλά ενοίκια, «αέρας», υψηλό κόστος απόκτησης του απαιτούμενου εξοπλισμού, υψηλό κόστος διαμόρφωσης του καταστήματός του κ.λ.π.), το ποσό του Δικαιώματος Εισόδου δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το 5–10% του ποσού της αρχικής επένδυσης. Πάντως, στην πράξη πολλές φορές ο καθορισμός του Δικαιώματος Εισόδου γίνεται με αποκλειστικό κριτήριο το τι συνηθίζεται στη σχετική αγορά, χωρίς να εξετάζονται οι ιδιαιτερότητες του κάθε συστήματος Franchising⁵³.

ii) τα Διαρκή Δικαιώματα (Royalties).

Η πλειονότητα των συμβάσεων Franchising προβλέπει την πληρωμή από τον λήπτη στον δότη χρηματικών ποσών κατά τακτά χρονικά διαστήματα, σε όλη τη διάρκεια της συμβατικής τους σχέσης. Τα παραπάνω ποσά ορίζονται ως Διαρκή Δικαιώματα και ο συνηθέστερος τρόπος υπολογισμού τους είναι υπό τη μορφή συγκεκριμένου ποσοστού επί του κύκλου εργασιών της επιχείρησης του λήπτη μετά την αφαίρεση των φόρων. Το ποσοστό αυτό διαφέρει από το ένα δίκτυο Franchising στο άλλο και το ύψος του εξαρτάται από το είδος των παροχών του δότη στις οποίες αντιστοιχεί, τις συνθήκες που επικρατούν στη σχετική αγορά, τη φήμη του συστήματος δικαιόχρησης κ.λ.π. Άλλοι τρόποι υπολογισμού των Διαρκών Δικαιωμάτων είναι οι ακόλουθοι:

– συγκεκριμένο προκαθορισμένο σταθερό ποσό, με το οποίο πρέπει τουλάχιστον να ισούται κάθε περιοδική καταβολή του λήπτη. Αυτός ο τρόπος υπολογισμού ακολουθείται κυρίως στον τομέα της εστίασης και βασικές του παράμετροι είναι η τοποθεσία του καταστήματος (π.χ. του εστιατορίου), το μέγεθός του και το χρονικό διάστημα λειτουργίας του.

– ποσοστό επί των κερδών της επιχείρησης του λήπτη, που μπορεί να είναι κυμαινόμενο και αντιστρόφως ανάλογο με την αύξηση των κερδών (ώστε να δίνεται ένα επιπλέον κίνητρο στον λήπτη για την πραγματοποίηση υψηλότερων κερδών).

Τα Διαρκή Δικαιώματα καταβάλλονται για:

α) τη διαρκή παροχή από τον δότη υπηρεσιών υποστήριξης της επιχείρησης του λήπτη σε θέματα λογιστικής φύσης, μηχανοργάνωσης,

⁵³ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τρίτο, κεφάλαιο Α' , τμήμα 1, σελ. 72–74.

διαμόρφωσης του καταστήματός του, προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών κ.λ.π.

β) τη διαρκή ανανέωση από τον δότη της τεχνογνωσίας του και την εφαρμογή νέων επιχειρηματικών και οργανωτικών μεθόδων μέσα στο σύστημα Franchising, προκειμένου η λειτουργία του να ανταποκρίνεται κάθε φορά στα νέα δεδομένα της αγοράς και η παροχή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στον λήπτη να είναι συνεχής.

γ) την επαναλαμβανόμενη εκπαίδευση του λήπτη στις νέες μεθόδους λειτουργίας του συστήματος δικαιόχρησης⁵⁴.

iii) η εισφορά για την εθνική διαφήμιση (Advertising Contribution).

Στη σημερινή εποχή που η διαφήμιση διαδραματίζει έναν κυρίαρχο ρόλο στην προώθηση των πωλήσεων και την εμπορική φήμη των επιχειρήσεων, θα ήταν πράγματι πολύ παράδοξο εάν τα δίκτυα Franchising την αγνοούσαν. Οι περισσότερες, λοιπόν, συμβάσεις δικαιόχρησης περιλαμβάνουν σχετικές προβλέψεις για την εθνική διαφήμιση τόσο των διατιθέμενων προϊόντων ή υπηρεσιών όσο και του ίδιου του συστήματος Franchising. Η διαφήμιση σε πανελλαδική κλίμακα πραγματοποιείται από τον δότη, με την οικονομική συμμετοχή των ληπτών του Δικτύου στο διαφημιστικό κόστος. Όπως τονίζεται στο παράδειγμα δικαιόχρησης των Κατευθυντήριων (παράγρ. 201), «οι δικαιοδόχοι είναι υποχρεωμένοι ... να συμβάλλουν στην κοινή διαφήμιση». Στην πράξη, η συνεισφορά κάθε λήπτη στο πανεθνικό διαφημιστικό πρόγραμμα συνίσταται συνήθως στην καταβολή ενός συγκεκριμένου ποσοστού επί του κύκλου εργασιών της επιχείρησής του⁵⁵.

2. Η ενεργός προώθηση των πωλήσεων των συμβατικών προϊόντων ή υπηρεσιών.

Η κρατούσα άποψη συγκαταλέγει στις κύριες υποχρεώσεις του λήπτη και την υποχρέωσή του για ενεργό υποστήριξη και προώθηση των πωλήσεων, με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής του εργασίας και των άλλων μέσων που έχει στη διάθεσή του⁵⁶. Η άποψη αυτή βρίσκει προφανώς έρεισμα στην αντίστοιχη υποχρέωση του δότη να εντάξει την επιχείρηση του λήπτη στο σύστημα Franchising και να παρέχει συνεχή αρωγή και υποστήριξη. Εφόσον λοιπόν ο δότης συμβάλλει ενεργά στην επιτυχία της εμπορικής συνεργασίας, φαίνεται

⁵⁴ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τρίτο, κεφάλαιο Α' , τμήμα 2, σελ. 74–77.

⁵⁵ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τρίτο, κεφάλαιο Α' , τμήμα 3, σελ. 77.

⁵⁶ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. ν' , σελ. 238–239.

λογικό να απαιτηθεί και από τον λήπτη να ενεργοποιεί τις δυνάμεις του με τον καλύτερο δυνατό τρόπο για την προώθηση των πωλήσεων των συμβατικών προϊόντων και υπηρεσιών. Εξάλλου, στον Ελληνικό Κώδικα Δεοντολογίας (άρθρο 2.3) θεωρείται υποχρέωση του δικαιοδόχου η καταβολή από αυτόν κάθε δυνατής προσπάθειας για την ανάπτυξη της επιχείρησης Franchising, η οποία θα επιτευχθεί βασικά διαμέσου της ενεργού προώθησης των πωλήσεων⁵⁷.

3. Η συμμόρφωση του λήπτη στις οργανωτικές αρχές του συστήματος Franchising.

Ο λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται στις ενιαίες οργανωτικές αρχές του συστήματος Franchising, που έχουν διαμορφωθεί από τον δότη. Ιδίως, οφείλει να σέβεται την αρχή της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία η εικόνα τόσο των σημείων πώλησης όσο και των προϊόντων πρέπει να είναι πάντα ενιαία.

Στο παράδειγμα δικαιόχρησης των Κατευθυντήριων (παράγρ. 201) αναφέρεται σαφώς η υποχρέωση των ληπτών του δικτύου Franchising «να έχουν την ίδια παρουσίαση» (διακόσμηση καταστημάτων, κοινή διαφήμιση κ.λ.π.). Η υποχρέωση αυτή επεκτείνεται αντίστοιχα για τα προϊόντα του συστήματος Franchising. Η σύνθεση, η παρασκευή, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εμφάνιση (image) των συμβατικών προϊόντων πρέπει να είναι ενιαία, ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά στην οποία γίνεται η διάθεσή τους⁵⁸.

⁵⁷ Υπάρχει και αντίθετη άποψη, όμως, σύμφωνα με την οποία είναι αμφίβολο εάν η προώθηση των πωλήσεων μπορεί να χαρακτηριστεί ως κύρια ή γενικά ως υποχρέωση του λήπτη. Υπέρ της άποψης αυτής συνηγορεί το γεγονός ότι ο λήπτης του Franchising, παρά την ένταξή του σε μια συγκεντρωτικά οργανωμένη ομάδα επιχειρήσεων, διατηρεί την ανεξαρτησία του αυτόνομου επιχειρηματία και κάνει τις πωλήσεις στο δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό. Κατά συνέπεια, τόσο η διενέργεια όσο και η προώθηση των πωλήσεων είναι φυσική απόρροια της επιχειρηματικής και οικονομικής ελευθερίας του. Αντίθετα, αν θεωρηθεί ότι οι πωλήσεις που κάνει ο λήπτης αποτελούν εκπλήρωση υποχρέωσης προς τρίτο, τότε υφίσταται ο κίνδυνος της ουσιαστικής υπαλληλοποίησής του. Μια τέτοια θεώρηση αντίκειται στη φύση της σύμβασης Franchising ως σχέσης συνεργασίας μεταξύ αυτόνομων οικονομικών φορέων. Για τον ίδιο λόγο δεν μπορεί να θεωρηθεί δεσμευτική η συνηθισμένη στη σύμβαση – πλαίσιο ρήτρα, με βάση την οποία ο λήπτης υπόσχεται την προώθηση των πωλήσεων με όλες του τις δυνάμεις. Βέβαια, δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι από τη σκοπιά του δότη η προώθηση των πωλήσεων αποτελεί ένα είδος δικαιοπρακτικού θεμελίου, αφού στον σκοπό αυτό αποβλέπει η παροχή της χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising. Στο μέτρο αυτό, ο δότης έχει δικαιολογημένο συμφέρον να προστατευτεί από τον κίνδυνο αδράνειας του λήπτη. Ωστόσο, ως ασφαλιστικές δικλίδες για το ενδεχόμενο τέτοιας αδράνειας μπορούν να λειτουργήσουν η συνομολόγηση ρητρών ελάχιστου ποσού πωλήσεων, η ρήτρα αγοράς από τον λήπτη μιας ελάχιστης ποσότητας προϊόντων του συστήματος δικαιόχρησης κ.λ.π. Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, ΙΙΙ. 4, σελ. 210–212.

⁵⁸ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. π', σελ. 240.

4. Η υποχρέωση πίστης.

Η αυξημένη υποχρέωση πίστης δεν βαρύνει ισομερώς τους συμβαλλομένους. Αφορά κυρίως τον λήπτη και τη διαμεσολαβητική του υπηρεσία. Ειδικότερες εκφάνσεις της υποχρέωσης πίστης αποτελούν: η υποχρέωση του λήπτη να συμμορφώνεται με τις οδηγίες του δότη για τη διάθεση των προϊόντων της σύμβασης Franchising· η υποχρέωση του λήπτη να διαμορφώνει τους χώρους και τη βιτρίνα του καταστήματός του, ακολουθώντας τις υποδείξεις του δότη· η υποχρέωση παράλειψης πράξεων ανταγωνισμού· η υποχρέωση εμπιστευτικότητας και εχεμύθειας⁵⁹.

i) η συμμόρφωση του λήπτη στον τρόπο διεξαγωγής των πωλήσεων του δότη.

Παρόλο που ο λήπτης είναι ανεξάρτητος επιχειρηματίας, οφείλει να προγραμματίζει και να διεξάγει τις πωλήσεις των προϊόντων του συστήματος δικαιόχρησης τηρώντας απόλυτα τη μέθοδο marketing του δότη. Μόνο έτσι μπορεί να επιτευχθεί ο οικονομικός σκοπός του Franchising. Το ίδιο προβλέπει και ο Ελληνικός Κώδικας Δεοντολογίας, που επιβάλλει την υποχρέωση στους λήπτες του δικτύου Franchising να ασκούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σύμφωνα με τα πρότυπα του δικαιοπαρόχου (άρθρο 1)⁶⁰.

ii) η αυστηρή τήρηση από τον λήπτη των οδηγιών του δότη για τη διαμόρφωση του καταστήματός του.

Ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να ακολουθεί πιστά τις προδιαγραφές και υποδείξεις του δότη για την εξωτερική και εσωτερική διαμόρφωση (διακόσμηση), την τοποθέτηση του διακοσμητικού υλικού και των εμπορευμάτων, την ανάρτηση των διαφημιστικών πινακίδων και επιγραφών, τη θέση των επίπλων, του εξοπλισμού και γενικότερα τη διευθέτηση του καταστήματός του.

Στο σχετικό άρθρο της σύμβασης Franchising κρίνεται σκόπιμο να αναλύεται επακριβώς το περιεχόμενο και ο τρόπος εκπλήρωσης της υποχρέωσης αυτής του λήπτη. Πρέπει, επίσης, να υπάρχει πρόβλεψη για την ανανέωση ή αλλαγή της εμφάνισης του καταστήματος και του εξοπλισμού του. Συγκεκριμένα, το κατάστημα του λήπτη πρέπει να φέρει τα ιδιαίτερα χρώματα του δότη, τα σήματα (ταμπέλες) και γενικότερα όλα εκείνα τα διακριτικά γνωρίσματα που συνιστούν το τυπικό σημείο

⁵⁹ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, III, 2, σελ. 206–208.

⁶⁰ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ξ', σελ. 239.

πώλησης του συστήματος Franchising. Ακόμη, πρέπει να έχει τον ειδικά μελετημένο από τον δότη εξοπλισμό, ο οποίος περιγράφεται στο προσαρτημένο Εγχειρίδιο Λειτουργίας. Ο λήπτης οφείλει να εξασφαλίζει την έγγραφη προέγκριση του δότη πριν από οποιαδήποτε μεταβολή στη διαμόρφωση του καταστήματός του. Ο δότης διατηρεί το δικαίωμα να ζητά από τον λήπτη την ανανέωση ή την αλλαγή της (εξωτερικής και εσωτερικής) εμφάνισης του καταστήματός του και του εξοπλισμού του. Η παραπάνω ανανέωση/ αλλαγή θα πραγματοποιείται με βάση τις οδηγίες του δότη (στα χρονικά διαστήματα που εκείνος επιβάλλει), λαμβάνοντας όμως υπόψη και τη γνώμη του λήπτη. Τέτοιου είδους ανανεώσεις και αλλαγές είναι επιβεβλημένες από την ανάγκη τόσο της διαρκούς άριστης εμφάνισης των καταστημάτων του δικτύου Franchising όσο και της συνεχούς εξέλιξης του συστήματος δικαιόχρησης (βασικότατο εξωτερικό γνώρισμα του οποίου είναι η οπτική ταυτότητα). Η τελική εμφάνιση του καταστήματος του λήπτη εγκρίνεται από τον δότη πριν από την έναρξη λειτουργίας του⁶¹.

iii) η επιβαλλόμενη στον λήπτη απαγόρευση ανταγωνισμού.

Απαγορεύεται απόλυτα στον λήπτη να επιχειρεί πράξεις ανταγωνισμού σε όλη τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης δικαιόχρησης⁶². Η συγκεκριμένη απαγόρευση εξειδικεύεται στις ακόλουθες υποχρεώσεις:

⁶¹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ο', σελ. 240.

⁶² Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί ότι ειδικά για το Franchising δεν ισχύει ο προβλεπόμενος στο άρθρο 5 περίπτ. α' του Κανονισμού 2790/1999 χρονικός περιορισμός της πενταετίας για την επιβολή στον λήπτη της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού. Οι συμβάσεις δικαιόχρησης συνάπτονται στην πλειονότητα των περιπτώσεων για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα (ώστε να επιτρέπουν στους δικαιοδόχους να αποσβέσουν τις αρχικές τους επενδύσεις, άρθρο 5.4 Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας) και η συγκεκριμένη διάταξη του Κανονισμού θα δημιουργούσε σοβαρότατα προβλήματα. Αναλυτικά, η Επιτροπή αναφέρει στις Κατευθυντήριες Γραμμές (παράγρ. 157) ότι «η μεταβίβαση ουσιώδους τεχνογνωσίας συνήθως δικαιολογεί την επιβολή υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού για όλη τη διάρκεια ισχύος της συμφωνίας διάθεσης, όπως για παράδειγμα στο πλαίσιο δικαιόχρησης». Επιπλέον, διατυπώνει την άποψη ότι: «Μία υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού όσον αφορά τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αγοράζονται από τον δικαιοδόχο δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 § 1 όταν η υποχρέωση είναι απαραίτητη για τη διαφύλαξη της κοινής ταυτότητας και της φήμης του δικτύου δικαιόχρησης. Σε τέτοιες περιπτώσεις, η διάρκεια της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού δεν αποτελεί ουσιώδη παράγοντα σύμφωνα με το άρθρο 81 § 1, εφόσον δεν υπερβαίνει τη διάρκεια της ίδιας της συμφωνίας δικαιόχρησης» (παράγρ. 200 των Κατευθυντήριων). Σε ενίσχυση μάλιστα της άποψης αυτής, αναγνωρίζει στην αμέσως επόμενη παράγραφο των Κατευθυντήριων (παράγρ. 201) ότι η ρήτρα μη άσκησης ανταγωνισμού που καλύπτει όλη τη διάρκεια μιας δεκαετούς συμφωνίας Franchising είναι δεκτική απαλλαγής, εφόσον «επιτρέπει στον δικαιοπάροχο να διατηρήσει την ομοιομορφία των σημείων πώλησης και να εμποδίσει τους ανταγωνιστές να επωφεληθούν από το εμπορικό του σήμα».

– Ο λήπτης υποχρεούται να μην ασκεί, άμεσα ή έμμεσα, οποιαδήποτε όμοια/ παρεμφερή εμπορική δραστηριότητα με αυτήν του δικτύου Franchising στο οποίο ανήκει⁶³.

– Ο λήπτης έχει την υποχρέωση να μην αποκτά χρηματοοικονομική συμμετοχή στο κεφάλαιο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων⁶⁴.

– Ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να προμηθεύεται τα συμβατικά προϊόντα αποκλειστικά και μόνο από τον δότη (ή από τρίτους που υπέδειξε ο δότης). Οφείλει μάλιστα να τα πωλεί λιανικά στους καταναλωτές με τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα που έφεραν κατά την παράδοσή τους από τον δικαιούχο, χωρίς να αλλοιώνει, να τροποποιεί ή να αντικαθιστά κανένα στοιχείο τους. Στα πλαίσια της ίδιας υποχρέωσης, ο λήπτης δεσμεύεται να παρέχει από το κατάστημά του αποκλειστικά και μόνο τις συμβατικές υπηρεσίες που του προσφέρει ο δότης.

– Ο λήπτης δεν έχει τη δυνατότητα να παράγει και να πωλεί προϊόντα, που είναι ανταγωνιστικά με τα αγαθά του δότη (ούτε να παρέχει υπηρεσίες ανταγωνιστικές με εκείνες του συστήματος δικαιόχρησης)⁶⁵.

iv) η μη κοινοποίηση από τον λήπτη σε τρίτους της τεχνογνωσίας και των επαγγελματικών απορρήτων του δότη.

Ο λήπτης υποχρεούται να μην αποκαλύπτει σε τρίτους το know-how που του έχει παραχωρήσει ο δικαιούχος (άρθρο 2.3 Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας). Την ίδια υποχρέωση υπέχει και το προσωπικό του λήπτη. Για το συμφέρον, λοιπόν, του συστήματος Franchising συμφωνούν και αποδέχονται να εφαρμόζουν όλα τα απαραίτητα μέτρα που θα προφυλάξουν και θα διατηρήσουν μυστική την τεχνογνωσία του δότη. Εννοείται, βέβαια, πως τόσο ο δικαιούχος όσο και οι υπάλληλοι της επιχείρησής του οφείλουν συγχρόνως «να εξασφαλίζουν την εμπιστευτικότητα του Εγχειριδίου Λειτουργίας που παρέχει ο δικαιούχος» (παράγρ. 201 των Κατευθυντήριων). Το Εγχειρίδιο αυτό (που περιλαμβάνει σε πλήρη ανάλυση την τεχνογνωσία του δότη) παραμένει σε ασφαλή χώρο του καταστήματος του λήπτη, υπό την αποκλειστική του ευθύνη.

⁶³ Η επιβολή στον λήπτη της συγκεκριμένης υποχρέωσης θεωρείται γενικά αναγκαία για την προστασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του δότη και καλύπτεται από τον Κανονισμό 2790/1999, εάν τυχόν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 § 1 της Συνθήκης ΕΚ (βλ. παράγρ. 44 περίπτ. α' των Κατευθυντήριων).

⁶⁴ Οι Κατευθυντήριες Γραμμές της Επιτροπής (παράγρ. 44 περίπτ. β') περιέχουν παρόμοια πρόβλεψη, όπως και στην αμέσως προηγούμενη περίπτωση.

⁶⁵ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ., μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ψ', σελ. 250–270.

Εκτός από την υποχρέωση εμπιστευτικότητας που βαρύνει τον λήπτη για την προστασία της τεχνογνωσίας του δότη, υπάρχει και η υποχρέωση εχεμύθειας. Αυτό σημαίνει ότι ο λήπτης δεσμεύεται επιπλέον για την τήρηση (μη ανακοίνωση) των επαγγελματικών απορρήτων του δότη, εμπορικών και βιομηχανικών. Τα εμπορικά απόρρητα είναι εμπορικής φύσης, όπως π.χ. κατάλογοι πελατών και προμηθευτών, κοστολόγια και υπολογισμοί τιμών, προσφορές για ανάληψη έργων με μειοδοτικούς διαγωνισμούς πριν από την υποβολή τους, μέθοδοι marketing και οργάνωσης της επιχείρησης γενικότερα κ.λ.π. Τα βιομηχανικά απόρρητα είναι τεχνικής φύσης, όπως π.χ. σχέδια και μέθοδοι κατασκευής/ σύνθεσης προϊόντων, ακόμη και μία μη δηλωθείσα εφεύρεση⁶⁶.

5. Η αναγνώριση του δικαιώματος του δότη να προβαίνει στην εφαρμογή νέων μεθόδων στο σύστημα Franchising.

Ο λήπτης αναγνωρίζει οπωσδήποτε το δικαίωμα του δότη να εφαρμόζει (όποτε κρίνει εκείνος απαραίτητο) νέες μεθόδους marketing, πωλήσεων, διοίκησης, διαχείρισης, οργάνωσης, επικοινωνίας κ.λ.π. στο σύστημα δικαιόχρησης. Εξάλλου, με τον τρόπο αυτό διατηρείται η ανταγωνιστικότητα του δικτύου Franchising μέσα σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο και εξελισσόμενο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον. Αξίζει να σημειωθεί πως «το δικαίωμα του Δικαιοπαρόχου να προσαρμόζει το σύστημα franchise σε νέες ή διαφοροποιημένες μεθόδους» αναφέρεται στον Ελληνικό Κώδικα Δεοντολογίας (άρθρο 5.4) ως ένας από τους στοιχειωδώς ελάχιστους όρους της σύμβασης δικαιόχρησης⁶⁷.

6. Η εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising μόνο μέσα από το κατάστημα του λήπτη.

Στο παράδειγμα δικαιόχρησης των Κατευθυντήριων (παράγρ. 201) αναφέρεται ρητά ότι «επιτρέπεται στους δικαιοδόχους να πραγματοποιούν πωλήσεις μόνο στους συμφωνηθέντες χώρους». Πρόκειται για τη λεγόμενη ρήτρα καταστήματος, σύμφωνα με την οποία ο λήπτης υποχρεούται να εκμεταλλεύεται το «πακέτο» Franchising αποκλειστικά μέσα από το εμπορικό του κατάστημα⁶⁸. Πάντως, ο λήπτης

⁶⁶ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ββ', σελ. 271–273.

⁶⁷ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ρ', σελ. 241.

⁶⁸ Εφόσον ο δικαιοδόχος πρόκειται να λειτουργήσει την επιχείρηση Franchising σε χώρο που δεν ανήκει στην ιδιοκτησία του, κρίνεται σκόπιμο να προβλέπεται η δυνατότητα του δότη για έλεγχο και έγκριση του μισθωτηρίου συμβολαίου.

έχει το δικαίωμα μετά από σχετική έγκριση του δότη να ανοίξει και άλλο ή άλλα καταστήματα του δικτύου Franchising στην παραχωρημένη γεωγραφική περιοχή, με δική του βέβαια δαπάνη⁶⁹.

7. Η μη αλλαγή του καταστήματος του λήπτη χωρίς την έγκριση του δότη.

Ο λήπτης δεν δικαιούται να μεταβάλλει τον τόπο εγκατάστασης των υπαγόμενων στη σύμβαση Franchising χώρων χωρίς τη συγκατάθεση του δότη. Η παραπάνω ρήτρα δικαιολογείται με το επιχείρημα ότι η θέση του καταστήματος μπορεί να επηρεάσει την εμπορική επιτυχία του συστήματος δικαιόχρησης. Για παράδειγμα, η μεταφορά του σε μία υποβαθμισμένη περιοχή θα είχε αρνητικές επιπτώσεις στην καλή φήμη και πελατεία του δικτύου Franchising. Δεν αποκλείεται, όμως, η ρήτρα αυτή να αποσκοπεί σε μία ορθολογική κατανομή των διάφορων καταστημάτων (ώστε να καλύπτουν με τον καλύτερο τρόπο τη συνολική περιοχή στην οποία εκτείνεται το Δίκτυο του δότη).

Κατά τη διάρκεια, λοιπόν, ισχύος της σύμβασης Franchising ο λήπτης έχει τη δυνατότητα να αλλάξει το κατάστημά του μόνο με την έγγραφη συναίνεση του δότη (που θα αφορά κυρίως τη νέα τοποθεσία μέσα στα όρια της παραχωρημένης γεωγραφικής περιοχής, το μέγεθος και τη μορφή του καταστήματος). Η έγκριση χορηγείται ιδιαίτερα σε περιπτώσεις όπου λόγοι ανωτέρας βίας, λήξης μισθωτηρίου συμβολαίου, καταγγελίας για ιδιόχρηση και άλλοι παρόμοιοι επιβάλλουν τη μεταστέγαση του καταστήματος του λήπτη⁷⁰.

8. Η διατήρηση του καταστήματος του λήπτη σε άριστη κατάσταση.

Ο λήπτης οφείλει να διατηρεί το κατάστημα και τον εξοπλισμό του σε άριστη κατάσταση, πραγματοποιώντας έγκαιρα με δικά του έξοδα όλες τις αναγκαίες επισκευές και συντηρήσεις. Με δικά του, επίσης, έξοδα υποχρεούται να διατηρεί συνεχώς καθαρό και τακτοποιημένο το κατάστημά του σύμφωνα με τις υποδείξεις του δότη. Εννοείται, βέβαια, πως οποιαδήποτε δαπάνη σχετική με τη λειτουργία του καταστήματος (π.χ. φωτισμός, ύδρευση, δημοτικά τέλη, φόροι, έξοδα αδειών κ.λ.π.) βαρύνει αποκλειστικά τον λήπτη⁷¹.

⁶⁹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. σ' , σελ. 241–242.

⁷⁰ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. τ' , σελ. 242–243.

⁷¹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. υ' , σελ. 243.

9. Η ασφάλιση του καταστήματος του λήπτη.

Ο λήπτης έχει την υποχρέωση να ασφαλίσει το κατάστημα, τα εμπορεύματα και τον εξοπλισμό του έναντι των κινδύνων πυρός, πλημμυρών, σεισμών, τρομοκρατικών ενεργειών, διαρρήξεων και κλοπών. Υποχρεούται, ακόμη, να συνάψει ασφαλιστήριο συμβόλαιο για την αστική του ευθύνη απέναντι στους τρίτους συναλλασσομένους με την επιχείρηση Franchising. Η ασφαλιστική εταιρία που θα επιλεγεί πρέπει να είναι κοινής αποδοχής, η δε ασφαλιστική κάλυψη να ισχύει σε όλη τη διάρκεια της σύμβασης δικαιόχρησης. Ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να παραδώσει στον δότη ένα αντίγραφο όλων των ασφαλιστηρίων συμβολαίων, όπως επίσης και τα αποδεικτικά πληρωμής των ασφαλιστρών (όποτε αυτά του ζητηθούν)⁷².

10. Η μη διενέργεια ενεργητικών πωλήσεων σε άλλες παραχωρημένες περιοχές ή σε άλλες παραχωρημένες ομάδες πελατών.

Ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να απέχει από τη διενέργεια ενεργητικών πωλήσεων σε γεωγραφικές περιοχές ή σε ομάδες πελατών, τις οποίες ο δότης έχει παραχωρήσει κατ' αποκλειστικότητα σε άλλους δικαιοδόχους ή έχει κρατήσει για τον εαυτό του (για να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά ο ίδιος)⁷³. Ως «ενεργητικές» πωλήσεις νοούνται σύμφωνα με την Επιτροπή: «(1) η ενεργητική προσέγγιση μεμονωμένων πελατών εντός της αποκλειστικής περιοχής ή εντός της αποκλειστικής ομάδας πελατών ενός άλλου διανομέα, για παράδειγμα με απευθείας ταχυδρομικές αποστολές ή επισκέψεις, ή (2) η ενεργητική προσέγγιση μιας συγκεκριμένης ομάδας πελατών ή πελατών σε μια συγκεκριμένη περιοχή που έχει παραχωρηθεί κατ' αποκλειστικότητα σε άλλο διανομέα, μέσω διαφημίσεων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή άλλων ενεργειών προώθησης που στοχεύουν ειδικά σ' αυτή την ομάδα πελατών ή σε πελάτες που βρίσκονται στη συγκεκριμένη περιοχή, ή (3) η εγκατάσταση αποθηκών ή πρατηρίου διανομής στην αποκλειστική περιοχή ενός άλλου διανομέα» (παράγρ. 50 των Κατευθυντήριων).

Η απαγόρευση των ενεργητικών πωλήσεων συνδυάζεται με την αντίστοιχη υποχρέωση εδαφικής προστασίας του λήπτη που επιβάλλεται

⁷² Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. φ' , σελ. 243.

⁷³ Η δυνατότητα επιβολής της παραπάνω υποχρέωσης συνιστά επιτρεπόμενη από τον Κανονισμό 2790/1999 εξαίρεση στον κανόνα του άρθρου 4 περίπτ. β' , σύμφωνα με τον οποίο ο προμηθευτής (δικαιοπάροχος) απαγορεύεται στα πλαίσια μιας κάθετης συμφωνίας να επιβάλλει στον αγοραστή (λήπτη) «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» (παράγρ. 50 των Κατευθυντήριων).

στον δότη (βλ. παραπάνω υπό § 2. II. Α. 5). Οι περιορισμοί αυτοί «παρέχουν κίνητρα στους δικαιούχους να επενδύσουν ... στο σύστημα δικαιόχρησης και, ακόμη και αν δεν είναι απαραίτητοι, τουλάχιστον βοηθούν στη διαφύλαξη της κοινής ταυτότητας, αντισταθμίζοντας με τον τρόπο αυτό την άμβλυνση του ενδοσηματικού ανταγωνισμού» (παράγρ. 201 των Κατευθυντήριων).

Βέβαια, σε κάθε περίπτωση δεν θα πρέπει να θίγεται η δυνατότητα του λήπτη να διενεργεί παθητικές πωλήσεις. Ως «παθητικές» πωλήσεις νοούνται σύμφωνα με την Επιτροπή: «η ανταπόκριση στη ζήτηση που εκφράζεται αυτοβούλως από μεμονωμένους πελάτες, περιλαμβανομένης της διανομής αγαθών ή της παροχής υπηρεσιών σ' αυτούς. Η γενική διαφήμιση ή η προώθηση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή μέσω του Internet⁷⁴, που προσεγγίζει πελάτες που βρίσκονται στις αποκλειστικές περιοχές ή που ανήκουν στις ομάδες πελατών άλλων διανομέων αλλά που αποτελεί εύλογο τρόπο για την προσέγγιση πελατών εκτός αυτών των περιοχών ή ομάδων πελατών, για παράδειγμα για την προσέγγιση πελατών σε μη αποκλειστικές περιοχές ή στην περιοχή του ίδιου του

⁷⁴ Η ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια του Διαδικτύου (Internet) και η συνακόλουθη με έντονο τρόπο είσοδος του στον κλάδο του εμπορίου ώθησε την Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων να συμπεριλάβει στο κείμενο των Κατευθυντήριων Γραμμών για τους κάθετους περιορισμούς ορισμένες ρυθμίσεις αναφορικά με τη χρήση του Internet από τα μέλη των συστημάτων διανομής (άρα και του Franchising). Σύμφωνα, λοιπόν, με τις Κατευθυντήριες (παράγρ. 51) κάθε διανομέας – λήπτης πρέπει να είναι ελεύθερος να χρησιμοποιεί το Internet για τη διαφήμιση ή την πώληση των προϊόντων του. Κατά κανόνα, η χρήση του Internet δεν θεωρείται μορφή ενεργητικών πωλήσεων, από τη στιγμή που αποτελεί εύλογο τρόπο για την προσέγγιση κάθε πελάτη. Το γεγονός ότι μπορεί να παράγει αποτελέσματα (να προσελκύει πελάτες) εκτός της αποκλειστικής περιοχής ή της αποκλειστικής ομάδας πελατών του διανομέα – λήπτη που πραγματοποιεί τη συγκεκριμένη χρήση οφείλεται στην τεχνολογία του Internet, η οποία κάνει εύκολη την πρόσβαση από οποιονδήποτε τόπο. Έτσι, εάν ένας πελάτης άλλης αποκλειστικής περιοχής επισκεφτεί την ιστοσελίδα (website) ενός διανομέα – λήπτη, έρθει σε επαφή μαζί του και η επαφή αυτή καταλήξει σε πώληση, περιλαμβανομένης της διανομής (δηλαδή της παράδοσης του προϊόντος), θεωρείται ως παθητική πώληση. Η γλώσσα που χρησιμοποιείται στην ιστοσελίδα ή για την επικοινωνία κατά κανόνα δεν έχει καμία σημασία από την άποψη αυτή. Εφόσον η ιστοσελίδα δεν έχει σαν ειδικό στόχο την προσέγγιση κατά κύριο λόγο πελατών αποκλειστικής περιοχής ή αποκλειστικής πελατειακής ομάδας άλλου διανομέα – λήπτη (ή του ίδιου του προμηθευτή – δότη), π.χ. με τη χρησιμοποίηση διαφημιστικών μηνυμάτων ή συνδέσμων (links) σε σελίδες του Internet που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για τους συγκεκριμένους πελάτες, η ιστοσελίδα δεν θεωρείται σαν μορφή ενεργητικής πώλησης. Αντίθετα, η αποστολή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) σε μεμονωμένους πελάτες άλλων αποκλειστικών περιοχών ή συγκεκριμένες αποκλειστικές ομάδες πελατών άλλου διανομέα – λήπτη θεωρείται ενεργητική πώληση, υπό την προϋπόθεση όμως ότι η προσέγγιση των πελατών έγινε χωρίς να προηγηθεί δικό τους σχετικό αίτημα. Η πλήρης απαγόρευση των πωλήσεων μέσω Internet είναι δυνατή, μόνο εάν υπάρχει αντικειμενική δικαιολογία. Σε κάθε περίπτωση, ο προμηθευτής – δότης δεν μπορεί να διατηρεί μόνο για τον εαυτό του το δικαίωμα πωλήσεων ή/ και διαφημίσεων μέσω του Internet.

διαφημιζόμενου, αποτελούν παθητικές πωλήσεις» (παράγρ. 50 των Κατευθυντήριων)⁷⁵.

11. Ο έγκαιρος προγραμματισμός των παραγγελιών του λήπτη.

Ο λήπτης υποχρεούται να προγραμματίζει και να παραδίδει έγκαιρα στον δότη τις παραγγελίες των συμβατικών προϊόντων⁷⁶.

12. Η διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising.

Ο λήπτης οφείλει να καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για την προστασία της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising. Η γενικότερη αυτή υποχρέωση περιλαμβάνει ενδεικτικά τις ακόλουθες ειδικότερες υποχρεώσεις:

i) τη συμμόρφωση του λήπτη (και του προσωπικού του) στις αρχές των συναλλακτικών ηθών και της προστασίας των καταναλωτών.

ii) την απασχόληση επαρκούς, κατάλληλα εκπαιδευμένου και έμπειρου προσωπικού για την εξυπηρέτηση των πελατών.

iii) τη μη πρόσληψη υπαλλήλων του δότη ή άλλων δικαιοδόχων.

iv) την αυστηρή εφαρμογή της εργατικής και ασφαλιστικής νομοθεσίας.

v) την απόλυση οποιουδήποτε μέλους του προσωπικού έχει αποδεδειγμένα υποπέσει σε σοβαρά παραπτώματα, τα οποία βλάπτουν τη φήμη του Δικτύου.

vi) την εμπρόθεσμη εξόφληση όλων των οφειλών προς τρίτους (ενοίκια, μισθούς και ασφαλιστικές εισφορές εργαζομένων, τέλη, φόρους κ.λ.π.), ώστε να διατηρείται η αξιοπιστία των καταστημάτων του Δικτύου.

vii) τη χρησιμοποίηση υλικών συσκευασίας (κουτιά, σακούλες κ.λ.π.) ή άλλων αντικειμένων (π.χ. χαρτοπετσέτες, τιμοκατάλογοι) που φέρουν τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα του δότη.

viii) την προσωπική επαγγελματική ενασχόληση του λήπτη αποκλειστικά στο συγκεκριμένο κατάστημα του δικτύου Franchising (δεδομένου ότι στις συμβάσεις δικαιόχρησης το προσωπικό στοιχείο έχει καταλυτικό ρόλο).

ix) την τήρηση όλων των επιβαλλόμενων από τον δότη λογιστικών διαδικασιών για την τεκμηρίωση κάθε συναλλαγής⁷⁷.

⁷⁵ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. χ', σελ. 243–250.

⁷⁶ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ω', σελ. 270.

⁷⁷ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. αα', σελ. 270.

13. Η πραγματοποίηση τοπικής διαφήμισης.

Ο λήπτης υποχρεούται να προβαίνει σε τακτά χρονικά διαστήματα στη διενέργεια τοπικής διαφήμισης του καταστήματός του. Η διαφήμιση αυτή είναι αναγκαία για την εδραίωση της θέσης του στην τοπική αγορά, καθώς συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση των πωλήσεων (ο δικαιοδόχος αποκομίζει άμεσα οικονομικά οφέλη για το κατάστημά του). Θεωρείται σκόπιμο να προηγείται η έγκριση του δότη σχετικά με τη φύση της τοπικής διαφήμισης, ώστε να μην παρεκκλίνει από τη γενικότερη πανελλαδική διαφημιστική εικόνα του δικτύου Franchising και των προϊόντων (ή υπηρεσιών) του. Το κόστος για την πραγματοποίηση διαφήμισης σε τοπικό επίπεδο βαρύνει αποκλειστικά τον λήπτη (συνήθως οφείλει να δαπανά ετησίως ένα συγκεκριμένο ποσοστό επί του κύκλου εργασιών της επιχείρησής του). Υποχρεωτικά, πάντως, ο λήπτης χρησιμοποιεί για τη συγκεκριμένη διαφήμιση το διαφημιστικό υλικό του δότη που του χορηγείται δωρεάν⁷⁸.

14. Η παρακολούθηση των προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης που διοργανώνει ο δότης.

Ο λήπτης και το προσωπικό του είναι υποχρεωμένοι να παρακολουθούν ανελλιπώς τα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης που διοργανώνει ο δότης. Υπάρχει η αρχική εκπαίδευση πριν από την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης Franchising, που μπορεί να επαναλαμβάνεται εμπλουτισμένη και με άλλα στοιχεία όποτε κρίνει απαραίτητο ο δικαιοπάροχος. Τα εκπαιδευτικά προγράμματα (τόσο η αρχική όσο και η συμπληρωματική εκπαίδευση) παρέχονται δωρεάν από τον δότη. Η έννοια της δωρεάν εκπαίδευσης δεν περιλαμβάνει τα έξοδα μισθοδοσίας, μεταφοράς, παραμονής, διατροφής και ημερήσιας εκτός έδρας αποζημίωσης.

15. Η υποχρέωση του λήπτη να επιτρέπει στον δότη τη διενέργεια ελέγχων.

Ο λήπτης υποχρεούται να δέχεται οποτεδήποτε και απροειδοποίητα τις επισκέψεις των εκπροσώπων του δότη στην επιχείρησή του για την άσκηση ενός διαρκούς και αποδοτικού ελέγχου. Η υποχρέωση αυτή προβλέπεται στις καθοδηγητικές αρχές (άρθρο 2.3) του Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας, που ορίζουν ρητά ότι ο κατ' ιδίαν δικαιοδόχος

⁷⁸ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. κκ' , σελ. 280–282.

οφείλει «να επιτρέπει στον Δικαιοπάροχο ή/ και στους εκπροσώπους του να έχουν πρόσβαση στις εγκαταστάσεις και τα αρχεία του ... , όποτε το ζητήσει ο Δικαιοπάροχος και σε εύλογους χρόνους».

Από τη στιγμή που το Franchising αποτελεί την πιστή αναπαραγωγή μιας επιχειρηματικής επιτυχίας, ολόκληρο το Δίκτυο πρέπει να λειτουργεί ομοιόμορφα. Γι' αυτό ο δότης φροντίζει να εφαρμόζει συγκεκριμένους μηχανισμούς ελέγχου της δραστηριότητας των ληπτών, ώστε να είναι βέβαιος ότι τηρούνται επακριβώς οι διαδικασίες του συστήματος δικαιόχρησης. Ο ασκούμενος έλεγχος παρέχει στον δότη τη δυνατότητα άμεσης παρέμβασης σε περιπτώσεις «επικίνδυνων» παραβάσεων κάποιου δικαιοδόχου. Αποτελεί δε ένα σημαντικό προληπτικό μέτρο για την αποφυγή μελλοντικών δικαστικών διενέξεων μεταξύ δότη και ληπτών.

Η ομάδα ελέγχου του δότη έχει δικαίωμα πρόσβασης σε κάθε σημείο του καταστήματος του λήπτη και των συνδεδεμένων με την επιχείρηση χώρων, μεταφορικών μέσων, αρχείων και ηλεκτρονικών υπολογιστών. Δικαιούται, επίσης, να επιθεωρεί τα υπαγόμενα στη σύμβαση Franchising προϊόντα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Τέλος, έχει την άδεια να ερευνά (ελέγχει) με οποιονδήποτε πρόσφορο τρόπο όλα τα λογιστικά βιβλία και τα χρηματοοικονομικά στοιχεία του λήπτη. Ωστόσο, ο έλεγχος που ασκεί δεν πρέπει να δεσμεύει υπέρμετρα την προσωπική και επιχειρηματική ελευθερία του λήπτη, ούτε να εκθέτει σε κίνδυνο τα εμπορικά μυστικά της επιχείρησής του. Αυτό σημαίνει ότι ο λήπτης δεν είναι υποχρεωμένος να γνωστοποιεί π.χ. το πελατολόγιό του στον δότη.

Εφόσον διαπιστώνουν επιχειρηματικά σφάλματα του δικαιοδόχου, οι εκπρόσωποι του δότη μπορούν να συμπληρώνουν ειδικό έντυπο με παρατηρήσεις και προτάσεις για τη βελτίωση της εικόνας και της λειτουργίας του καταστήματος Franchising. Ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να συμμορφώνεται άμεσα στις υποδείξεις αυτές⁷⁹.

16. Η κοινοποίηση οικονομικών καταστάσεων στον δότη.

Στα πλαίσια της αμέσως προηγούμενης υποχρέωσης, ο λήπτης οφείλει να κοινοποιεί στον δότη όλα εκείνα τα οικονομικά δεδομένα που χρειάζονται για την άσκηση ενός ικανοποιητικού ελέγχου του δικτύου Franchising. Ακόμη, είναι υποχρεωμένος να συγκεντρώνει και να διοχετεύει στον δικαιοπάροχο πληροφορίες από την τοπική αγορά και τη δραστηριότητα του ανταγωνισμού (ιδιαίτερα χρήσιμες είναι οι πληροφορίες για τις δυνατότητες απορρόφησης της αγοράς αναφορικά με τα συμβατικά προϊόντα). Το πληροφοριακό υλικό μπορεί να

⁷⁹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. γγ' , σελ. 273–274.

καταγράφεται σε εμπειριστατωμένες εκθέσεις του λήπτη, που αποστέλλονται στον δότη σε τακτά χρονικά διαστήματα⁸⁰.

17. Η μη μεταβίβαση των συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του λήπτη χωρίς τη συγκατάθεση του δότη.

Ο λήπτης δεν επιτρέπεται να παραχωρεί σε τρίτους τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη σύμβαση δικαιόχρησης, χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση του δότη⁸¹. Η επιβολή στον λήπτη της ρήτρας αυτής δικαιολογείται από τον έντονα προσωπικό χαρακτήρα του συμβατικού δεσμού του Franchising. Πράγματι, το σύστημα δικαιόχρησης στηρίζεται ουσιαστικά στον ανθρώπινο παράγοντα. Η ποιότητα και η επιτυχημένη λειτουργία του δικτύου Franchising είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με την προσωπική σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ δότη και δικαιοδόχου. Ο δικαιοπάροχος αποβλέπει βασικά στην προσωπικότητα του λήπτη για να συνάψει μαζί του τη σύμβαση δικαιόχρησης. Αναζητά και δέχεται να εντάξει στο Δίκτυο δικαιοδόχους που διαθέτουν πνεύμα συνεργασίας, ικανότητα προσαρμογής, οργανωτικές ικανότητες, υπευθυνότητα, δημιουργικότητα και ένα σοβαρό οικονομικό υπόβαθρο. Επομένως, είναι απόλυτα λογικό να επιθυμεί να ελέγχει τις πιθανές περιπτώσεις μεταβολής στο πρόσωπο του αντισυμβαλλομένου του (λήπτη)⁸². Άλλωστε, όπως δέχεται και το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στην απόφαση Pronuptia⁸³: η παραπάνω απαγόρευση μεταβίβασης των συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του δικαιοδόχου χωρίς τη συγκατάθεση του δότη προστατεύει το δικαίωμα του τελευταίου να επιλέγει ελεύθερα τους λήπτες, από τα επιχειρηματικά προσόντα των οποίων εξαρτώνται η

⁸⁰ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. δδ', σελ. 274–275.

⁸¹ Στο νέο κοινοτικό νομοθετικό πλαίσιο, η «υποχρέωση του δικαιοδόχου να μην παραχωρεί τα δικαιώματα και υποχρεώσεις που προβλέπει η συμφωνία δικαιόχρησης χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιοπαρόχου» θεωρείται γενικά αναγκαία για την προστασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του δότη και απαλλάσσεται με βάση τον Κανονισμό 2790/1999, εάν τυχόν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 § 1 Συνθ ΕΚ (βλ. παράγρ. 44 περίπτ. ζ' των Κατευθυντήριων).

⁸² Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. εε', σελ. 275–277. Από την άλλη πλευρά, θεωρείται θεμιτή η δυνατότητα του δότη να μην εξαρτά τη μεταβίβαση των δικών του συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων από τη συναίνεση του λήπτη. Οπωσδήποτε μπορεί βάσιμα να υποστηριχθεί ότι στη σύμβαση δικαιόχρησης η προσωπική σχέση εμπιστοσύνης δότη – δικαιοδόχου είναι αμφίδρομη και συνεπώς, θα έπρεπε και οι λήπτες του δικτύου Franchising να έχουν το δικαίωμα έγκρισης για οποιαδήποτε μελλοντική μεταβολή στο πρόσωπο του δικαιοπαρόχου. Ωστόσο, θα ήταν πρακτικά αδύνατον και εξαιρετικά περίπλοκο εάν απαιτούνταν να λάβει ο δότης τη συγκατάθεση πενήντα ή ίσως και περισσότερων διαφορετικών ληπτών.

⁸³ Απόφαση ΔΕΚ της 28.1.1986, υπόθεση 161/1984, «Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis» (παράτιθεται στο τρίτο Παράρτημα).

καθιέρωση και η διατήρηση της φήμης του Δικτύου (βλ. σημείο 20 του σκεπτικού της απόφασης).

18. Η έναρξη έναρξη λειτουργίας του καταστήματος του λήπτη.

Ο λήπτης κρίνεται σκόπιμο να προβεί στην έναρξη λειτουργίας του καταστήματός του μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα από την υπογραφή της σύμβασης Franchising. Δικαιολογητικός λόγος της υποχρέωσης αυτής είναι η αποτροπή περιπτώσεων στις οποίες ο δικαιοδόχος καθυστερεί υπερβολικά και αδικαιολόγητα την εκτέλεση των απαιτούμενων εργασιών κατασκευής και διαμόρφωσης του καταστήματός του, με αποτέλεσμα να «δεσμεύει» μια περιοχή όπου ο δότης θα μπορούσε να εγκαταστήσει κάποιον άλλο υποψήφιο λήπτη⁸⁴.

19. Η επίτευξη ενός ελάχιστου κύκλου εργασιών (τζίρου).

Η προσθήκη του συγκεκριμένου όρου στη σύμβαση Franchising βοηθά τον δότη να προγραμματίζει την παραγωγή ή τις παραγγελίες του. Επιπλέον, ωθεί τον λήπτη στην εντατικοποίηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Η ρήτρα για το ελάχιστο όριο του κύκλου εργασιών περιλαμβάνει είτε ακριβές ποσό ετήσιου τζίρου, είτε ποσοστιαία ετήσια αύξηση, είτε και τα δύο. Στην περίπτωση που ο δικαιοδόχος παραβεί την παραπάνω υποχρέωση, θα πρέπει να ερευνάται μήπως αυτό οφείλεται σε υπαιτιότητα του δότη (π.χ. προβληματική προμήθεια προϊόντων και ανταλλακτικών). Πάντως, δεν είναι εύλογο να τίθενται στον λήπτη υπερβολικά υψηλοί οικονομικοί στόχοι⁸⁵.

20. Η διατήρηση ορισμένων ελάχιστων αποθεμάτων.

Ο λήπτης υποχρεούται να διατηρεί πάντοτε τις απαραίτητες προμήθειες αγαθών και πρώτων υλών, ώστε να ανταποκρίνεται στη ζήτηση του αγοραστικού κοινού. Η επιβολή στον λήπτη της υποχρέωσης αυτής αποβλέπει στην προστασία της φήμης και της πελατείας του δικτύου Franchising, με την έννοια ότι οι καταναλωτές θα πρέπει να βρίσκουν ανά πάσα στιγμή σε οποιοδήποτε κατάσταση τα βασικά προϊόντα του⁸⁶.

⁸⁴ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. στστ', σελ. 277–278.

⁸⁵ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ζζ', σελ. 278.

⁸⁶ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. θθ', σελ. 279.

21. Η εξυπηρέτηση των πελατών.

Ο λήπτης οφείλει να παρέχει (εξασφαλίζει) στους πελάτες του καταστήματός του άψογη εξυπηρέτηση τόσο πριν όσο και μετά την πώληση (after sales service), μέσα στα πλαίσια των εγγυήσεων που καλύπτουν τα συμβατικά προϊόντα. Η συγκεκριμένη υποχρέωση είναι ιδιαίτερα σημαντική για την εικόνα (αξιοπιστία) του δικτύου Franchising στην αγορά και συνιστάται να εξειδικεύεται λεπτομερώς στο Εγχειρίδιο Λειτουργίας του δότη⁸⁷.

22. Η κοινοποίηση από τον λήπτη στον δότη της εμπειρίας που αποκτάει κατά την εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising.

Ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να γνωστοποιεί στον δότη την πείρα που αποκτάει κατά την εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising, τις νέες μεθόδους που επινοεί σχετικά με την παραγωγή και διάθεση των προϊόντων, τις βελτιώσεις και τις εφευρέσεις που πραγματοποιεί. Υποχρεούται, επίσης, να παραχωρεί στον δότη και στους άλλους δικαιούχους απλές (μη αποκλειστικές) άδειες εκμετάλλευσης της τεχνογνωσίας που προκύπτει από την παραπάνω εμπειρία⁸⁸. Εξάλλου, όλοι οι λήπτες (όπως και ο δότης) ανήκουν στο ίδιο δίκτυο Franchising, το οποίο πρέπει να επωφελείται συλλογικά από τις εμπορικές τεχνικές που δημιουργούν και αναπτύσσουν τα μέλη του⁸⁹.

III. Οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις.

1. Η υποχρέωση απόδοσης και παράλειψης του λήπτη.

Ταυτόχρονα με τη λύση ή τη λήξη της σύμβασης Franchising, ο δικαιούχος υποχρεούται να αποδώσει στον δότη (σε καλή κατάσταση) όλα τα αντικείμενα που είχαν τεθεί στη διάθεσή του για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Τέτοια αντικείμενα είναι ενδεικτικά το Εγχειρίδιο Λειτουργίας, οι τιμοκατάλογοι, τα διαφημιστικά φυλλάδια, τα επιστολόχαρτα, οι πινακίδες με τα διακριτικά γνωρίσματα

⁸⁷ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ., μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ι', σελ. 279–280.

⁸⁸ Η διπλή αυτή υποχρέωση θεωρείται γενικά αναγκαία για την προστασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του δότη. Αυτό σημαίνει ότι, στην περίπτωση που εμπίπτει στο άρθρο 81 § 1 Συνθ ΕΚ, απαλλάσσεται με βάση τον Κανονισμό 2790/1999 (βλ. παράγρ. 44 περίπτ. δ' των Κατευθυντήριων).

⁸⁹ Βλ. Κωστάκη, όπ. παρ., μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. λλ', σελ. 282.

του δότη, οι δισκέτες ηλεκτρονικών υπολογιστών, τα υλικά συσκευασίας κ.λ.π. Η αξίωση «περί επιστροφής κάθε υλικής ή άυλης περιουσίας που ανήκει στον Δικαιοπάροχο ή σε άλλον κατά τη λύση της σύμβασης franchise» αποτελεί έναν από τους στοιχειωδώς ελάχιστους όρους της συμβατικής σχέσης δικαιόχρησης (άρθρο 5.4 Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας). Εννοείται ότι απαγορεύεται απόλυτα η (με οποιονδήποτε τρόπο) αναπαραγωγή του συγκεκριμένου υλικού από τον λήπτη.

Ακόμη βασικότερη από την προηγούμενη είναι η υποχρέωση του δικαιοδόχου να παραλείπει, αμέσως μετά τη λύση ή τη λήξη της σύμβασης δικαιόχρησης, κάθε χρήση και εκμετάλλευση του «πακέτου» Franchising. Στα πλαίσια της ίδιας υποχρέωσης, οφείλει επίσης ο δικαιοδόχος να προβεί στην απόσυρση των καταχωρήσεων της επιχείρησής του από τους τηλεφωνικούς και επιχειρηματικούς καταλόγους αλλά και το Διαδίκτυο (Internet).

Ο σημαντικότερος δικαιολογητικός λόγος για την επιβολή των παραπάνω μετασυμβατικών υποχρεώσεων είναι η μη δημιουργία στο καταναλωτικό κοινό της εσφαλμένης εντύπωσης ότι ο πρώην λήπτης εξακολουθεί να ανήκει στο δίκτυο Franchising του δότη και να το αντιπροσωπεύει. Πρόκειται, δηλαδή, για ρήτρες που αποσκοπούν στη διαφύλαξη της φήμης και της αξιοπιστίας του Δικτύου⁹⁰.

2. Η μετενέργεια της υποχρέωσης πίστης.

ι) ως προς τον δότη.

Οι εκτεταμένες υποχρεώσεις απόδοσης και παράλειψης είναι δυνατόν να οδηγούν σε ανεπιεική αποτελέσματα για τον δικαιοδόχο, ιδίως όταν έχουν παραμείνει στην κυριότητά του αδιάθετα προϊόντα του συστήματος Franchising (καθώς επίσης και ανταλλακτικά ή εξαρτήματα για την υποστήριξη των πωλήσεών τους). Αυτό συνήθως συμβαίνει γιατί ο λήπτης υπέχει τη συμβατική υποχρέωση να διατηρεί ορισμένα αποθέματα εμπορευμάτων, τα οποία δεν επιτρέπεται πια να διαθέσει μετά τη λύση ή τη λήξη της σύμβασης δικαιόχρησης (απαγόρευση οικονομικής αξιοποίησης). Ο δικαιοπάροχος, λοιπόν, είναι υποχρεωμένος να αγοράσει τόσο τα αδιάθετα εμπορεύματα του λήπτη όσο και τα αδιάθετα ανταλλακτικά/ εξαρτήματα καταβάλλοντας χρηματικό ποσό ίσο με την αγοραία αξία τους κατά τη δεδομένη χρονική στιγμή. Εναλλακτικά, μπορεί να πραγματοποιήσει τη συγκεκριμένη μετασυμβατική υποχρέωση παρέχοντας στον πρώην αντισυμβαλλόμενο

⁹⁰ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, VIII. 5, σελ. 250–255· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ρρ' και σσ', σελ. 306–308.

του κάθε δυνατή βοήθεια για τη διάθεση των υπαρχόντων αποθεμάτων στην τοπική αγορά. Βέβαια, θα πρέπει να τίθενται πάντοτε κάποια όρια, με την έννοια ότι ο λήπτης δεν δικαιούται να απαιτεί από τον δότη την αγορά ιδιαίτερα μεγάλων ποσοτήτων εμπορευμάτων (τις οποίες είχε προμηθευτεί πέρα από τη συμβατική του υποχρέωση, εκτιμώντας λανθασμένα ότι θα τις διαθέσει εύκολα και γρήγορα στους καταναλωτές). Εξάλλου, ο δικαιοδόχος είναι ανεξάρτητος επιχειρηματίας και συνεπώς, υπεύθυνος για τις επιχειρηματικές του αποφάσεις και την ανάληψη του αντίστοιχου επιχειρηματικού κινδύνου.

Σχετικό είναι και το ζήτημα της τύχης των εκκρεμών παραγγελιών των προϊόντων του δικτύου Franchising, οι οποίες δεν έχουν ακόμη εκτελεστεί από τον δικαιοπάροχο κατά τη λύση της σύμβασης δικαιόχρησης. Έτσι, στην περίπτωση που ο λήπτης επιθυμεί την εκτέλεση των εκκρεμών συμβάσεων προμήθειας (γιατί λ.χ. έχει ήδη μεταπωλήσει τα συμβατικά προϊόντα σε πελάτες του και θέλει να αποφύγει την έγερση ενδεχόμενων αξιώσεων αποζημίωσης εναντίον του), ο δότης υποχρεούται να του παραδώσει τα εμπορεύματα ακόμη και μετά τη λύση της σύμβασης Franchising. Αντίθετα, εάν ο δικαιοδόχος δεν επιθυμεί την παραλαβή των εμπορευμάτων που έχει ήδη παραγγείλει, γίνεται δεκτό ότι απαλλάσσεται νόμιμα χωρίς να υπέχει τέτοια υποχρέωση απέναντι στον δότη.

Η υποχρέωση του δικαιοπαρόχου να μην ασκήσει τα δικαιώματά του από την εκκρεμή σύμβαση προμήθειας θεμελιώνεται, όπως και η υποχρέωση ανάληψης των αδιάθετων εμπορευμάτων, στην αρχή της καλής πίστης που διέπει τη σύμβαση Franchising σε όλα τα στάδια της διαδρομής της (άρα και στο μετασυμβατικό). Ωστόσο, οι υποχρεώσεις αυτές αναιρούνται, όταν η σύμβαση δικαιόχρησης λύεται με έγκυρη έκτακτη καταγγελία του δότη για σπουδαίο λόγο που συνίσταται στην υπαίτια αντισυμβατική συμπεριφορά του λήπτη⁹¹.

ii) ως προς τον λήπτη.

Ο λήπτης υπέχει την υποχρέωση μη άσκησης ανταγωνισμού και μετά τη λύση της σύμβασης δικαιόχρησης, για εύλογο χρονικό διάστημα και μόνο αναφορικά με συγκεκριμένο χώρο εκμετάλλευσης⁹². Η παραπάνω

⁹¹ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, *όπ. παρ.*, κεφάλαιο τέταρτο, VIII. 5, σελ. 250–255· Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ττ' και υυ', σελ. 308–311.

⁹² Η υποχρέωση αυτή δεν θεωρείται γενικά περιοριστική του ελεύθερου ανταγωνισμού. Σύμφωνα με το ισχύον κοινοτικό νομοθετικό πλαίσιο, μπορεί νόμιμα να επιβληθεί από τον δότη στον λήπτη, εφόσον συντρέχουν σωρευτικά οι ακόλουθες προϋποθέσεις (άρθρο 5 περίπτ. β' του Κανονισμού 2790/1999):

– αφορά αγαθά ή υπηρεσίες που ανταγωνίζονται τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση,

ρήτρα βασίζεται στην ανάγκη διαφύλαξης των συμφερόντων του δότη. Επιπλέον, κρίνεται σκόπιμη για την προστασία της ταυτότητας, της φήμης και της ομαλής λειτουργίας του δικτύου Franchising. Από την άλλη μεριά, βέβαια, δεν παύει η εφαρμογή της να αποτελεί ένα δύσκολο φορτίο για τον λήπτη (ο οποίος ουσιαστικά καλείται μετά τη λύση της σύμβασης είτε να μεταβάλει το αντικείμενο της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, είτε να αναμείνει για ορισμένο χρόνο μέχρι να μπορέσει νόμιμα να την επαναλάβει). Οπωσδήποτε, όμως, πρόκειται για έναν πράγματι λογικό συγκερασμό αντίθετων συμφερόντων με δεδομένο ότι η απαγόρευση του μετασυμβατικού ανταγωνισμού δεν έχει μεγάλη χρονική διάρκεια ούτε απεριόριστη τοπική έκταση⁹³.

Παρόμοια κατάσταση ισχύει και για την υποχρέωση εμπιστευτικότητας. Ο λήπτης δεσμεύεται να μην αποκαλύπτει σε τρίτους την τεχνογνωσία (know-how) του δότη τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά τη λύση της σύμβασης Franchising⁹⁴. Ο όρος αυτός προβλέπεται και στο άρθρο 2.3 του Ελληνικού Κώδικα Δεοντολογίας. Έτσι, ο δικαιούχος θωρακίζεται πλήρως απέναντι στους ανταγωνιστές του ακόμη και για μελλοντικούς κινδύνους⁹⁵.

– περιορίζεται στους χώρους και στα οικόπεδα στα οποία ο αγοραστής – λήπτης είχε δραστηριοποιηθεί κατά τη διάρκεια της σύμβασης. Ο τοπικός αυτός περιορισμός (σε αντίθεση με το καθεστώς του προηγούμενου Κανονισμού 4087/1988) παρέχει ουσιαστικά τη δυνατότητα στον πρώην λήπτη να διεξάγει την ίδια ή παρεμφερή επιχειρηματική δραστηριότητα με αυτήν του Δικτύου ακόμη και μέσα στη γεωγραφική περιοχή στην οποία ασκούσε την εκμετάλλευση του Franchising, αρκεί να αλλάξει χώρο επαγγελματικής εγκατάστασης. Έτσι, βέβαια, θίγονται τα συμφέροντα του δότη αλλά και εκείνα των ληπτών που παραμένουν στο σύστημα δικαιοχρησίας,

– είναι απαραίτητη για την προστασία της τεχνογνωσίας που μεταβιβάζει ο προμηθευτής – δότης στον αγοραστή – λήπτη και

– υπό τον όρο ότι η διάρκεια της υποχρέωσης μη άσκησης ανταγωνισμού περιορίζεται σε ένα έτος μετά τη λύση της συμφωνίας.

⁹³ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ψ', σελ. 250–270.

⁹⁴ Σύμφωνα με το άρθρο 5 περίπτ. β' του Κανονισμού 2790/1999, η μετασυμβατική υποχρέωση μη κοινοποίησης της τεχνογνωσίας του δότη μπορεί να επιβληθεί στον λήπτη για αόριστο χρονικό διάστημα, υπό την απαραίτητη όμως προϋπόθεση ότι η συγκεκριμένη τεχνογνωσία δεν έχει περιέλθει σε δημόσια χρήση. Εάν λοιπόν η τεχνογνωσία του δικαιούχου γίνει ευρύτερα γνωστή, η υποχρέωση αυτή αίρεται. Τυχόν συνεχιζόμενη απαγόρευση στον πρώην λήπτη να χρησιμοποιεί το know-how μετά την περιέλευσή του σε κοινή χρήση θα ήταν ανεπιεικής και θα τον έφερνε σε μειονεκτική θέση απέναντι στους ανταγωνιστές του. Ανάλογη ρύθμιση περιέχουν και οι Κατευθυντήριες Γραμμές της Επιτροπής (παράγρ. 44 περίπτ. γ'). Ειδικότερα, προβλέπουν ότι η «υποχρέωση του δικαιούχου να μην αποκαλύπτει σε τρίτους τη χορηγηθείσα από τον δικαιούχο τεχνογνωσία για όσο διάστημα η εν λόγω τεχνογνωσία δεν έχει περιέλθει σε δημόσια χρήση» θεωρείται γενικά αναγκαία για την προστασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του δότη και καλύπτεται από τον Κανονισμό 2790/1999 στην περίπτωση που εμπίπτει στο άρθρο 81 § 1 Συνθ ΕΚ.

⁹⁵ Βλ. Κωστάκη, *όπ. παρ.*, μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β', τμήμα 4. ββ', σελ. 271–273.

3. Η υποχρέωση αποζημίωσης.

Η υποχρέωση καταβολής αποζημίωσης που απορρέει από τη λύση της σύμβασης Franchising διαφοροποιείται ανάλογα με τους λόγους, οι οποίοι θεμελιώνουν το δικαίωμα της καταγγελίας. Αν πρόκειται για περίπτωση τακτικής καταγγελίας ή έκτακτης καταγγελίας για σπουδαίο λόγο αντικειμενικού χαρακτήρα (όπως είναι ενδεικτικά οι σοβαρές οικονομικές ζημίες του δότη/ ή του λήπτη από την παραμονή τους στο σύστημα δικαιόχρησης, η σημαντική επιδείνωση της οικονομικής κατάστασης ενός από τους συμβαλλομένους, το κλείσιμο της επιχείρησης οποιουδήποτε μέρους λόγω ανωτέρας βίας, η σοβαρότατη ασθένεια μεγάλης διάρκειας, ο θάνατος του λήπτη κ.λ.π.), η προβολή εκατέρωθεν αξιώσεων αποζημίωσης δεν είναι δυνατή. Τέτοιες αξιώσεις μπορούν να εγερθούν μόνο στην περίπτωση της έκτακτης καταγγελίας, που οφείλεται στην υπαίτια αντισυμβατική συμπεριφορά του καταγγελλόμενου μέρους (καθ' ου η καταγγελία). Η αποζημίωση αυτή θα είναι πλήρης, καλύπτοντας τόσο τη θετική ζημία του εκάστοτε καταγγέλλοντος όσο και τα διαφυγόντα κέρδη (298 ΑΚ).

Το σημαντικότερο, όμως, ζήτημα που ανακύπτει μετά τη λύση της σύμβασης Franchising αφορά την ενδεχόμενη υποχρέωση του δότη να καταβάλει αποζημίωση στον λήπτη για τους νέους πελάτες που με δικές του ενέργειες έφερε στο Δίκτυο. Πραγματικά, είναι γεγονός ότι ο λήπτης συμβάλλει αποφασιστικά στην αύξηση της πελατείας και της εμπορικής φήμης του συστήματος δικαιόχρησης όπου είναι ενταγμένος. Εξάλλου, χωρίς τις προσπάθειες και την επιχειρηματική ικανότητα του κάθε δικαιοδόχου, ο δότης θα ήταν αδύνατον να διεισδύσει και να επικρατήσει στις διάφορες τοπικές αγορές (ιδιαίτερα στις θεωρούμενες «δύσκολες»). Ωστόσο, η αποχώρηση του λήπτη εξαιτίας της λύσης της σύμβασης δικαιόχρησης τον αποξενώνει πλήρως από το Δίκτυο και από τον κύκλο πελατών που ο ίδιος δημιούργησε με την προσωπική του εργασία. Η συγκεκριμένη πελατεία κατά κανόνα παραμένει στο σύστημα Franchising, ενώ ο λήπτης χάνει τη δυνατότητα αποκόμισης οποιουδήποτε κέρδους. Έτσι, εκείνη που επωφελείται οικονομικά από την επαύξηση της πελατείας είναι ουσιαστικά η επιχείρηση του δότη. Επομένως, θεωρείται δικαιολογημένη η προβολή αξίωσης του λήπτη για αποζημίωση πελατείας από τον δικαιοπάροχο, υπέρ της οποίας μάλιστα συνηγορεί ακόμη περισσότερο η ύπαρξη στη σύμβαση Franchising ρήτρας μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού. Αν και κατ' αποτέλεσμα δεν αμφισβητείται η νομιμότητα μιας τέτοιας απαίτησης του λήπτη για αποζημίωση πελατείας, δυσκολίες παρουσιάζει η νομική της θεμελίωση, ελλείψει ιδίως ρητής νομοθετικής ρύθμισης. Το κενό αυτό μπορεί να

καλυφθεί με αναλογική εφαρμογή του άρθρου 9 π.δ. 219/1991, που αναφέρεται στην αποζημίωση πελατείας του εμπορικού αντιπροσώπου⁹⁶.

Επίλογος

Η λειτουργία και η υγιής ανάπτυξη ενός συστήματος δικαιόχρησης δεν είναι απλή και εύκολη υπόθεση. Χρειάζεται επίπονη και συντονισμένη προσπάθεια από όλους όσους εμπλέκονται (ύπαρξη σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών του δικτύου Franchising, εφαρμογή σύγχρονων υποδομών οργάνωσης, άσκηση ενός συνεχούς ελέγχου κ.λ.π.). Προχειρότητες και τυχοδιωκτισμοί δεν εξασφαλίζουν την εμπορική επιτυχία. Για να ευδοκιμήσει, λοιπόν, η πρωτοποριακή αυτή μέθοδος επιχειρηματικής συνεργασίας πρέπει να αποτελεί συνειδητή επιλογή τόσο του δότη όσο και των υποψήφιων ληπτών.

⁹⁶ Βλ. Απ. Γεωργιάδη, όπ. παρ. , κεφάλαιο τέταρτο, VIII. 5, σελ. 250–255· Κωστάκη, όπ. παρ. , μέρος τέταρτο, κεφάλαιο Β' , τμήμα 4. ππ' , σελ. 300–306.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΡΩΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Ο παρών Κώδικας Δεοντολογίας για το franchising έχει σαν θεμέλιό 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 Διαιτησίας 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 υποστηρίζοντάς 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 πληροί 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 αναπτύσσει 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 αμοτέρων 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 επανόρθωσή της όπου αυτό επιβάλλεται.

Τα μέρη θα πρέπει να αντιμετωπίζουν παράπονα, δυσαρέσκεις 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 διάρκειά 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 ταυτότητάς 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 το 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 εταιριών 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 Δικαιοπάρoχου και Δικαιoδόχου, εκτός εάν αυτό έχει ρητά δηλωθεί από τον Δικαιοπάρoχο. Τίποτα μέσα στον παρόντα Κώδικα δεν θα θεωρείται ότι αποτελεί παραίτηση του Δικαιοπάρoχου από το δικαίωμά 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 Δικαιοπάρoχου 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 Δικαιοπάρoχου ή/ και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως) που περιλαμβάνει, ανάμεσα σε άλλα, τους σκοπούς της εταιρίας, την έδρα, την ταυτότητα και τη σχετική εμπειρία στο σύστημα του βασικού προσωπικού διαχείρισης του Δικαιοπάρoχου ή/ και του Κυρίως Δικαιοδόχου (αναλόγως),
- στα οικονομικά στοιχεία του Δικαιοπάρoχου ή/ και του Κυρίως Δικαιοδόχου (ανάλογα),
- στο επιχειρηματικό ιστορικό του Δικαιοπάρoχου 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 Δικαιοπάρoχο 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 αμοτέρων των μερών, διάρκεια της σύμβασης, όροι ανανέωσης ή λύσης, όροι αποκλειστικότητας κ.λ.π. ,
 - 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 άρθρο 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.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΡΑΦΟΥ ΠΡΟΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Σχέδιο Εγγράφου Προσυμβατικής Πληροφόρησης

1. Ταυτότητα – Επαγγελματική εμπειρία του δότη

A. Δότης φυσικό πρόσωπο (ατομική επιχείρηση)

– Όνομα:

– Επίθετο:

– Διακριτικός τίτλος επιχείρησης:

– Διεύθυνση:

– Επιχειρηματική εμπειρία (κατά την τελευταία πενταετία):

B. Δότης νομικό πρόσωπο (εταιρία)

– Νομική μορφή:

– Επωνυμία:

– Έδρα:

– Σκοπός:

– Εταιρικό κεφάλαιο:

– Νόμιμος εκπρόσωπος:

– Επιχειρηματική εμπειρία του εκπροσώπου και των στελεχών:

2. Η επιχείρηση του δότη

– Ημερομηνία ίδρυσης:

– Δραστηριότητες:

– Οργανόγραμμα:

– Εξέλιξη της επιχείρησης κατά την τελευταία πενταετία:

– Εμπορικά σήματα:

– Διακριτικά γνωρίσματα:

– Προϊόντα ή υπηρεσίες:

– Τράπεζες με τις οποίες συνεργάζεται:

3. Το σύστημα *Franchising*

- Δικαιώματα βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας:
- Τεχνογνωσία:

4. Το δίκτυο *Franchising*

- Εξέλιξη κατά την τελευταία πενταετία:
- Κατάλογος των καταστημάτων του Δικτύου που ανήκουν στον δότη:
- Κατάλογος των καταστημάτων του Δικτύου που ανήκουν σε λήπτες:
- Πιλοτικά καταστήματα (αριθμός, τοποθεσία, χρόνος λειτουργίας, οικονομικά αποτελέσματα):
- Πλήρη στοιχεία των ληπτών:
- Ημερομηνίες σύναψης ή ανανέωσης των συμβάσεων *Franchising*:
- Κατάλογος των ληπτών που αποχώρησαν από το Δίκτυο την τελευταία διετία:
- Αιτιολογία των αποχωρήσεων:
- Κατάλογος του ανθρώπινου δυναμικού υποστήριξης:
- Σημεία πώλησης μέσα στην παραχωρημένη γεωγραφική περιοχή, από τα οποία τυχόν διατίθενται τα προϊόντα του Δικτύου:

5. Οικονομικά στοιχεία του δότη

- Ισολογισμοί της τελευταίας διετίας:

6. Η αγορά

- Παρουσίαση και ανάλυση της εθνικής αγοράς σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του Δικτύου:
- Παρουσίαση και ανάλυση της τοπικής αγοράς σε σχέση με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του Δικτύου:
- Προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς:

7. Η σύμβαση *Franchising*

- Διάρκεια:
- Προϋποθέσεις ανανέωσης:
- Προϋποθέσεις μεταβίβασης:
- Αποκλειστικότητες:
- Ρήτρα μη ανταγωνισμού:
- Δικαιώματα, υποχρεώσεις των μερών και οικονομικοί όροι:

8. Το «πακέτο» *Franchising*

- Αρχική και μεταγενέστερη υποστήριξη:
- Εκπαίδευση:
- Εγχειρίδιο Λειτουργίας:

9. Το κόστος ένταξης του λήπτη στο δίκτυο *Franchising*

- Δικαίωμα Εισόδου:
- Αρχική διαφήμιση:
- Κατασκευή και διαμόρφωση καταστήματος:
- Εξοπλισμός:
- Αρχικό εμπόρευμα:
- Τυχόν άλλες πρόσθετες δαπάνες:

10. Ρήτρα εμπιστευτικότητας

ΤΡΙΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ

Η ελληνική νομολογία

Η μέχρι σήμερα νομολογία αναφορικά με το Franchising είναι ελάχιστη. Η φτωχή αυτή νομολογιακή αντιμετώπιση του θεσμού οφείλεται βασικά σε δύο λόγους: α) στο ότι η ανάπτυξη του Franchising είναι πολύ πρόσφατη ακόμη στη χώρα μας και, β) στην προσεκτική ή εξειδικευμένη τεχνική επεξεργασία των στοιχείων που περιλαμβάνονται στις συμβάσεις δικαιόχρησης και ρυθμίζουν τις σχέσεις των μερών, η οποία πραγματικά δεν αφήνει πολλά περιθώρια για τη δημιουργία σοβαρών διενέξεων μεταξύ των συμβαλλομένων.

A. ΠολυμΠρωτοδΑθ 13118/1995 (ΕΕμπΔ 1996, 183 επ.)

Είναι η πρώτη χρονολογικά απόφαση Δικαστηρίου της ουσίας που αναφέρεται στη σύμβαση Franchising. Αφορά 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 δικανικής του κρίσης, το Δικαστήριο στηρίχτηκε βασικά στον Κανονισμό 4087/1988 και στη σχετική νομολογία του ΔΕΚ (υπόθεση «Pronuptia»). Κατ' αρχήν, το Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών έκρινε ορθά ότι η επιβολή από τον δότη στους δικαιοδόχους κοινού και ενιαίου τιμολογίου αμοιβών και προμηθειών (το οποίο επιλέγεται και διαμορφώνεται αποκλειστικά από αυτόν) είναι παράνομη και άκυρη. Πρόκειται ουσιαστικά για ρήτρα καθορισμού των τιμών διάθεσης των συμβατικών υπηρεσιών, που έχει ως αντικειμενικό σκοπό τον περιορισμό του ελεύθερου ανταγωνισμού. Επομένως, συνιστά ευθεία παράβαση του νόμου 703/1977 (άρθρο 1 § 1 περίπτ. α') αλλά βέβαια και του άρθρου 85 § 1 περίπτ. α' Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 1 περίπτ. α'). Μάλιστα, δεν υπήρχε καμία πιθανότητα απαλλαγής του άκυρου όρου με βάση το άρθρο 85 § 3 Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 3), δεδομένου ότι ο Κανονισμός (άρθρο 5 περίπτ. ε') όπως και το ΔΕΚ επέτρεπαν τις συνιστώμενες τιμές αλλά απαγόρευαν ρητά τον άμεσο ή έμμεσο περιορισμό του λήπτη από τον δικαιοπάροχο ως προς τον καθορισμό των τιμών πώλησης. Σωστά, επίσης, αποφάνθηκε το Δικαστήριο ότι η ρήτρα με την οποία υποχρεούνται οι δικαιοδόχοι να γνωστοποιούν στον δότη τις εντολές μεσιτείας που δέχονται από τους πελάτες τους καθώς και τις υποθέσεις που διεκπεραιώνουν είναι εξίσου παράνομη και άκυρη. Ο όρος που απαιτεί από τον λήπτη την τήρηση μητρώου των πελατών περιορίζει τον ανταγωνισμό (άρα, εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου 1 § 1 Ν. 703/1977), χωρίς να έχει σχέση με την επιδιωκόμενη λειτουργία ενός συστήματος Franchising. Με τον τρόπο

αυτό, επιβάλλεται η αποκάλυψη και μετάδοση ζωτικών εμπορικών μυστικών του δικαιοδόχου και επηρεάζεται αντίστοιχα η αυτονομία της επιχειρηματικής του πολιτικής.

Αντίθετα, κακώς έκρινε το Δικαστήριο ως περιοριστικό του ανταγωνισμού τον όρο της σύμβασης για την υποχρέωση των ληπτών να συμμετέχουν οικονομικά στη διαφημιστική δαπάνη του δικτύου Franchising. Σύμφωνα με το σκεπτικό της απόφασης, η υποχρέωση συνδιαφήμισης και συμμετοχής στο διαφημιστικό κόστος καταλήγει στον ευθύ επηρεασμό του διαφημιστικού προϊόντος και της τελικής του τιμής, ανοίγοντας το δρόμο για τη μετακύλιση του διαφημιστικού κόστους στον λιανοπωλητή. Ωστόσο, ο προηγούμενος Κανονισμός 4087/1988 δεν θεωρούσε περιοριστική του ανταγωνισμού την επιβολή στον λήπτη της συγκεκριμένης υποχρέωσης, εφόσον ήταν αναγκαία για τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του Δικτύου (άρθρο 3 § 1 περίπτ. ζ').

B. ΜονομΠρωτοδΑθ 23373/1998 (ΔΕΕ 1999, 864 επ.)

Η απόφαση αυτή, που εκδόθηκε με τη διαδικασία των Ασφαλιστικών Μέτρων, έκρινε επί αιτήματος του κύριου δικαιοδόχου (στην ουσία δότη) για την εφαρμογή ρήτρας απαγόρευσης μετασυμβατικού ανταγωνισμού. Ο δότης είχε συνάψει με τον (απλό) λήπτη συμφωνία δικαιόχρησης για την παροχή ταχυδρομικών, επιχειρηματικών και επικοινωνιακών υπηρεσιών. Ο λήπτης, όμως, κατήγγειλε τη σύμβαση Franchising αποδίδοντας στο πρόσωπο του δότη παραβίαση των συμβατικών του υποχρεώσεων (έκτακτη καταγγελία για σπουδαίο υπαίτιο λόγο). Συγκεκριμένα, ισχυρίστηκε ότι ο δότης δεν του παρείχε την απαιτούμενη υποστήριξη σε θέματα διαφήμισης και προώθησης του καταστήματός του. Στη συνέχεια, αφού αφαίρεσε τα σήματα και τα υπόλοιπα διακριτικά γνωρίσματα του συστήματος Franchising, συνέχισε τη λειτουργία της επιχείρησής του στο ίδιο κατάστημα και πρόσφερε στους πελάτες του τις ίδιες ακριβώς υπηρεσίες όπως και πριν από την καταγγελία της σύμβασης. Ο δότης, λοιπόν, κατέθεσε αίτηση Ασφαλιστικών Μέτρων εναντίον του λήπτη ζητώντας (μεταξύ άλλων) να του απαγορευτεί προσωρινά η διενέργεια στο συγκεκριμένο κατάστημα συναφών με το δικό του σύστημα πράξεων. Στην αίτησή του επικαλέστηκε την παραβίαση του όρου μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού, σύμφωνα με τον οποίο μετά τη λήξη ή τη λύση της σύμβασης Franchising ο δικαιοδόχος είχε την υποχρέωση να μην αναμειγνύεται άμεσα ή έμμεσα για περίοδο δύο ετών σε οποιαδήποτε παρεμφερή επιχείρηση. Επιπλέον, υποστήριξε ότι συνέτρεχε περίπτωση αθέμιτου ανταγωνισμού, δεδομένου ότι οι παράνομες ενέργειες του πρώην λήπτη προκαλούσαν σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό και δημιουργούσαν την εσφαλμένη εντύπωση ότι η

επιχειρηματική του δραστηριότητα ταυτιζόταν με εκείνη του συστήματος δικαιόχρησης.

Το Δικαστήριο έκανε δεκτό το αίτημα του δότη, εκτιμώντας ότι πράγματι ο δικαιούχος αθέτησε τη μετασυμβατική υποχρέωση μη ανταγωνισμού. Μάλιστα, έκρινε ότι η εν λόγω παράβαση συνιστούσε *per se* και παράβαση του άρθρου 1 Ν. 146/1914, δηλαδή πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού. Έτσι, απαγόρευσε στον λήπτη να ασκεί προσωρινά την ίδια εμπορική – επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε και όταν ήταν μέλος του δικτύου Franchising του δότη.

Ωστόσο, η παραπάνω απόφαση δεν μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένη. Το Μονομελές Πρωτοδικείο Αθηνών παράβλεψε εντελώς τις ακόλουθες κρίσιμες παραμέτρους: α) τη χρονική έκταση (διετία) της ρήτρας μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού, που περιλαμβανόταν στην υπό κρίση σύμβαση Franchising και η οποία παραβίαζε καταφανώς το άρθρο 3 § 1 περίπτ. γ' του Κανονισμού 4087/1988 (όπου θεσπιζόταν ως μέγιστη χρονική έκταση της ρήτρας αυτής το ένα έτος). Έτσι ακριβώς προβλέπει και ο νέος Κανονισμός 2790/1999 (άρθρο 5 περίπτ. β'). Μάλιστα, και η Επιτροπή Ανταγωνισμού (ΕΑ 252/1995, ΔΕΕ 1995, 396 επ.) έχει κρίνει ότι δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό η υποχρέωση του λήπτη να μην ανταγωνίζεται τον δότη για το εύλογο χρονικό διάστημα του ενός χρόνου μετά τη λύση της σύμβασης Franchising. Επιπρόσθετα, το άρθρο 10 § 3 του π.δ. 219/1991 για τους εμπορικούς αντιπροσώπους ορίζει ότι «η υποχρέωση μη ανταγωνισμού ισχύει για περίοδο το πολύ ενός έτους μετά την λήξη της σύμβασης», β) το γεγονός ότι στην εξεταζόμενη υπόθεση ο λήπτης ήταν εκείνος που κατήγγειλε εγγράφως τη σύμβαση Franchising, επικαλούμενος αντισυμβατική συμπεριφορά του δότη. Πράγματι, θα ήταν εντελώς ανεπιεικές να απαιτηθεί από τον λήπτη η τήρηση μιας τόσο «σκληρής» υποχρέωσης, από τη στιγμή που η σύμβαση λύθηκε λόγω έκτακτης καταγγελίας για σπουδαίο υπαίτιο λόγο που συνέτρεχε στο πρόσωπο του δότη. Μια λύση θα ήταν, ενδεχομένως, να εξαρτούσε το Δικαστήριο τη συμμόρφωση του λήπτη στη μετασυμβατική υποχρέωση μη ανταγωνισμού από την καταβολή εύλογου ανταλλάγματος από τον δότη (εννοείται επιπλέον της τυχόν αποζημίωσης που θα υποχρεωνόταν να του καταβάλει για την αποκατάσταση της ζημίας που υπέστη από τη λύση της σύμβασης). Άλλη επιλογή (δυνατότητα) θα ήταν να κριθεί στην περίπτωση αυτή ανεφάρμοστη η ρήτρα απαγόρευσης μετασυμβατικού ανταγωνισμού. Οπωσδήποτε, όμως, δεν θα έπρεπε να ακολουθηθεί η ανεπιεικέστερη για τον λήπτη οδός της χωρίς όρους και ανεξάρτητα από την αιτία λύσης της σύμβασης συμμόρφωσής του προς την υποχρέωση μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού. Εξάλλου, μια τέτοια θεώρηση προσκρούει και στις γενικές αρχές του ΑΚ (άρθρα 200, 281, 288), γ) το σημαντικό θέμα εάν και κατά πόσο η επιβολή στον λήπτη της μετασυμβατικής υποχρέωσης μη ανταγωνισμού ήταν στη συγκεκριμένη

περίπτωση αναγκαία για την προστασία των δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του δότη, ή για τη διατήρηση της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising. Εφόσον συνέτρεχε η εν λόγω προϋπόθεση, μπορούσε να αποκλειστεί η εφαρμογή του άρθρου 85 § 1 Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 1) και να θεωρηθεί επιτρεπτή η ρήτρα μη μετασυμβατικού ανταγωνισμού (άρθρο 3 § 1 περίπτ. γ' του Κανονισμού 4087/1988). Δικαιολογητικό λόγο αυτής της παράλειψης αποτελεί μάλλον το γεγονός ότι το Δικαστήριο βασίστηκε για την εξαγωγή της δικανικής του κρίσης αποκλειστικά και μόνο στις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού, αγνοώντας εσφαλμένα τις ειδικές διατάξεις του Κανονισμού 4087/1988.

Η στάση του Δικαστηρίου ανάγκαζε στην ουσία τον λήπτη είτε να αλλάξει εντελώς αντικείμενο επιχειρηματικής δραστηριότητας (πράγμα τρομερά δύσκολο, αν όχι αδύνατο), είτε να κλείσει το κατάστημά του. Έτσι, όμως, ικανοποιούσε πλήρως το αντίστοιχο δικαίωμα του δότη κατά παράβαση της διάταξης του άρθρου 692 § 4 ΚΠολΔ. Χωρίς αμφιβολία, η «προσωρινή» απαγόρευση άσκησης της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας από τον λήπτη ήταν δυνατόν στην πράξη να υπερβεί κατά πολύ τη μέγιστη επιτρεπόμενη και από τους δύο κοινοτικούς Κανονισμούς χρονική διάρκεια του ενός έτους, καθώς μπορούσε να διαρκέσει ακόμη και μέχρι την έκδοση οριστικής δικαστικής απόφασης.

Η νομολογία του ΔΕΚ

Υπάρχει μόνο μία απόφαση του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΔΕΚ) αναφορικά με το Franchising. Πρόκειται για την πολύ γνωστή υπόθεση Pronuptia (απόφαση ΔΕΚ της 28.1.1986, υπόθεση 161/1984, «Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis», Hamburg). Η συγκεκριμένη απόφαση εκδόθηκε μετά από προδικαστικό ερώτημα που υπέβαλε στο ΔΕΚ το Γερμανικό Ακυρωτικό (σύμφωνα με το άρθρο 177 Συνθ ΕΚ) και αφορούσε διαφορά που προέκυψε από τη λειτουργία τριών συμβάσεων Franchising μεταξύ του δότη (ο οποίος ήταν θυγατρική γερμανική εταιρία της γαλλικής εταιρίας «Pronuptia de Paris», με αντικείμενο επιχειρηματικής δραστηριότητας την παραγωγή και διανομή ενδυμάτων γάμου και των σχετικών αξεσουάρ) και του Γερμανού λήπτη, ο οποίος αρνιόταν να καταβάλει τα οφειλόμενα ποσά των Διαρκών Δικαιωμάτων. Μετά από αγωγή του δότη στα γερμανικά Δικαστήρια, ο λήπτης ισχυρίστηκε στη δίκη ότι οι συμβάσεις δικαιόχρησης που είχε υπογράψει περιείχαν άκυρες ρήτρες (π.χ. υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας, υποχρέωση έγκρισης των διαφημιστικών του μηνυμάτων από τον δότη, απαγόρευση μεταβίβασης

σε τρίτους των συμβατικών του δικαιωμάτων και υποχρεώσεων κ.λ.π.), οπότε συμπαρασύρονται και οι ίδιες σε ακυρότητα ως εμπίπτουσες στον απαγορευτικό κανόνα του άρθρου 85 § 1 Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 1). Αρχικά, το Πρωτοδικείο εξέδωσε απόφαση υπέρ του δότη, στη συνέχεια όμως το Εφετείο δικαίωσε τον λήπτη κρίνοντας ότι οι συγκεκριμένες συμβάσεις Franchising ήταν πράγματι άκυρες σύμφωνα με το άρθρο 85 § 2 Συνθ ΕΚ (σημερινό 81 § 2). 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 αναίρεσης προϋπέθετε ερμηνεία του σχετικού κοινοτικού δικαίου.

Το ΔΕΚ αποφάνθηκε ότι οι συμβάσεις Franchising αποτελούν μια ιδιαίτερη κατηγορία συμφωνιών διανομής, οι οποίες περιέχουν τόσο στοιχεία παραχώρησης άδειας χρήσης και εκμετάλλευσης εμπορικής τεχνογνωσίας, όσο και στοιχεία σύμβασης διανομής. Μάλιστα, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η συγκεκριμένη σύμβαση ενέπιπτε στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 § 1 Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 1) και δεν μπορούσε να τύχει απαλλαγής κατά τον Κανονισμό 67/67. Επομένως, ούτε οι Κανονισμοί 1983/83 και 1984/83 για τις συμφωνίες αποκλειστικής διανομής και προμήθειας αντίστοιχα μπορούσαν να εφαρμοστούν. Περαιτέρω, έκρινε ότι η συμβατότητα των συμφωνιών Franchising με το άρθρο 85 § 1 Συνθ ΕΚ (σημερινό 81 § 1) δεν πρέπει να εκτιμάται αφηρημένα, αλλά υπό το φως των επιμέρους ρυθμίσεών τους και του οικονομικού τους περιεχομένου. Τέλος, αναγνώρισε τα οφέλη που αποκομίζουν από την εφαρμογή της σύμβασης Franchising τόσο ο δότης όσο και ο λήπτης, με αποτέλεσμα να μην περιορίζει αυτή καθαυτή τον ελεύθερο ανταγωνισμό.

Με βάση τις παραπάνω σκέψεις, το ΔΕΚ θεώρησε ότι οι ρήτρες που είναι απαραίτητες για την προστασία της τεχνογνωσίας του δότη ή τη διαφύλαξη της κοινής ταυτότητας και φήμης του δικτύου Franchising δεν εμπíπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 85 § 1 Συνθ ΕΚ (σημερινού 81 § 1). Τέτοιες έγκυρες ρήτρες είναι οι σχετικές με την απαγόρευση μεταβίβασης των συμβατικών δικαιωμάτων και υποχρεώσεων του λήπτη χωρίς την έγκριση του δότη, τη δυνατότητα του δότη να κοινοποιεί στον λήπτη ενδεικτικές τιμές πώλησης, τη χρησιμοποίηση από τον λήπτη της τεχνογνωσίας του δότη κ.λ.π. Αντίθετα, κρίθηκαν από το ΔΕΚ άκυρες οι ρήτρες εκείνες της σύμβασης που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, εφόσον δεν διασφαλίζουν την εύρυθμη λειτουργία του συστήματος Franchising. Τέτοιου είδους ρήτρες είναι αυτές που καταλήγουν στον καταμερισμό των αγορών μεταξύ των μελών του Δικτύου, ή επιβάλλουν στον λήπτη καθορισμένες τιμές πώλησης.

ΤΕΤΑΡΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ FRANCHISING

ΣΥΜΒΑΣΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (Franchising και Master Franchising)

Στην Αθήνα σήμερα, την του έτους, μεταξύ :

αφενός

της ανώνυμης εταιρίας με την επωνυμία «.....» και με διακριτικό τίτλο "....." (εφεξής καλούμενη "ο Δικαιοπάροχος/Δότης ή η Βιομηχανία"), που εδρεύει στην και που εκπροσωπείται νόμιμα από τον κ. και από τον κ.

και αφετέρου

του κ., κατοίκου, οδός αρ., (εφεξής καλούμενος "ο Δικαιοδόχος/Λήπτης")

συμφωνήθηκαν και έγιναν αμοιβαία αποδεκτά τα ακόλουθα:

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

1. Ο Δικαιοπάροχος/Δότης είναι ανώνυμη εμπορική και βιομηχανική εταιρία, που δραστηριοποιείται στον χώρο της παραγωγής λιπασμάτων και εν γένει χημικών προϊόντων και επίσης στο χώρο της εμπορίας και διάθεσης πάσης φύσεως εφοδίων του ευρύτερου γεωργικού και κτηνοτροφικού τομέα. Η Διεύθυνση αποτελεί τον κλάδο ανάπτυξης του Δότη και έχει μόνο εμπορική, όχι εταιρική υπόσταση. Η Διεύθυνση αυτή έχει αναπτύξει ένα δίκτυο διανομής στην Ελλάδα με τη μορφή καταστημάτων με το εμπορικό σήμα
2. Το Πολυκατάστημα είναι ένα αγροτικό πολυκατάστημα εγκατεστημένο σε αγροτική περιοχή που περιλαμβάνει το λιγότερο 5.000 κατοίκους. Τα προάστια αγροτικών κωμοπόλεων και ιδιαίτερα η εμπορική τους ζώνη αποτελούν τον ιδανικότερο χώρο εγκατάστασής του. Το χαρακτηριστικό του είναι η ευρύτητα της πελατειακής του βάσης - γεωργοί, κτηνοτρόφοι, άνθρωποι της υπαίθρου. Οι ανάγκες της πελατειακής του βάσης καλύπτονται από τις παρακάτω δύο αγορές - στόχους:

- Επαγγελματίες
- Ερασιτέχνες

Στην πρώτη αγορά περιλαμβάνονται οι επαγγελματίες αγρότες, κτηνοτρόφοι και τα προσφερόμενα προϊόντα έχουν σαν στόχο την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών. Η αγορά αυτή παρουσιάζει το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για το Πολυκατάστημα.

Στην ερασιτεχνική αγορά περιλαμβάνονται, εκτός των αγροτών και κτηνοτρόφων, οι άνθρωποι της υπαίθρου, οι οποίοι ασχολούνται με τον κήπο, τα κατοικίδια ζώα, το κυνήγι και τα μαστορέματα. Πρόκειται για μια αναπτυσσόμενη αγορά, που θα παρουσιάζει όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για το Πολυκατάστημα.

Οι βασικές κατηγορίες προϊόντων τις οποίες διακινούν τα Πολυκαταστήματα είναι :

- Λιπάσματα
- Ζωοτροφές
- Πρώτες ύλες
- Κτηνοτροφικό εξοπλισμό
- Κτηνιατρικά
- Φυτοφάρμακα
- Σπόροι
- Αρδευτικά
- Γεωργικό εξοπλισμό
- Μηχανήματα
- Είδη μαστορέματος
- Είδη κηπουρικής
- Είδη προστασίας εργαζομένων
- Είδη για κατοικίδια
- Ρούχα - Μπότες
- Είδη κυνηγίου

3. Τα Πολυκαταστήματα βασίζονται σε συγκεκριμένη οργανωτική τεχνογνωσία (know-how), έχουν ορισμένη εσωτερική και εξωτερική διαμόρφωση σύμφωνα με συγκεκριμένα πρότυπα, και φέρουν ορισμένα διακριτικά γνωρίσματα, ως περιγράφονται αναλυτικά κατωτέρω (εφεξής καλούμενα "το Πακέτο Franchising").

4. Ήδη, με την παρούσα σύμβαση δικαιόχρησης (Franchising) ο Δικαιοπάροχος/ Δότης παραχωρεί προς τον Δικαιοδόχο/Λήπτη και ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αποκτά την χρήση και εκμετάλλευση του Πακέτου

Franchising, με στόχο την οργάνωση και λειτουργία ενός καταστήματος καθώς και ενός Δικτύου Πολυκαταστημάτων στην Περιοχή (ως Master Franchisee), υπό τους όρους και συμφωνίες που περιλαμβάνονται στην παρούσα σύμβαση.

5. Με την παρούσα σύμβαση ο Δικαιοπάροχος/Δότης παραχωρεί στον Δικαιοδόχο/ Λήπτη μια επώνυμη ταυτότητα, με τη συμμετοχή του στο δίκτυο Franchising, που αποτελεί δίκτυο καταστημάτων αναγνωρισμένων σε όλη την Ελλάδα.
6. Τα μέρη αναγνωρίζουν και αποδέχονται ότι η παρούσα σύμβαση διέπεται από πνεύμα συνεργασίας και ότι μόνο με το πνεύμα αυτό μπορούν να υπάρξουν αμοιβαία οφέλη από την σύμβαση αυτή. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αναγνωρίζει και αποδέχεται δια του παρόντος ότι η επιτυχής λειτουργία του Franchise εξαρτάται κυρίως από τις προσπάθειες, ικανότητες και διαχειριστικές δυνατότητες του ιδίου και ότι ο Δικαιοπάροχος/Δότης υπόσχεται να δημιουργήσει με την υποστήριξη του τις κατάλληλες συνθήκες για την επιτυχή λειτουργία του καταστήματος.

Άρθρο 1ο - Ορισμοί

Στην παρούσα σύμβαση οι ακόλουθοι όροι θα χρησιμοποιούνται με την εξής έννοια:

- I. **Πακέτο Franchising** : Έχει την έννοια που δίδεται παραπάνω στο Προοίμιο, παράγραφο 2 και περιλαμβάνει :

Α' ΤΜΗΜΑ

Δικαίωμα χρήσης των ακόλουθων σημάτων και διακριτικών γνωρισμάτων:

1. Σήμα
Σήμα υπ' αρ. κατάθεσης ("....." + απεικόνιση).
2. Λοιπά διακριτικά γνωρίσματα
 - i) Διασηματισμός που αποτελείται από την λέξη "....." και την απεικόνιση ενός τριφυλλιού με ορισμένη χρωματική σύνθεση (πράσινο σκούρο, πράσινο ανοικτό και πορτοκαλί).
 - ii) 3 Σημαίες (2 με την ένδειξη ".....", 1 με την ένδειξη ".....").
 - iii) Πυλώνες με τα χαρακτηριστικά χρώματα.

3. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δύναται να εμφανίσει διακριτικά την επωνυμία του στην πρόσοψη του κτιρίου.
4. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει να απεικονίζει διακριτικά το σήμα στα λογιστικά έντυπα αλλά και τα έντυπα αλληλογραφίας, διαφήμισης κ.α.

Β' ΤΜΗΜΑ

1. Εξωτερική και εσωτερική διαμόρφωση καταστήματος

α. Εξωτερική διαμόρφωση του καταστήματος :

- i. Στην μπροστινή πλευρά, αυτήν που βλέπει ο καταναλωτής, αναρτάται η επιγραφή + απεικόνιση τριφυλλιού (ως περιγράφεται ανωτέρω στο τμήμα Α, υπό στοιχ. 2, i). Η πλευρά αυτή πρέπει να φέρει τα διακριτικά χρώματα των, δηλαδή πράσινο βαθύ, πράσινο ανοικτό ("φυσικί"), όπως αυτά καθορίζονται ειδικότερα στη Βίβλο του franchising.

Μπροστά από το Κατάστημα τοποθετούνται, ανάλογα με την διαμόρφωση του χώρου, ο Πυλώνας και οι Σημαίες (ως περιγράφονται ανωτέρω στο τμήμα Α' υπό στοιχ. 2, ii, και iii).

- ii. Χώρος πάρκινγκ με διαγραμμίσεις χωρητικότητας τουλάχιστον 15 θέσεων ασφαλτοστρωμένος.
- iii. Χώρος για φόρτωση - εκφόρτωση φορτηγών βαρέως τύπου.
- iv. Φωτισμός του χώρου κατά τις βραδινές και νυκτερινές ώρες ώστε το Κατάστημα να διακρίνεται επαρκώς και να μην υπάρχουν σκοτεινά σημεία.
- v. Περίφραξη του οικοπέδου όπου στεγάζεται το Κατάστημα.

β. Εσωτερική διαμόρφωση του χώρου

Το Κατάστημα χωρίζεται σε 2 τμήματα:

- Αποθηκευτικός χώρος (βιομηχανικό δάπεδο, φωτισμός, ειδικός χώρος αποθήκευσης για προϊόντα super-market, πινακίδες σήμανσης προϊόντων.
- Χώρος super-market (self-service)
Στο χώρο αυτό τοποθετούνται σειρές από ράφια δύο ειδών: "Γόνδολες" - στα ενδιάμεσα τμήματα - και ράφια τοίχου. Επίσης, τοποθετούνται πινακίδες σήμανσης των βασικών κατηγοριών προϊόντων. Προβλέπεται ειδικός χώρος με κατάλληλο εξαερισμό για την τοποθέτηση φυτοφαρμάκων και κτηνιατρικών προϊόντων.

2. Οργανωτική Δομή

Το προσωπικό του Πολυκαταστήματος αποτελείται τουλάχιστον από 5 εργαζομένους των ακόλουθων ειδικοτήτων :

- 2 γεωπόνοι / ειδικοί επιστήμονες. Ο ένας με ειδίκευση στην φυτική παραγωγή και ο άλλος στην ζωική παραγωγή. Εναλλακτικά, ο δεύτερος μπορεί να είναι κτηνίατρος. Ένας από τους παραπάνω προϊστάται όλου του Καταστήματος.
- 1 ταμίας
- 1 αποθηκάριος
- 1 πωλητής

Ο δεύτερος γεωπόνος και ο αποθηκάριος μπορεί να απασχολούνται εποχιακά μόνον, ανάλογα με τις ανάγκες του καταστήματος.

Το Κατάστημα και το προσωπικό του απασχολείται με συνεχές ωράριο και είναι ανοικτό και το Σάββατο.

II. **Περιοχή:** Νομός

III. **Κατάστημα:** Το Πολυκατάστημα που θα εγκαταστήσει ο Δικαιοδόχος/Λήπτης στην Περιοχή δυνάμει της παρούσας σύμβασης.

IV. **Δίκτυο Καταστημάτων:** Το δίκτυο των πολυκαταστημάτων που έχουν οργανωθεί βάσει των προδιαγραφών του Δικαιοπαρόχου/Δότη, όπως αυτές αναφέρονται στην παρούσα σύμβαση.

- V. **Βίβλος του franchising:** Η Βίβλος του franchising που θα παραδώσει ο Δικαιοπάροχος/Δότης στον Δικαιοδόχο/Λήπτη δυνάμει της παρούσας σύμβασης.
- VI. **Master Franchisee:** Κεντρικός Δικαιοδόχος/Λήπτης, ο οποίος δικαιούται να παρέχει το Πακέτο Franchising σε περαιτέρω λήπτες, για την οργάνωση και λειτουργία από μέρους τους και άλλων Πολυκαταστημάτων.
- VII. **Δορυφορικά Καταστήματα:** Τα καταστήματα που θα εντάξει ο Δικαιοδόχος / Λήπτης στο Δίκτυο της Περιοχής.

Άρθρο 2ο - Δικαιώματα και υποχρεώσεις του Δικαιοπαρόχου/Δότη

- 2.1 Ο Δικαιοπάροχος / Δότης παραχωρεί στον Δικαιοδόχο / Λήπτη το αποκλειστικό δικαίωμα εγκατάστασης καταστημάτων στην Περιοχή. Ο Δικαιοπάροχος / Δότης δεσμεύεται να μην παραχωρήσει δικαιώματα Franchise σε άλλον λήπτη για την Περιοχή. Ειδικώς για τα λιπάσματα παραγωγής ή και συσκευασίας του Δικαιοπαρόχου / Δότη, ο Δικαιοδόχος / Λήπτης αποκτά δυνάμει της παρούσας σύμβασης δικαίωμα αποκλειστικής αντιπροσωπείας στην Περιοχή. Ρητά συνομολογείται ότι το δικαίωμα αυτό αποκλειστικής αντιπροσωπείας δεν θίγεται με την διάθεση των ως άνω προϊόντων στην ΕΑΣ καθόσον αυτή αναλαμβάνει ρητώς την δέσμευση να διαθέτει περαιτέρω τα λιπάσματα αυτά μόνο σε γεωργικούς συνεταιρισμούς και όχι σε ιδιωτικό δίκτυο. Δηλαδή η ΕΑΣ θα προμηθεύεται και θα προωθεί τα μέχρι σήμερα προϊόντα όπως 22-11-0, 20-10-0, 16-20-0, 11-15-15, 20-10-10, CAN 26%, NA 33,5%, 12-12-0 + CaO, 12-12-0+S, 10-30-0, Θ. Κάλιο, 0-20-0, 0-46-0, ουρία, Θ.Α. 21% καθώς και τα προϊόντα που ενδεχομένως θα αντικαταστήσουν στο μέλλον τους παραπάνω τύπους. Οι τιμές χρέωσης της ΕΑΣ θα είναι υψηλότερες κατά 3% από αυτές του Δικαιοδόχου/Λήπτη για την καλή και αποτελεσματική λειτουργία του ιδιωτικού δικτύου.

Πέραν τούτου στο τέλος της χρήσης, εφόσον ο Δικαιοδόχος/Λήπτης έχει επιτύχει τον ετήσιο ποσοτικό στόχο για τα λιπάσματα και είναι εντάξει στις οικονομικές του υποχρεώσεις σύμφωνα με την πιστωτική πολιτική του Δικαιοπαρόχου/Δότη, ο τελευταίος θα του παράσχει αναδρομικά έκπτωση 2% για τις συνολικές αγορές λιπασμάτων του έτους.

Ο Δικαιοδόχος / Λήπτης οφείλει να συμβάλλει με όλες του τις δυνάμεις στην ενεργό προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής εργασίας και των άλλων μέσων που έχει στη διάθεσή του. Ο Δικαιοδόχος / Λήπτης οφείλει να πραγματοποιήσει κατά την πρώτη καλλιεργητική περίοδο λειτουργίας του (1^η Ιουνίου 200. έως 31 Μαΐου 200.) πωλήσεις λιπασμάτων ύψους 45.000 MT.

Ο παραπάνω στόχος θα αναπροσαρμόζεται σε ετήσια βάση.

Σε περίπτωση που ο Δικαιοδόχος / Λήπτης δεν πραγματοποιεί τις προβλεπόμενες ελάχιστες πωλήσεις λιπασμάτων και δεν συντρέχουν λόγοι όπως θεσμικές αλλαγές ή δυσμενείς καιρικές συνθήκες τότε ο Δικαιοπάροχος / Δότης θα μπορεί να άρει την αποκλειστικότητα της περιοχής για τα λιπάσματα και να επιδιώξει και με άλλους τρόπους την επίτευξη των επιθυμητών στόχων.

2.2 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης παραχωρεί στον Δικαιοδόχο/Λήπτη την χρήση και εκμετάλλευση του Πακέτου Franchising και αναλαμβάνει την υποχρέωση να καθοδηγήσει τον Δικαιοδόχο/Λήπτη για την αφομοίωση της παρεχόμενης τεχνογνωσίας (Know-How). Συγκεκριμένα, ο Δικαιοπάροχος/Δότης θα παράσχει:

α) Την Βίβλο του franchising με αναλυτικές οδηγίες σχετικά με την εγκατάσταση, την οργάνωση και την λειτουργία του Καταστήματος.

β) Υποστήριξη πριν από την έναρξη λειτουργίας του Καταστήματος. Η υποστήριξη αυτή θα συνίσταται στην βοήθεια για την επιλογή του κατάλληλου χώρου, για την επιλογή των κατασκευαστικών εταιριών και για την επιλογή του προσωπικού.

γ) Διαρκή υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης. Η υποστήριξη αυτή περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τη διαρκή παροχή συμβουλών σε θέματα οργανωτικά, τεχνικά, χρηματοδοτικά, και γενικά, σε οποιοδήποτε θέμα σχετίζεται με την λειτουργία και οργάνωση του Καταστήματος στα πλαίσια της παρούσας σύμβασης.

2.3 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης υποχρεούται να φροντίζει για τον έγκαιρο εφοδιασμό του Δικαιοδόχου/Λήπτη με εμπορεύματα χωρίς καθυστερήσεις και ελλείψεις.

2.4 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης οφείλει να φροντίζει για την ανταγωνιστικότητα των τιμών που εξασφαλίζει από τους προμηθευτές σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας σύμβασης.

2.5 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης οφείλει να βοηθά τον Δικαιοδόχο/Λήπτη στην ανάλυση της τοπικής αγοράς (με έρευνες αγοράς που θα διεξάγονται τακτικά από κοινού και με οποιονδήποτε άλλο τρόπο ο ίδιος κρίνει πρόσφορο).

2.6 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης αναλαμβάνει την υποχρέωση εκπαίδευσης του Δικαιοδόχου/Λήπτη σε σχέση με την οργάνωση και την λειτουργία του Καταστήματος. Η εκπαίδευση αυτή χωρίζεται σε δύο τμήματα:

- α) Βασικό πρόγραμμα: Το Βασικό Πρόγραμμα εκπαίδευσης λαμβάνει χώρα πριν από την έναρξη λειτουργίας του Καταστήματος. Το πρόγραμμα διαρκεί από 1 έως 2 μήνες, ανάλογα με τις ανάγκες του Δικαιοδόχο/Λήπτη και διεξάγεται σε ένα από τα καταστήματα του Δικαιοπάρoχου/Δότη. Το πρόγραμμα συνίσταται σε πρακτική εκπαίδευση κάθε υποψήφιου υπάλληλου του Δικαιοδόχο/Λήπτη από τον αντίστοιχης ειδικότητας υπάλληλο του Δικαιοπάρoχου/Δότη (λ.χ. ο γεωπόνος θα κατατοπίζεται από τον γεωπόνο, ο ταμίας από τον ταμία κ.ο.κ.). Η παρακολούθηση του Βασικού Προγράμματος είναι υποχρεωτική. Υπάλληλοι που θα προσλαμβάνονται αργότερα θα πρέπει να παρακολουθήσουν ομοίως το Βασικό Πρόγραμμα εκπαίδευσης του Δικαιοπάρoχου/Δότη.
- β) Διαρκής εκπαίδευση: Το πρόγραμμα διαρκούς εκπαίδευσης θα διεξάγεται κατά το χρονικό διάστημα μετά την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος και θα διεξάγεται σε ετήσια βάση υπό μορφή σεμιναρίων. Η παρακολούθηση των σεμιναρίων αυτών είναι υποχρεωτική για τους Δικαιοδόχους/Λήπτες. Μετά από συνεννόηση με τον Δικαιοπάρoχο/Δότη και ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε Δικαιοδόχο/Λήπτη, θα παρέχεται προαιρετικά η δυνατότητα παρακολούθησης συμπληρωματικών σεμιναρίων.
- 2.7 Η οργάνωση και η υλοποίηση των διαφημιστικών εκστρατειών για το δίκτυο των Πολυκαταστημάτων γίνεται με αποκλειστική φροντίδα και ευθύνη του Δικαιοπάρoχου/Δότη.
- 2.8 Ο Δικαιοπάρoχος/Δότης είναι υποχρεωμένος να καλεί τουλάχιστον 2 φορές το χρόνο το Δικαιοδόχο/Λήπτη για να συμμετέχει στη χάραξη της στρατηγικής της αλυσίδας των Πολυκαταστημάτων.

Άρθρο 3ο - Δικαιώματα και υποχρεώσεις του Δικαιοδόχο/Λήπτη

- 3.1 Ο Δικαιοδόχος / Λήπτης υποχρεούται εντός έξι μηνών από την υπογραφή της σύμβασης να διαμορφώσει τον ήδη υπάρχοντα χώρο στον οποίο λειτουργεί το κατάστημά του στ. στην οδό αρ. ..., ώστε να φέρει τα χαρακτηριστικά της αλυσίδας σύμφωνα με τα σχέδια και τις προδιαγραφές του Δικαιοπάρoχου / Δότη.
- 3.2 Επίσης με την υπογραφή της παρούσης ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αναλαμβάνει την εκμετάλλευση και του καταστήματος που λειτουργούσε έως σήμερα στ. στην οδό αρ. .. υπό την διεύθυνση του ίδιου του Δικαιοπάρoχου / Δότη (και το οποίο είναι ήδη κατάλληλα διαμορφωμένο ώστε να φέρει τα χαρακτηριστικά της αλυσίδας σύμφωνα με τις προδιαγραφές του Δικαιοπάρoχου/Δότη) με την δέσμευση ότι το κατάστημα αυτό θα συνεχίσει την λειτουργία του και η παρουσία του στην περιοχή θα ενισχυθεί.

- 3.3 Ο Δικαιοδόχος / Λήπτης ως Master Franchisee υποχρεούται κατά την διάρκεια του 200. να εγκαταστήσει ένα κατάστημα στην περιοχή Κατά το 200. ο Δικαιοδόχος / Λήπτης υποχρεούται να εγκαταστήσει άλλο ένα κατάστημα στην περιοχή

Η τήρηση του ανωτέρω χρονοδιαγράμματος λειτουργίας νέων καταστημάτων, αποτελεί προϋπόθεση για την αναγνώριση και καταβολή από την Βιομηχανία της επιπλέον έκπτωσης 2% του άρθρου 2.1 της παρούσης σύμβασης κατά τα αντίστοιχα έτη 200. και 200.. Άλλως η Βιομηχανία απαλλάσσεται από την υποχρέωση αυτή μέχρι να λειτουργήσουν όλα τα συμφωνημένα καταστήματα.

- 3.3 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης μπορεί να χρησιμοποιήσει για την εσωτερική και εξωτερική διαμόρφωση του Καταστήματος κατασκευαστική εταιρία της αρεσκείας του, υποχρεούται όμως να τηρεί τις προδιαγραφές που έχει θέσει ο Δικαιοπάροχος/Δότης.
- 3.4 Η επίπλωση, ο εξοπλισμός, τα προσαρτήματα (ράφια κ.ο.κ.) του Καταστήματος, οι τηλεφωνικές συσκευές, το ντεκόρ, οι πινακίδες - ταμπέλλες αγοράζονται με δαπάνες του Δικαιοδόχου/Λήπτη από προμηθευτές της αρεσκείας του, αρκεί να πληρούν τις προδιαγραφές του Δικαιοπαρόχου/ Δότη.
- 3.5 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να διαμορφώσει με δικές του δαπάνες το εσωτερικό και το εξωτερικό του Καταστήματος σύμφωνα με τα σχέδια και τις προδιαγραφές (standards) του Δικαιοπαρόχου/Δότη.
- 3.6 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αναλαμβάνει την υποχρέωση να προβεί στην διαμόρφωση του Καταστήματος, να μεριμνήσει για την σωστή εφαρμογή των σχεδίων και των προδιαγραφών του Δικαιοπαρόχου/Δότη, να αγοράσει και να φροντίσει για την τοποθέτηση του προβλεπόμενου εξοπλισμού, να προμηθευτεί σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 4 της παρούσας σύμβασης τα απαραίτητα προς τούτο εμπορεύματα, να φροντίσει για την τοποθέτηση των εμπορευμάτων σε συνεργασία με τον Δικαιοπάροχο/Δότη, να μεριμνήσει για την πρόσληψη και προκαταρκτική εκπαίδευση του προσωπικού του σύμφωνα με το πρόγραμμα του Δικαιοπαρόχου/Δότη, να λάβει όλες τις τυχόν απαιτούμενες άδειες της αρχής και εν γένει, να προβεί σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες ώστε το Κατάστημα να είναι έτοιμο προς λειτουργία εντός 2 μηνών από την υπογραφή της τελικής σύμβασης.
- 3.7 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να συμμετέχει σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 5 της παρούσας σύμβασης στις διαφημιστικές καμπάνιες που θα διεξάγονται με τους τρόπους και τα μέσα που θα ορίζει ο Δικαιοπάροχος/Δότης. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δεν θα προβαίνει σε καμία διαφημιστική ενέργεια χωρίς την γραπτή έγκριση του Δότη.

- 3.8 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης θα ακολουθεί οποιοδήποτε νόμιμο λογιστικό σύστημα με την προϋπόθεση ότι με αυτό θα εξασφαλίζεται η άρτια εξυπηρέτηση των πελατών και η ακριβής απεικόνιση του κύκλου εργασιών του Δικαιοδόχου/Λήπτη.

Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να τηρεί τις απαραίτητες λογιστικές διαδικασίες, ώστε να μην εμποδίζεται η αναγκαία για τον Δικαιοπάροχο/Δότη πληροφόρηση σχετικά με το ύψος και την ανάλυση του κύκλου εργασιών του Δικαιοδόχου/Λήπτη για μια δεδομένη χρονική περίοδο.

Στις περιπτώσεις που ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δεν υποχρεούται να τηρεί βιβλίο αποθήκης ή ως άνω αναγκαία πληροφόρηση πρέπει να διευκολύνεται με την τήρηση των κινήσεων αγορών και πωλήσεων εμπορευμάτων σε μηνιαία βάση.

Παραλαβές ή παραδόσεις εμπορευμάτων μόνον με δελτία ποσοτήτων - χωρίς τιμολόγια - θα πρέπει έγκαιρα και μέσα στον μήνα να τακτοποιούνται, ώστε να εμφανίζεται με ακρίβεια ο κύκλος εργασιών.

Ο Δικαιοπάροχος/Δότης διατηρεί το δικαίωμα της επαλήθευσης των μεγεθών που θα αναφέρονται από τον Δικαιοδόχο/Λήπτη μέσω του ελέγχου των σχετικών βιβλίων, καταχωρήσεων και εγγραφών.

- 3.9 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης θα συντάσσει και θα παραδίδει στον Δικαιοπάροχο/Δότη αναλυτική έκθεση πωλήσεων στο τέλος κάθε διμήνου, με βάση ειδικό έντυπο προς συμπλήρωση που θα του παραδίδει ο Δότης. Εντός 3 μηνών από την λήξη κάθε οικονομικού έτους / ετ. χρήσης ο Δικαιοδόχος/Λήπτης θα εφοδιάζει τον Δικαιοπάροχο/Δότη με οποιοδήποτε στοιχείο μπορεί να παράσχει για την πλήρη απεικόνιση της συνολικής οικονομικής δραστηριότητάς του. Αν εκ του νόμου ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να συντάσσει ετήσιες οικονομικές καταστάσεις (συμπεριλαμβανομένων του ισολογισμού και των αποτελεσμάτων χρήσεως που φέρουν σχετική βεβαίωση ελεγκτή), αυτές θα πρέπει εντός του ως άνω χρονικού διαστήματος των 3 μηνών από τη λήξη της χρήσεως να παραδίδονται στον Δότη.

- 3.10 Τρεις μήνες πριν το τέλος του κάθε οικονομικού έτους ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να παραδίδει στον Δότη προϋπολογισμό δαπανών, πωλήσεων και στόχων του επόμενου έτους.

- 3.11 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να ασφαλίσει με δικά του έξοδα το Κατάστημα για όλη τη διάρκεια της σύμβασης σε ασφαλιστική εταιρία επιλογής του και αποδοχής του Δικαιοπάροχου/Δότη έναντι πυρός, διάρρηξης, έκρηξης, τρομοκρατικής ενέργειας, πλημμύρας, σεισμού. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να παραδώσει στο Δικαιοπάροχο/Δότη αντίγραφα όλων των ασφαλιστηρίων συμβολαίων που προβλέπονται στην παρούσα.

- 3.12 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει να συμμορφώνεται προς τις οργανωτικές αρχές του συστήματος Franchising του Δικαιοπαρόχου/Δότη και ιδίως, να σέβεται την αρχή της ομοιομορφίας, σύμφωνα με την οποία η οργάνωση, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εικόνα (image) των καταστημάτων που μετέχουν στο Δίκτυο Franchising πρέπει να είναι ενιαία. Επίσης, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει να συμβουλευτεί τον Δικαιοπάροχο/Δότη πριν από κάθε επιχειρηματική του κίνηση, να ακολουθεί την ενιαία επιχειρηματική πολιτική του Δικαιοπαρόχου/Δότη και να μην προβαίνει σε ενέργειες που ενδέχεται να βλάψουν την φήμη του Δικαιοπαρόχου/Δότη και ολόκληρου του Δικτύου των Καταστημάτων.
- 3.13 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει να ευθυγραμμίζεται με τις κατευθυντήριες αρχές του Δικαιοπαρόχου/Δότη, σε σχέση με τις διοικητικές διαδικασίες και τα συστήματα που θα εφαρμόζει στο Δίκτυο Καταστημάτων.
- 3.14 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αναγνωρίζει και αποδέχεται ότι η επιχείρησή του είναι ανεξάρτητη επιχείρηση από αυτήν του Δικαιοπαρόχου/Δότη, και ότι με την παρούσα σύμβαση δεν δημιουργείται καθ' οιονδήποτε τρόπο σχέση εταιρίας μεταξύ τους. Κανένας υπάλληλος του Δικαιοδόχου/Λήπτη δεν δύναται να θεωρηθεί υπάλληλος του Δικαιοπαρόχου/Δότη. Τα μέρη ρητώς συμφωνούν ότι ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δεν έχει καμία εξουσιοδότηση να αναλαμβάνει συμβατικές υποχρεώσεις, να προβαίνει σε μονομερείς δικαιοπραξίες, δηλώσεις ή πράξεις στο όνομα ή για λογαριασμό του Δικαιοπαρόχου/Δότη. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει να καθιστά γνωστά πέραν πάσης αμφιβολίας τα παραπάνω προς οποιονδήποτε τρίτο και ιδιαίτερα όποιον συμβάλλεται μαζί του, με όποιον τρόπο κρίνει ο ίδιος πρόσφορο.
- 3.15 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης αναγνωρίζει ότι ο Δικαιοπάροχος/Δότης είναι ο δικαιούχος των σημάτων που περιγράφονται ανωτέρω και ότι δυνάμει της παρούσας σύμβασης του παραχωρείται το δικαίωμα χρήσης των σημάτων αυτών αποκλειστικά για το σκοπό λειτουργίας του Καταστήματος σύμφωνα με τους όρους της παρούσας και για την συμφωνημένη διάρκεια αυτής. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δεν δικαιούται να χρησιμοποιεί τα σήματα για κανένα άλλο σκοπό και για οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα και δηλώνει ότι δεν θα παραποιήσει και δεν θα χρησιμοποιήσει τα σήματα του Δικαιοπαρόχου/Δότη σε συνδυασμό με οποιαδήποτε εμπορική επωνυμία, πρόθεμα, λέξη, ή σχηματισμό. Για την προστασία της φήμης και της εξόχου διαφημιστικής δυνάμεως των σημάτων του Δικαιοπαρόχου/Δότη, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να διατηρεί υψηλό το επίπεδο ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει.
- 3.16 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης οφείλει κατά τη διάρκεια της σύμβασης αυτής αλλά και μετά τη λήξη αυτής να διαφυλάσσει τα εμπορικά μυστικά, την τεχνογνωσία (know-how) και εν γένει κάθε πληροφορία που του γνωστοποιείται σχετικά με την οργάνωση και λειτουργία του

Καταστήματος και του Δικτύου Franchising του Δικαιοπαρόχου/Δότη έναντι παντός τρίτου και να εξασφαλίζει την εχεμύθεια των υπαλλήλων του σχετικά με τα θέματα αυτά.

- 3.17 Μετά την παράδοσή του στον Δικαιοδόχο/Λήπτη, η Βίβλος του franchising παραμένει στην κυριότητα του Δικαιοπαρόχου/Δότη και ο Δικαιοδόχος/ Λήπτης καθίσταται απλός κάτοχος αυτού. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να το φυλάσσει επιμελώς και να το επιστρέψει στον Δικαιοπάροχο/Δότη κατά την λήξη της παρούσας σύμβασης. Το περιεχόμενο της Βίβλου του franchising προστατεύεται σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου περί βιομηχανικού απορρήτου, αθέμιτου ανταγωνισμού και πνευματικής ιδιοκτησίας και απαγορεύεται η αναπαραγωγή και η καθ' οιονδήποτε τρόπο γνωστοποίηση του περιεχομένου του σε τρίτους από τον Δικαιοδόχο/Λήπτη. Ο Δικαιοπάροχος/Δότης θα παρέχει σε τακτά χρονικά διαστήματα οδηγίες προς τον Δικαιοδόχο/Λήπτη σχετικά με την λειτουργία του Καταστήματος και του δικτύου Franchising με τη μορφή εγκυκλίων, αναφορών, προφορικών συστάσεων, οι οποίες ενδέχεται να τροποποιούν το περιεχόμενο της Βίβλου του Franchising. Ο Δικαιοδόχος/ Λήπτης οφείλει να συμμορφώνεται προς τους όρους της Βίβλου του Franchising και τις οδηγίες του Δικαιοπαρόχου/Δότη.
- 3.18 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να μην προβαίνει εντός της Περιοχής σε οποιαδήποτε δραστηριότητα ανταγωνιστική προς τα συμφέροντα του Δικαιοπαρόχου/Δότη, και ειδικά να μην συμμετέχει με οποιονδήποτε τρόπο σε οποιασδήποτε μορφής επιχείρηση ανταγωνιστική προς τον Δικαιοπάροχο/Δότη ή σε άλλο δίκτυο Franchise ανταγωνιστικό του Δικαιοπαρόχου/Δότη, τόσο κατά την διάρκεια της παρούσας σύμβασης, όσο και για χρονικό διάστημα δύο ετών μετά την λήξη αυτής όπως το ίδιο ισχύει και για τον Δικαιοπάροχο / Δότη.
- 3.19 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να μεριμνά για την έγκαιρη και σύμφωνα με την πολιτική πιστώσεων πληρωμή των οφειλών του προς τον Δικαιοπάροχο/Δότη. Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται προ της υπογραφής της παρούσης σύμβασης στην τακτοποίηση των χρηματικών εκκρεμοτήτων του προς τον Δικαιοπάροχο/Δότη.

Άρθρο 4 - Προμήθειες - Αγορά εμπορευμάτων

- 4.1 Ο Δικαιοπάροχος / Δότης θα παραδίδει στον Λήπτη κατάλογο προμηθευτών από τους οποίους, αυτός μπορεί να προμηθεύεται τα προϊόντα που θα πωλεί το κατάστημα.
- 4.2 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να ακολουθεί την πολιτική προμηθειών του Δότη, η οποία παρατίθεται εν συντομία κατωτέρω:
- α. Τα λιπάσματα παραγωγής ή/και συσκευασίας του Δότη ο Δικαιοδόχος/ Λήπτης τα προμηθεύεται από τον ίδιο το Δότη. Ο Δικαιοδόχος/ Λήπτης υποχρεούται να μην εμπορεύεται

λιπάσματα ανταγωνιστικά των προϊόντων παραγωγής ή/και συσκευασίας του Δικαιοπαρόχου/Δότη.

- β. Τα λοιπά προϊόντα, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης δύναται να τα προμηθεύεται:
- είτε απευθείας από τον Δότη
 - είτε κατευθείαν από τρίτους προμηθευτές, βάσει των ειδικών συμφωνιών του Δότη.
 - είτε κατευθείαν από τρίτους προμηθευτές, βάσει των ειδικών συμφωνιών του Λήπτη που προϋπήρχαν της υπογραφής της σύμβασης ή ότι συνεργασίες προκύπτουν που θα συμφέρουν τον Δικαιοδόχο / Λήπτη, και προς τούτο οφείλει να ενημερώνει τον Δικαιοπάροχο / Δότη για την καλή λειτουργία της συνεργασίας.
- 4.3 Εάν ο Δικαιοδόχος/Λήπτης κατά τη διάρκεια λειτουργίας του Καταστήματος διαπιστώσει ότι υπάρχει ζήτηση για προϊόντα που δεν περιλαμβάνονται στις βασικές κατηγορίες εμπορίας του Δικαιοπάροχου/Δότη, τότε θα πρέπει να το γνωστοποιεί στον Δικαιοπάροχο/Δότη προκειμένου αυτός να φροντίσει για τον εφοδιασμό του Καταστήματος με τα συγκεκριμένα προϊόντα.
- Εάν ο Δικαιοδόχος/Λήπτης έχει προϋπάρχουσες της σύμβασης συμφωνίες με προμηθευτές οι οποίες είναι πιο συμφέρουσες από αυτές του Δικαιοπάροχου /Δότη οφείλει να ενημερώσει τον Δικαιοπάροχο/Δότη ώστε από τις συμφωνίες αυτές να ωφεληθεί ολόκληρη η αλυσίδα
- 4.4 Ο Δικαιοδόχος/Λήπτης θα καταβάλει τα ποσά που οφείλει στους τρίτους προμηθευτές απευθείας σ' αυτούς, βάσει των συμφωνιών μεταξύ προμηθευτών - Δότη.
- 4.5 Τα καταστήματα που θα εντάξει Δικαιοδόχος /Λήπτης στο δίκτυο των της Περιοχής οφείλουν να προμηθεύονται εμπορεύματα αποκλειστικά σύμφωνα με τους παραπάνω όρους.

Άρθρο 5 - Αμοιβές / Ελάχιστα όρια πωλήσεων-κύκλου εργασιών

- 5.1 α) Εφάπαξ Ποσό Συμμετοχής στο Δίκτυο Franchising (entry fee)

Το κόστος εισόδου στο Δίκτυο ανέρχεται σε 00.000 ευρώ (χωρίς ΦΠΑ) .

Αυτό το δικαίωμα καλύπτει την απόκτηση του εμπορικού σήματος, την χρήση των υπηρεσιών του τμήματος αγορών και την απόκτηση της Βίβλου του Franchising, τα οποία παραδίδονται κατά την υπογραφή του συμβολαίου.

β) Περιοδικά δικαιώματα (Royalties)

Τα περιοδικά δικαιώματα αποτελούν την αμοιβή του Δικαιοπαρόχου/Δότη για τις υπηρεσίες που προσφέρει στον Δικαιοδόχο/Λήπτη.

Μαζί με το ποσό των δικαιωμάτων όπως ορίζεται παραπάνω, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης θα παραδίδει στον Δικαιοπάροχο/Δότη αναλυτική έκθεση υπολογισμού του ποσού αυτού, την οποία θα μπορεί αυτός να ελέγξει.

Τα περιοδικά δικαιώματα για κάθε έτος υπολογίζονται στο συνολικό κύκλο (χωρίς το ΦΠΑ) εργασιών, ως εξής:

- εξαιρούνται του κύκλου εργασιών επί του οποίου υπολογίζονται τα royalties οι πωλήσεις λιπασμάτων.
- Εξαιρείται του κύκλου εργασιών επί του οποίου υπολογίζονται τα royalties ο μέσος όρος πωλήσεων εκτός λιπασμάτων των τελευταίων τριών ετών όπως αυτός προκύπτει από επίσημες λογιστικές καταστάσεις. Αναλυτικά εξαιρείται ο μέσος όρος πωλήσεων για τις κατηγορίες σπόροι και φυτοφάρμακα ο οποίος κατά δήλωση του Δικαιοδόχου/Λήπτη ανέρχεται στο ποσόευρώ. Το ποσό αυτό θα επικυρωθεί μετά από έλεγχο από τα αρμόδια όργανα της Βιομηχανίας.
- Για τον άνω των εξαιρουμένων ποσών κύκλο εργασιών τα royalties υπολογίζονται ως εξής:
 - I. Δεν υπολογίζονται royalties για τις μέχρι 000.000 ευρώ πωλήσεις των πρώτων υλών. Οι άνω των 000.000 ευρώ πωλήσεις πρώτων υλών μαζί με πωλήσεις φυραμάτων άνω των 00.000 ευρώ αποτελούν κατηγορία πωλήσεων για τον υπολογισμό των royalties με ποσοστό 1% .
 - II. Όλες οι λοιπές πωλήσεις φυραμάτων και ειδών supermarket αποτελούν κατηγορία πωλήσεων για τον υπολογισμό των royalties με ποσοστό 2,5%.
 - III. Στην κατηγορία σπόρων και φυτοφαρμάκων τα royalties υπολογίζονται σύμφωνα με το συνημμένο Παράρτημα 1, το οποίο αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσης σύμβασης.

Ο κύκλος εργασιών (κ.ε.) επί του οποίου υπολογίζονται τα royalties προκύπτει ως εξής:

(κ.ε Κεντρικού + κ.ε. δορυφορικά) – κ.ε. Κεντρικού προς δορυφορικά

- 5.2 Τα Περιοδικά Δικαιώματα θα καταβάλλονται ανά εξάμηνο
- 5.3 Βάσει της έκθεσης πωλήσεων που θα παραδίδει ο Δικαιοδόχος/Λήπτης στον Δικαιοπάροχο/Δότη, σύμφωνα με την παρ. 3.7 του παρόντος. Στο τέλος κάθε οικονομικού έτους θα γίνεται ο συνολικός υπολογισμός και εφόσον υπάρχουν διαφορές υπέρ του ενός ή του άλλου, θα γίνεται η ανάλογη αναπροσαρμογή και θα αποδίδονται τα εκατέρωθεν οφειλόμενα.
- 5.4 Ο Δικαιοπάροχος/Δότης διατηρεί το δικαίωμα ελέγχου της ακρίβειας των στοιχείων πωλήσεων των προϋπαρχουσών της σύμβασης με όποιο τρόπο θεωρεί κατάλληλο.

Άρθρο 6 - Διάρκεια της σύμβασης

Η αρχική διάρκεια της σύμβασης ορίζεται από την υπογραφή της παρούσας έως την

Άρθρο 7 - Λύση της σύμβασης

- 7.1 Η παρούσα σύμβαση λύεται με τους ακόλουθους τρόπους:
- (α) Με την πάροδο της συμφωνημένης διάρκειας και οποιασδήποτε ανανέωσης ή παράτασης αυτής, εφόσον τα μέρη δεν προβούν σε περαιτέρω ανανέωση της με συμφωνία.
 - (β) Με έκτακτη καταγγελία από οποιοδήποτε από τα μέρη, στο πρόσωπο του οποίου θεμελιώνεται δικαίωμα καταγγελίας για σπουδαίο λόγο. Σπουδαίο λόγο αποτελεί κατ' αρχάς η υπαίτια παράβαση οποιουδήποτε από τους όρους της παρούσας σύμβασης. Σε περίπτωση καταγγελίας της συμβάσεως από τον Δικαιοπάροχο/Δότη, λόγω υπαίτιας παράβασης κάποιου από τους όρους της σύμβασης από πλευράς του Δικαιοδόχου/Λήπτη, ο Δικαιοπάροχος/Δότης θα δικαιούται να κρατήσει ως όφελος το εφάπαξ καταβαλλόμενο ποσό κατά το άρθρο 5 (α) της παρούσας (entry fee).
- 7.2 Κατά τη λήξη της σύμβασης, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να αποδώσει στον Δικαιοπάροχο/Δότη κάθε είδους έγγραφα, τιμοκαταλόγους, διαφημιστικά φυλλάδια, επιστολόχαρτα και οποιαδήποτε άλλα αντικείμενα, τα οποία είχαν τεθεί στη διάθεση του Δικαιοδόχου/Λήπτη για την εξυπηρέτηση της δραστηριότητάς του σε σχέση με τη λειτουργία του Καταστήματος σύμφωνα με την παρούσα σύμβαση. Επίσης, ο Δικαιοδόχος/Λήπτης υποχρεούται να παύσει αμέσως κάθε χρήση και εκμετάλλευση σημάτων, διακριτικών τίτλων, εμπορικών επωνυμιών και άλλων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας του Δικαιοπαρόχου/Δότη, των οποίων η χρήση του είχε παραχωρηθεί κατά τη διάρκεια της σύμβασης.

Άρθρο 8 - Διάφορα

8.1 Σύμβαση αυτή υπερισχύει, για τα θέματα που καλύπτει, οποιασδήποτε άλλης προγενέστερης συμφωνίας μεταξύ των συμβαλλομένων σχετικά με την παραχώρηση της χρήσης και εκμετάλλευσης του Πακέτου Franchising, είτε προφορικής είτε γραπτής. Καθένα από τα μέρη αναλαμβάνει να καταβάλλει τα έξοδα στα οποία το ίδιο υπεβλήθη για την κατάρτιση της Σύμβασης αυτής.

8.2 Η Σύμβαση αυτή και τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις που απορρέουν από αυτήν ερμηνεύονται σύμφωνα με το Ελληνικό Δίκαιο. Οι διαφορές που προκύπτουν από την Σύμβαση αυτή υπάγονται στην αποκλειστική αρμοδιότητα των δικαστηρίων των Αθηνών.

8.3 Καθένα από τα συμβαλλόμενα μέρη παραιτείται των τυχόν δικαιωμάτων του από τα άρθρα 178, 179, 281, 288 και 388 του Αστικού Κώδικος και ρητά δηλώνει ότι, προτού συμβληθεί, έχει υπολογίσει τον κίνδυνο αλλαγής των περιστάσεων.

Το παρόν συνετάγη σε τρία (3) αντίγραφα από τα οποία έλαβε κάθε συμβαλλόμενος από ένα, και το τρίτο θα κατατεθεί στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

ΣΥΜΒΑΣΗ FRANCHISING

Στη Θεσσαλονίκη σήμερα την
την επωνυμία
που εδρεύει
και εκπροσωπείται νόμιμα από τον
η οποία θα αναφέρεται παρακάτω χάριν συντομίας ως "δικαιοπάροχος" και
της Ανωνύμου Εταιρείας με την επωνυμία
στην οδό
που εδρεύει στη
και που νόμιμα εκπροσωπείται από την κυρία
που θα αναφέρεται παρακάτω χάριν συντομίας ως
"δικαιοδόχος" συνεφωνήθηκαν τα παρακάτω:

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

Η δικαιοπάροχος είναι δικαιούχος των σημάτων

που έχουν νόμιμα κατατεθεί στην Ελλάδα. Είναι επίσης δικαιούχος διακριτικών γνωρισμάτων, που αφορούν την εμφάνιση των καταστημάτων της εξωτερικά και εσωτερικά, καθώς και μεθόδους, τύπους και παραστάσεις συσκευασίας των προϊόντων που παράγει και των υπηρεσιών που προσφέρει, τα οποία (διακριτικά γνωρίσματα) προστατεύονται από την οικεία νομοθεσία. Είναι, τέλος, δικαιούχος εφευρέσεων, ευρεσιτεχνιών, τεχνογνωσίας και μεθόδων παραγωγής και συσκευασίας των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει. Όλα αυτά τα αντικείμενα περιγράφονται λεπτομερώς στα παραρτήματα, που συνοδεύουν την παρούσα σύμβαση και είναι αναπόσπαστα τμήματά της.

Η δικαιοπάροχος έχει αξιοποιήσει με μεγάλη επιτυχία τα παραπάνω αντικείμενα. Τα σήματα, μάλιστα, και τα διακριτικά γνωρίσματα τα έχει καταστήσει ευρύτατα γνωστά και τα έχει καθιερώσει στην Ελλάδα. Εξάλλου, έχει καταστήσει γνωστά και περιζήτητα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παράγει και προσφέρει. Με τα προϊόντα της, ιδίως, έχει καλλιεργήσει σε ένα ευρύ καταναλωτικό κοινό συγκεκριμένες προτιμήσεις (γούστα), τις οποίες μάλιστα ικανοποιεί σε απόλυτα λογικές τιμές. Ενώ, παράλληλα, έχει αναπτύξει οργάνωση και μέθοδο, που της επιτρέπουν να προσφέρει τα προϊόντα της με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες κυρίως του σύγχρονου πολυάσχολου ανθρώπου.

Η δικαιοδόχος, από το άλλο μέρος, γνωρίζει όσα έχει πετύχει η δικαιοπάροχος και τη μεγάλη οικονομική τους αξία. Γνωρίζει, επίσης, τη μεγάλη σημασία που έχουν για τους καταναλωτές τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει η δικαιοπάροχος.

Γι' αυτό, επιθυμεί, προσφέροντας ανάλογα οικονομικά ανταλλάγματα, να συνεργαστεί με τη δικαιοπάροχο. Συγκεκριμένα επιθυμεί, δουλεύοντας κάτω από την επίβλεψη και την καθοδήγησή της, να αξιοποιήσει την οργάνωση της δικαιοπαρόχου, την πείρα και τις γνώσεις της. Ακόμη, να αξιοποιήσει τα σήματα, τα διακριτικά γνωρίσματα, τις εφευρέσεις και ευρεσιτεχνίες, την τεχνογνωσία και τις μεθόδους που έχει πετύχει και που θα πετύχει στο μέλλον η δικαιοπάροχος. Τέλος, επιθυμεί να γίνει και η ίδια πελάτης της δικαιοπαρόχου, ώστε αυτή (η δικαιοπάροχος) να της προμηθεύει τα προϊόντα της, για τα οποία έγινε λόγος προηγουμένως, τα οποία ανταποκρίνονται στις προσδοκίες που έχει το κοινό από τα παραπάνω σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα και τα οποία (προϊόντα) προσδιορίζουν την ταυτότητα του δικτύου Franchise της δικαιοπαρόχου.

Η δικαιοδόχος, πιο πέρα, αναγνωρίζει ότι όλα τα επιτεύγματα της δικαιοπαρόχου πρέπει να διαφυλάξουν και να αναπτύξουν την ποιότητά τους αξία, για χάρη όχι μόνο της ίδιας και των συνεργατών της αλλά και του κοινού των καταναλωτών. Για το λόγο αυτόν, υπόσχεται ότι η πολιτική της θα είναι άψογη απέναντι στη δικαιοπάροχο και στην κοινωνία. Ιδίως, υπόσχεται ότι θα καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που θα παράγει και θα προσφέρει στα πλαίσια της συνεργασίας της με τη δικαιοπάροχο να ανταποκρίνονται πλήρως στις προδιαγραφές της δικαιοπαρόχου και τις απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού.

Τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν συνείδηση ότι η παρούσα σύμβαση θα βελτιώσει την παραγωγή και τη διανομή των προϊόντων τους, θα συμβάλει στην ανάπτυξη και την πρόοδο των επιχειρήσεών τους, ενώ παράλληλα θα εξασφαλίσει για τους καταναλωτές, σε ποιότητα και τιμή, ένα μεγάλο μέρος του οφέλους που θα προκύψει από αυτή (τη σύμβαση). Έχουν συνείδηση, επίσης, ότι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεών τους, ενόψει των συνθηκών του τομέα και του γεωγραφικού χώρου όπου ασκούν τη δραστηριότητά τους, δεν είναι σε θέση να παρακωλύσει, να περιορίσει ή να νοθεύσει τον ανταγωνισμό και ότι, από το άλλο μέρος, θα εξασφαλίσει οφέλη στους καταναλωτές των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν οι παρόμοιες επιχειρήσεις.

Ακολουθώντας όλες αυτές τις σκέψεις και τις αρχές, οι συμβαλλόμενοι διαμορφώνουν τη συνεργασία τους με βάση τους όρους που ακολουθούν.

Κεφάλαιο Α'

ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΥ

Άρθρο 1

1. Η δικαιοπάροχος επιτρέπει στη δικαιοδόχο, με τους όρους που διατυπώνονται στις επόμενες διατάξεις του άρθρου αυτού, να χρησιμοποιεί τα σήματά της,

τα διακριτικά της γνωρίσματα, τις εφευρέσεις, τις ευρεσιτεχνίες την τεχνολογία και τις μεθόδους παραγωγής και συσκευασίας των προϊόντων της.

2. Ειδικότερα, η δικαιοπάροχος χορηγεί στην δικαιοδόχο απλή άδεια χρήσεως των σημάτων και διακριτικών γνωρισμάτων της, δεδομένου ότι η σχέση που δημιουργείται με την παρούσα σύμβαση καλύπτει τις ουσιαστικές προϋποθέσεις του άρθρου 16 του Ν.Δ. 3205/1955. Η δικαιοπάροχος διατηρεί το δικαίωμα να χρησιμοποιεί και η ίδια τα σήματα και τα διακριτικά της γνωρίσματα, όπως και το δικαίωμα να παραχωρεί παρόμοιες άδειες, με τον περιορισμό του άρθρου 7 της παρούσης. Η διάρκεια της άδειας απλής χρήσεως που χορηγείται είναι όση και της παρούσας σύμβασης. Μετά την κατά οποιοδήποτε τρόπο λήξη της σύμβασης αυτής, λήγει και η άδεια χρήσεως.

Η δικαιοπάροχος δικαιούται να υποβάλει στη Διοικητική Επιτροπή Σημάτων αίτηση (δήλωση), προκειμένου η άδεια χρήσεως των σημάτων της να επιτραπεί επισήμως και τα δικαιώματα των μερών να διέπονται από το δίκαιο για τα σήματα. Η δικαιοδόχος υποχρεούται να παράσχει στη δικαιοπάροχο κάθε αναγκαία προς τούτο συνδρομή.

3. Η δικαιοδόχος έχει το δικαίωμα και την υποχρέωση να χρησιμοποιεί τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα σε όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα παράγει και θα προσφέρει με βάση την παρούσα σύμβαση και θα διακρίνει με τα εν λόγω σήματα και διακριτικά γνωρίσματα, μόνο στην πελατεία του καταστήματός της, που βρίσκεται στο
4. Η δικαιοδόχος θα πρέπει να ακολουθεί τις αποφάσεις του "συμβουλίου των δικαιοδόχων", όσο αφορά τις τιμές πωλήσεως των προϊόντων που προσφέρει, σύμφωνα με όσα προβλέπει το άρθρο 42.

Άρθρο 2

1. Η δικαιοπάροχος υποχρεούται να παράσχει οδηγίες για τη διαμόρφωση του εστιατορίου, και την οργάνωση και λειτουργία του, υποχρεούται επίσης να βοηθήσει στην κατάρτιση ειδικευμένου προσωπικού κατά το στάδιο της οργάνωσης και τον πρώτο μήνα της λειτουργίας του καταστήματος. Ειδικότερα, η δικαιοπάροχος υποχρεούται να διαθέσει κατά την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος, το κατά την κρίση της αναγκαίο καθοδηγητικό προσωπικό. Την αμοιβή και τις λοιπές δαπάνες απασχόλησης, διαμονής κ.λ.π. του προσωπικού αυτού θα φέρει η δικαιοδόχος.

Κατ' εξαίρεση η αμοιβή του προσωπικού αυτού θα βαρύνει τη δικαιοπάροχο για το χρονικό διάστημα των πρώτων δεκαπέντε (15) ημερών, για τις κανονικές μόνο ώρες εργασίας (τυχόν υπερεργασία ή υπερωρία κ.λ.π. βαρύνουν τη δικαιοδόχο).

Όλες οι παραπάνω υποχρεώσεις της δικαιοπαρόχου αποτελούν και δικαίωμά της. Συνεπώς, η δικαιοδόχος δε δικαιούται μόνο αλλά και υποχρεούται να δέχεται τις οικείες παροχές και να ακολουθεί τις σχετικές οδηγίες.

2. Η δικαιοπάροχος υποχρεούται και δικαιούται να οργανώνει κατά την κρίση της προγράμματα εκπαίδευσης και μετεκπαίδευσης προσωπικού, στα οποία υποχρεούνται να συμμετάσχουν τα πρόσωπα από το προσωπικό της δικαιοδόχου που θα υποδείξει η δικαιοπάροχος. Την ευθύνη της δαπάνης μετακίνησης και διαμονής για την συμμετοχή του προσωπικού στα προγράμματα αυτά θα την φέρει η δικαιοδόχος.
3. Η δικαιοπάροχος υποχρεούται και δικαιούται να θέσει υπόψη της δικαιοδόχου την απαραίτητη τεχνογνωσία, που κατέχει σήμερα και εκείνη που θα αποκτήσει στο μέλλον, θέτοντας στη δεύτερη περίπτωση εύλογη προθεσμία μέσα στην οποία η δικαιοδόχος υποχρεούται να προσαρμόσει την παραγωγική της διαδικασία. Ακόμη, η δικαιοπάροχος υποχρεούται και δικαιούται να παράσχει και να συνεχίσει να παρέχει στη δικαιοδόχο λεπτομερείς οδηγίες, όρους και προδιαγραφές, ώστε να μπορέσει η δικαιοδόχος να προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της με τις προδιαγραφές που είναι ήδη ή θα είναι στο μέλλον το χαρακτηριστικό των προϊόντων της δικαιοπαρόχου.

Άρθρο 3

1. Προκειμένου η δικαιοπάροχος να βοηθήσει τη δικαιοδόχο να αποκτήσει υλικά, πρώτες ύλες και έτοιμα εμπορεύματα που να ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές της, η δικαιοπάροχος θα παρέχει περιοδικά στη δικαιοδόχο ονόματα προμηθευτών και τιμές προϊόντων τα οποία μπορεί η δικαιοδόχος να προμηθεύεται γνωρίζοντας ότι ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που απαιτεί η δικαιοπάροχος. Με την παροχή των πληροφοριών αυτών η δικαιοπάροχος δε θα επιβάλλει στη δικαιοδόχο υποχρέωση να αγοράζει από τους συγκεκριμένους προμηθευτές.
2. Κατά συνέπεια, η δικαιοδόχος διατηρεί ακέραιο το δικαίωμά της να αγοράζει υλικά, πρώτες ύλες και έτοιμα εμπορεύματα από οποιαδήποτε πηγή, με την προϋπόθεση ότι αυτά θα ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που καθορίζονται στο σχετικό εγχειρίδιο από τη δικαιοπάροχο.
3. Αν η δικαιοπάροχος αδυνατεί να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις της από την παρούσα σύμβαση επειδή καταστράφηκε το εργοστάσιό της από φυσική αιτία (σεισμό ή πυρκαϊά), και τούτο εξακολουθεί για χρονικό διάστημα πέραν των 6 μηνών από την ημερομηνία του συμβάντος θα υποχρεούται να παραχωρήσει εξ

ολοκλήρου την τεχνογνωσία της στη δικαιοδόχο, ώστε η τελευταία να μπορεί και μόνη της να καλύπτει τις ανάγκες της.

Άρθρο 4

Η δικαιοπάροχος δικαιούται να ελέγχει τα υλικά, τις πρώτες ύλες και τα έτοιμα εμπορεύματα, καθώς επίσης και τις εγκαταστάσεις της δικαιοδόχου, για να διαπιστώνει αν πληρούνται συνεχώς οι προδιαγραφές της. Στα πλαίσια του δικαιώματος αυτού, η δικαιοπάροχος δικαιούται οποτεδήποτε, με εξουσιοδοτημένα από αυτή πρόσωπα, να δοκιμάζει χωρίς επιβάρυνση κάθε τι που προμηθεύεται ή πωλεί η δικαιοδόχος, προκειμένου να διαπιστώνει αν αυτό ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές της. Κατά τα λοιπά, ισχύουν όσα ορίζονται στα άρθρα 12 και 13.

Άρθρο 5

1. Αν η δικαιοπάροχος, ασκώντας το δικαίωμα που έχει από τον αριθμό 5 του άρθρου 14, προσφέρει για να πουλήσει στη δικαιοδόχο υλικά, πρώτες ύλες και έτοιμα προϊόντα, οι τιμές που θα χρεωθούν στη δικαιοδόχο θα είναι αυτές που προβλέπονται στον "Ειδικό Κατάλογο Franchise" που θα εκδίδεται περιοδικά από την δικαιοπάροχο για την περιοχή που είναι εγκατεστημένη η δικαιοδόχος. Η διάθεση υλικών, πρώτων υλών και έτοιμων εμπορευμάτων στις ειδικές αυτές τιμές προϋποθέτει ότι η δικαιοδόχος τηρεί διαρκώς τις υποχρεώσεις της από την παρούσα σύμβαση, και ιδίως ανταποκρίνεται πλήρως και εμπροθέσμως στις πληρωμές σύμφωνα με όσα ορίζονται στα άρθρα 8 και 9.
2. Οι τιμές λιανικής πώλησης εκ μέρους της δικαιοδόχου θα είναι οι ίδιες για όλους τους δικαιοδόχους του Νομού περιλαμβανομένων και των καταστημάτων που η δικαιοπάροχος έχει και δική της εταιρική συμμετοχή. Τις τιμές αυτές λιανικής πώλησης θα τις καθορίζει περιοδικά η δικαιοπάροχος με την έκδοση ενός τιμοκαταλόγου που θα γνωστοποιείται γραπτώς προς τη δικαιοδόχο προς εφαρμογή.
3. Η δικαιοπάροχος δεν ευθύνεται για τυχόν καθυστερήσεις στην παραγωγή και παράδοση των υλικών, πρώτων υλών και έτοιμων προϊόντων που πουλάει στη δικαιοδόχο με βάση την παράγραφο 1, όταν οι καθυστερήσεις αυτές οφείλονται σε ανωτέρα βία (πυρκαγιά, σεισμό κ.λ.π.), απεργία, φιλονεικίες στο εργατικό προσωπικό, καθυστερήσεις από την πλευρά του μεταφορέα και ενέργειες Δημόσιας Αρχής. Η ύπαρξη παρομοίων καθυστερήσεων, θα μεταθέτει και την προθεσμία πληρωμής για ίσο χρονικό διάστημα.

Αρθρο 6

Η δικαιοπάροχος υποχρεούται και δικαιούται να καταστρώνει μόνη της πρόγραμμα διαφήμισης σε πανελλαδική κλίμακα και πρόγραμμα τοπικής διαφήμισης παίρνοντας και τη γνώμη της δικαιοδόχου της περιφέρειας όπου το κατάστημα της δικαιοδόχου. Η κατανομή της δαπάνης θα γίνεται σύμφωνα με όσα ορίζονται στο άρθρο 8.

Αρθρο 7

Η δικαιοπάροχος υποχρεούται να μην υπογράψει παρόμοια σύμβαση με φυσικό ή νομικό πρόσωπο, που ο χώρος άσκησης της δραστηριότητάς του θα βρίσκεται εντός των ορίων του

Κεφάλαιο Β'

ΠΑΡΟΧΕΣ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ

Αρθρο 8

Για όλα όσα η δικαιοπάροχος παρέχει στη δικαιοδόχο με βάση τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα που έχει από τις διατάξεις του κεφαλαίου Α και για όλα τα οφέλη που η δικαιοδόχος αποκομίζει με οποιοδήποτε τρόπο από τη συνεργασία της με την δικαιοπάροχο στα πλαίσια της παρούσας σύμβασης, η δικαιοδόχος θα καταβάλλει στην δικαιοπάροχο :

1. Ένα συγκεκριμένο ποσό κάθε έτος και για όσα έτη θα ισχύσει η παρούσα σύμβαση. Το ποσό αυτό για το πρώτο έτος ορίζεται σε και θα καταβληθεί με την υπογραφή της παρούσας σύμβασης. Την αντίστοιχη ημερομηνία κάθε επόμενου έτους ισχύος της σύμβασης, η δικαιοδόχος θα καταβάλλει στην δικαιοπάροχο το ποσό που κατέβαλε το προηγούμενο έτος προσαυξημένο κατά 10%. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το ποσό για το δεύτερο έτος θα είναι
2. Ποσοστό πέντε στα εκατό (5 %) πάνω στις καθαρές πωλήσεις, που η δικαιοδόχος θα πραγματοποιεί κάθε μήνα. Με τον όρο "καθαρές πωλήσεις" εννοείται το σύνολο των πάσης φύσεως πωλήσεων (μικτών πωλήσεων) που θα πραγματοποιήσει η δικαιοδόχος, από το οποίο θα έχει αφαιρεθεί προηγουμένως ο κατά τη νομοθεσία ισχύων Φ.Π.Α. πωλήσεων και τα καταβληθέντα Δημοτικά Τέλη επί των πωλήσεων.

3. Ποσοστό ένα και μισό στα εκατό (1,5%) πάνω στις καθαρές πωλήσεις, (όπως αυτές ορίζονται στην παράγραφο 2 του ίδιου άρθρου), που η δικαιούχος θα πραγματοποιεί κάθε μήνα.

Από το ποσό αυτό το 1% θα δαπανάει η δικαιούχος για διαφήμιση των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει η ίδια και οι δικαιούχοι της. Ειδικότερα, το μισό του 1%, θα το διαθέτει για άμεση πανελλαδική διαφήμιση και το άλλο μισό για άμεση και έμμεση τοπική διαφήμιση.

Το υπόλοιπο 0,5% θα είναι συμμετοχή της δικαιούχου στην υποστήριξη των προϊόντων, και στις εργασίες που είναι απαραίτητες για τη διαφήμισή τους από την πλευρά της δικαιούχου (κατασκευή μακετών και λοιπού υλικού που θα προβληθεί από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης).

Οι όροι "άμεση", "πανελλαδική" ή "τοπική" διαφήμιση, σημαίνουν όλες τις διαφημίσεις που θα γίνονται με την τηλεόραση και το ραδιόφωνο, της ευρύτερης περιοχής που βρίσκεται το κατάστημα της δικαιούχου, ή πανελληνίας εκπομπής, με ημερήσια ή περιοδικά έντυπα τοπικής ή πανελληνίας κυκλοφορίας, με γιγαντοαφίσσες, με ταχυδρομικές διαφημίσεις και με οποιοδήποτε άλλο μέσο που απευθύνεται άμεσα στον καταναλωτή.

Όλα τα ποσά, τα οποία προέρχονται με βάση το παρόν άρθρο, καταβάλλονται προσαυξημένα κατά τον αναλογούντα σ' αυτά εκάστοτε Φ.Π.Α.

Άρθρο 9

1. Τα ποσά που προβλέπονται στον αριθμό 1 του άρθρου 8 θα καταβάλλονται σε μετρητά τις ημέρες που ορίζονται στη διάταξη αυτή.
2. Τα ποσά που προβλέπονται στους αριθμούς 2 και 3 του ίδιου άρθρου, θα καταβάλλονται μέσα στο πρώτο πενήνήμερο του επόμενου σε εκείνον που αφορούν ημερολογιακό μήνα. Η καταβολή θα γίνεται με τραπεζική επιταγή ή με κατάθεση του ποσού σε Τραπεζικό Λογαριασμό της δικαιούχου. Η τραπεζική επιταγή θα συνοδεύεται από το ειδικό έντυπο που θα χορηγεί η δικαιούχος, στο οποίο θα αναγράφεται αναλυτικά το σύνολο των μικτών πωλήσεων του προηγούμενου ημερολογιακού μήνα, το σύνολο των καθαρών πωλήσεων όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 8 παράγραφος 2, και ό,τι άλλο το έντυπο προβλέπει. Το έντυπο αυτό θα συνοδεύεται και από φωτοαντίγραφο, τόσο των "Ζ" των ταμειακών μηχανών, όσο και από φωτοαντίγραφο των Τιμολογίων Πώλησης και Αποδείξεων Λιανικής που τυχόν έχουν εκδοθεί.

Στην περίπτωση κατάθεσης του ποσού σε Τραπεζικό Λογαριασμό της η δικαιοδόχος υποχρεούται να αποστείλει φωτοαντίγραφο του γραμματείου είσπραξης της Τράπεζας και το ειδικό έντυπο κατάλληλα συμπληρωμένο.

Άρθρο 10

Η δικαιοδόχος υποχρεούται στη σχολαστική τήρηση των υποχρεώσεων του παραπάνω άρθρου και την ακριβή αναγραφή των στοιχείων που ζητά το έντυπο, τα οποία στοιχεία πρέπει να συμφωνούν απόλυτα με τα βιβλία που τηρεί κατά το νόμο η δικαιοδόχος.

Άρθρο 11

Σε περίπτωση καθυστέρησης στην καταβολή οποιουδήποτε χρηματικού ποσού, αυτό καθίσταται τοκοφόρο από την ημέρα της καθυστέρησης, με το επιτόκιο υπερημερίας που προβλέπεται κάθε φορά.

Κεφάλαιο Γ'

ΑΛΛΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΕΡΩΝ

Άρθρο 12

1. Η δικαιοδόχος υποχρεούται να επιτρέψει να εισέρχονται σε οποιοδήποτε χώρο της επιχείρησής της, οποιαδήποτε ώρα της λειτουργίας της, πρόσωπα εξουσιοδοτημένα από τη δικαιοπάροχο (επιθεωρητές), τα οποία θα πραγματοποιούν ελέγχους για την ακριβή τήρηση του συνόλου των υποχρεώσεων που απορρέουν για τη δικαιοδόχο από την παρούσα σύμβαση. Τα πρόσωπα αυτά έχουν το δικαίωμα να δοκιμάζουν τα προσφερόμενα προϊόντα και να παραλαμβάνουν δείγματά τους για περαιτέρω έρευνα. Ακόμη, έχουν δικαίωμα να παραλαμβάνουν φωτοαντίγραφα από οποιοδήποτε λογιστικό ή άλλο βιβλίο ή στοιχείο (παραστατικό) που υπάρχει στο λογιστήριο της δικαιοδόχου. Για τους ελέγχους αυτούς οι επιθεωρητές της δικαιοπαρόχου θα συντάσσουν έκθεση, την οποία θα κοινοποιούν και στη δικαιοδόχο, η οποία με τη σειρά της είναι υποχρεωμένη εντός πέντε (5) ημερών να καταθέσει εγγράφως τις απόψεις της στη δικαιοπάροχο.
2. Όταν η έκθεση διαπιστώνει παράβαση των υποχρεώσεων της δικαιοδόχου από την παρούσα σύμβαση, η δικαιοπάροχος θα προβαίνει σε έγγραφες συστάσεις προς τη δικαιοδόχο. Σε περίπτωση που για δεύτερη φορά έκθεση επιθεωρητή καταλογίσει παράβαση των υποχρεώσεων της δικαιοδόχου

που απορρέουν από την παρούσα σύμβαση, η δικαιοπάροχος δικαιούται να ζητήσει από τη δικαιοδόχο την οριζόμενη από το Άρθρο 36 ποινική ρήτρα.

3. Όταν η έκθεση διαπιστώνει την ανάγκη για τροποποιήσεις, βελτιώσεις ή αντικαταστάσεις στο κατάστημα της δικαιοδόχου, η έκθεση θα γνωστοποιείται στη δικαιοδόχο. Στην περίπτωση αυτήν η δικαιοδόχος υποχρεούται να συμμορφωθεί προς τις υποδείξεις της έκθεσης μέσα στην προθεσμία που θα ορίζεται από τη δικαιοπάροχο.
4. Όταν η έκθεση διαπιστώνει ατασθαλίες ή παραλείψεις στην τήρηση των λογιστικών βιβλίων ή στοιχείων, οι οποίες έχουν σαν αποτέλεσμα την απόκρυψη του ύψους των μικτών πωλήσεων, η δικαιοπάροχος δικαιούται, με δαπάνες που θα βαρύνουν τη δικαιοδόχο, να ορίσει ορκωτό ελεγκτή, ο οποίος θα πραγματοποιήσει νέο έλεγχο στα λογιστικά βιβλία της δικαιοδόχου. Το αποτέλεσμα του ελέγχου αυτού είναι δεσμευτικό για τα συμβαλλόμενα μέρη, τα οποία συνεπώς δε θα δικαιούνται να το αμφισβητήσουν δικαστικώς ή εξωδίκως. Αν κατά το νέο έλεγχο διαπιστωθεί κακή τήρηση των λογιστικών βιβλίων εξαιτίας της οποίας δεν είναι δυνατό να προσδιορισθεί με ακρίβεια το σύνολο των μικτών πωλήσεων, ο ορκωτός ελεγκτής θα τις προσδιορίσει κατά προσέγγιση. Με βάση το ύψος των μικτών πωλήσεων, που θα προσδιορισθεί με τον τρόπο αυτό, θα ορίζονται τα ποσά που η δικαιοδόχος οφείλει να καταβάλει στη δικαιοπάροχο σύμφωνα με όσα ορίζονται στους αριθμούς 2 και 3 του άρθρου 8. Τα ποσά αυτά θα καταβάλλονται μέσα σε ένα μήνα από τη γνωστοποίηση στη δικαιοδόχο του πορίσματος του ορκωτού ελεγκτή. Την υποχρέωση προς καταβολή των ποσών αυτών έχει η δικαιοδόχος ανεξάρτητα από τις λοιπές συνέπειες (κατάπτωση ποινικής ρήτρας, καταγγελία της συμβάσεως κ.λ.π.) που θα έχει η παραπάνω αντισυμβατική συμπεριφορά της.

Άρθρο 13

Η δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένη να επιτρέπει στους νομίμους εκπροσώπους της δικαιοπαρόχου και στα πρόσωπα που προβλέπονται στο προηγούμενο άρθρο, να εισέρχονται και να κάνουν έλεγχο σε οποιοδήποτε χώρο της επιχείρησής της. Επίσης είναι υποχρεωμένη να δίδει σ' αυτούς κάθε πληροφορία που θα ζητήσουν, να τους διευκολύνει με κάθε δυνατό τρόπο και γενικά να συμπεριφέρεται προς αυτούς όπως απαιτούν η καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη, προκειμένου όλοι αυτοί να κάνουν άνετα και αποτελεσματικά τη δουλειά τους.

Άρθρο 14

Για να επιτευχθεί και να διατηρηθεί ένας ομοιόμορφος τρόπος στην εμφάνιση και λειτουργία των καταστημάτων που ανήκουν στην αλυσίδα Franchise της

δικαιοπαρόχου, για να επιτευχθεί και να διατηρηθεί η άριστη ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στα καταστήματα αυτά, ώστε να προστατευθούν οι καταναλωτές αλλά και η φήμη και η πελατεία της δικαιοπαρόχου, η δικαιοδόχος υποχρεούται :

1. Να εφαρμόζει απόλυτα τα εγχειρίδια "Εμφάνισης, Εξοπλισμού, Οργάνωσης, Λειτουργίας των καταστημάτων και "Παρασκευής, Εμφάνισης και Προσφοράς των Προϊόντων". Τα εγχειρίδια αυτά είναι παραρτήματα της παρούσας σύμβασης και η δικαιοδόχος έχει λάβει γνώση τους. Η δικαιοπάροχος όμως διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιεί μονομερώς τα παραπάνω εγχειρίδια και, γνωστοποιώντας τις τροποποιήσεις προς τη δικαιοδόχο, να τάσσει σ' αυτήν εύλογη προθεσμία για προσαρμογή.

Η δικαιοπάροχος διατηρεί ακόμη το δικαίωμα ανά δύο έως έξι χρόνια, ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στην αλυσίδα των καταστημάτων να μεταβάλει τη φυσιογνωμία των καταστημάτων αυτών. Σε κάθε τέτοια μεταβολή, η δικαιοπάροχος θα ενημερώνει κατάλληλα τη δικαιοδόχο και αυτή θα υποχρεούται να ανακαινίζει το κατάστημά της ώστε αυτό να αποκτά τη νέα φυσιογνωμία μέσα στην εύλογη προθεσμία που θα της τάσσει η δικαιοπάροχος. Οι ανακαινίσεις δεν μπορεί να είναι περισσότερες από τρεις ανά δεκαετία.

2. Να διαμορφώσει και να εξοπλίσει το κατάστημά της σύμφωνα με τη μελέτη που θα συντάξει η δικαιοπάροχος και να συμμορφώνεται σε κάθε υπόδειξή της κατά το στάδιο της διαμόρφωσης και της οργάνωσής του. Η δικαιοπάροχος διατηρεί το δικαίωμα να τροποποιεί μονομερώς την παραπάνω μελέτη και τις υποδείξεις και, γνωστοποιώντας τις τροποποιήσεις στη δικαιοδόχο, να τάσσει σ' αυτήν εύλογη προθεσμία για προσαρμογή.
3. Να αναρτήσει μέσα και έξω από το κατάστημα και σε περίοπτη θέση τις εγκεκριμένες από τη δικαιοπάροχο διαφημιστικές πινακίδες και επιγραφές και να τις διατηρεί σε καλή κατάσταση. Να μην τοποθετεί καμιά επιγραφή ή άλλο διαφημιστικό υλικό της επιχείρησης ή οποιουδήποτε άλλου προϊόντος άλλης επιχείρησης, χωρίς την προηγούμενη έγγραφη έγκριση της δικαιοπαρόχου.
4. Να συμμορφώνεται αμέσως στις έγγραφες υποδείξεις για τροποποιήσεις, βελτιώσεις ή αντικαταστάσεις, που, σύμφωνα με όσα ορίζονται στην παράγραφο 3 του άρθρου 12, κάνουν τα πρόσωπα που έχουν εξουσιοδοτηθεί από τη δικαιοπάροχο.

5. Να αγοράζει αποκλειστικά από τη δικαιοπάροχο τα προϊόντα που αυτή παράγει και που θα περιλαμβάνονται στον "Ειδικό Κατάλογο Franchise", καθώς και τις πρώτες ύλες και τα εμπορεύματα που άλλοι παραγωγοί παράγουν για λογαριασμό της δικαιοπαρόχου σύμφωνα με τις προδιαγραφές της και που διακινούνται διαμέσου του δικτύου διανομής της. Εάν η δικαιοπάροχος διαθέτει τα προϊόντα, τις πρώτες ύλες ή τα εμπορεύματα αυτά διαμέσου και άλλου δικτύου διανομών, οπότε η δικαιοδόχος είναι ελεύθερη να τα αγοράζει από όπου επιτυγχάνει τις καλύτερες τιμές. Σε κάθε περίπτωση όλα τα παραπάνω αντικείμενα θα πρέπει να φέρουν την ένδειξη ότι έχουν παραχθεί από τη δικαιοπάροχο ή για λογαριασμό της, καθώς επίσης και την ένδειξη του ελέγχου ποιότητας και την ένδειξη ότι το αντικείμενο είναι σύμφωνο με την τεχνολογία της δικαιοπαρόχου.

Η υποχρέωση αυτή της δικαιοδόχου θεμελιώνεται στο γεγονός ότι τα προϊόντα της δικαιοπαρόχου είναι παρασκευάσματα μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής ικανά να ανταποκριθούν στις προτιμήσεις (τα γούστα) και τις συνήθειες των πελατών της και, κατά συνέπεια, για τα προϊόντα αυτά δεν είναι δυνατό στην πράξη να ισχύσουν αντικειμενικές ποιοτικές προδιαγραφές. Εξάλλου, η υποχρέωση αυτή δικαιολογείται (σύμφωνα με το άρθρο 3 παραγρ. 1 περ. β του Κανονισμού 4087/1988 της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων), γιατί είναι αναγκαία, προκειμένου να διαφυλαχθεί η αξία των σημάτων και των διακριτικών γνωρισμάτων της δικαιοπαρόχου και, ταυτοχρόνως, να κατοχυρωθεί η κοινή ταυτότητα και η καλή φήμη του δικτύου Franchise της ίδιας (της δικαιοπαρόχου) προς όφελος όχι μόνο των συμβαλλομένων αλλά και του κοινού των καταναλωτών.

Η αξία των προϊόντων αυτών και γενικά κάθε εμπορική συναλλαγή με τη δικαιοπάροχο εξωφλείται εντός 10 ημερών από της ημερομηνίας παραλαβής των προϊόντων ή εμπορευμάτων που αγόρασε η δικαιοδόχος από τη δικαιοπάροχο.

6. Με την επιφύλαξη όσων ορίζονται στον προηγούμενο αριθμό 5, να χρησιμοποιεί υλικά, πρώτες ύλες και έτοιμα εμπορεύματα αρίστης ποιότητας, τα οποία να πληρούν τις προδιαγραφές που περιλαμβάνονται στο σχετικό εγχειρίδιο.
7. Να συμμορφώνεται αμέσως σε οποιαδήποτε υπόδειξη της δικαιοπαρόχου που έχει σχέση με τις προδιαγραφές ποιότητας, παρασκευής, πώλησης και διαφήμισης των προϊόντων που διαθέτει. Ιδίως να σταματάει αμέσως την αγορά, χρησιμοποίηση και διάθεση κάθε υλικού, πρώτης ύλης ή έτοιμου προϊόντος, μόλις η

δικαιοπάροχος την ειδοποιήσει ότι αυτό δεν ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές της. Σε κάθε περίπτωση η δικαιοπάροχος, με τους επιθεωρητές που θα χρησιμοποιεί κατά το άρθρο 12, θα δικαιούται να απαιτήσει την άμεση απομάκρυνση από το κατάστημα της δικαιοδόχου των προϊόντων που οι επιθεωρητές θα κρίνουν ότι δεν πληρούν τις οικείες προδιαγραφές.

8. Να διατηρεί το εσωτερικό και εξωτερικό του καταστήματος και τον γύρω χώρο, καθώς και τις εγκαταστάσεις, που είναι απαραίτητες για την λειτουργία της επιχείρησης, στον υψηλότερο βαθμό καθαριότητας, τάξης και υγιεινής.
9. Να μην τοποθετεί στο κατάστημα μηχανήματα αυτόματης πώλησης προϊόντων, εκτός εάν αυτά έχουν εγκριθεί εγγράφως από τη δικαιοπάροχο.
10. Να έχει σε λειτουργία το κατάστημα όλες τις ημέρες και ώρες λειτουργίας που επιτρέπει ο νόμος και συνηθίζεται από τις ομοειδείς επιχειρήσεις. Πέρα από τις ημέρες και τις ώρες αυτές, η δικαιοδόχος δικαιούται να καθορίζει ελεύθερα το χρόνο λειτουργίας του καταστήματός της, αφού προηγουμένως ενημερώσει εγγράφως τη δικαιοπάροχο.
11. Να μη χρησιμοποιεί χαρτοπετσέτες, κιβώτια, κουτιά, σακούλες, κύπελλα, σκεύη, κουτιά σπέρτων, τιμοκαταλόγους και άλλα αντικείμενα, τα οποία συνοδεύουν ή χρησιμεύουν στην πώληση και έκθεση των προϊόντων της, εκτός αν όλα αυτά φέρουν τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα της δικαιοπαρόχου.
12. Να μην προβαίνει σε διαφήμιση της επιχείρησής της και να μη χρησιμοποιεί μέσα προώθησης των πωλήσεων, εκτός αν προηγουμένως έχει λάβει έγγραφη έγκριση από τη δικαιοπάροχο. Στην περίπτωση αυτή, το σύνολο της δαπάνης θα καταβάλλεται από τη δικαιοδόχο.
13. Κατά τις ώρες λειτουργίας του καταστήματος της δικαιοδόχου θα μεταδίδεται μόνον η μουσική την οποία θα υποδεικνύει κάθε φορά η δικαιοπάροχος και η οποία θα είναι για όλα τα καταστήματα
14. Να συμμορφώνεται με δικές της δαπάνες στις υποχρεώσεις που προβλέπονται στο άρθρο αυτό. Η δικαιοπάροχος δικαιούται να ανακαλέσει οποτεδήποτε την έγκριση που έχει δώσει κατά τις προηγούμενες διατάξεις (ιδίως αυτές των αριθμών 3, 9 και 12). Και τότε, η δικαιοδόχος υποχρεούται να συμμορφωθεί αμέσως προς το πνεύμα της

ανάκλησης.

Αρθρο 15

Η δικαιοδόχος υποχρεούται να καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να δημιουργήσει, να διατηρήσει και να αυξήσει τις πωλήσεις των προϊόντων της. Επίσης, υποχρεούται να διατηρεί πάντα τις απαραίτητες προμήθειες υλικών και πρώτων υλών, για να ανταποκρίνεται στην ζήτηση των προϊόντων της από το αγοραστικό κοινό.

Αρθρο 16

1. Η δικαιοδόχος υποχρεούται να αναρτήσει στην πρόσοψη του καταστήματός της την λέξη **Δεν έχει δικαίωμα να συνοδεύει την λέξη με άλλες λέξεις ή σύμβολα, που σκοπό θα έχουν να διακρίνουν το κατάστημά της από τα καταστήματα άλλων δικαιοδόχων.** Η δικαιοδόχος, εξάλλου, δε δικαιούται να περιλάβει τη λέξη στην επωνυμία της.
2. Η δικαιοδόχος υποχρεούται, κάτω από την εταιρική της επωνυμία, να χρησιμοποιεί, τυπωμένη με ανάλογα στοιχεία, τη φράση:
ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΣΕΙΡΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

Αρθρο 17

Στην περίπτωση που η δικαιοδόχος πρόκειται να λειτουργήσει σε χώρο μισθωμένο, θα πρέπει το μισθωτήριο συμβόλαιο να εγκριθεί προηγουμένως και εγγράφως από τη δικαιοπάροχο. Η δικαιοδόχος δε δικαιούται να τροποποιήσει τη σύμβαση μίσθωσης, αν προηγουμένως δεν πάρει γραπτή έγκριση της δικαιοπαρόχου.

Αρθρο 18

Το προσωπικό, που χρησιμοποιεί η δικαιοδόχος στην παρασκευή και πώληση προϊόντων, οφείλει να τηρεί αυστηρά τους όρους καθαριότητας, υγιεινής και συμπεριφοράς που θα καθορίσει η δικαιοπάροχος. Μέλη του προσωπικού, που κατά την κρίση της δικαιοπαρόχου χρειάζονται εκπαίδευση ή μετεκπαίδευση λόγω της εργασίας που κάνουν, οφείλουν να παρακολουθήσουν τα σχετικά σεμινάρια που θα οργανώσει η δικαιοπάροχος στην έδρα της ή αλλού. Τις δαπάνες για τη συμμετοχή των ανθρώπων αυτών στα σεμινάρια εκτός από το κόστος των μαθημάτων, θα καλύπτει η δικαιοδόχος. Υποχρέωση παρακολούθησης των σεμιναρίων θα έχει με τους ίδιους όρους και ο διευθυντής του καταστήματος της δικαιοδόχου.

Αρθρο 19

1. Η δικαιοπάροχος θα εγκρίνει τα πρόσωπα στα οποία η δικαιοδόχος θα αναθέτει τη διεύθυνση του καταστήματος και τη διεύθυνση του προσωπικού της.
2. Αν κατά τις επιθεωρήσεις που προβλέπει το άρθρο 12 διαπιστωθεί εγγράφως από τον επιθεωρητή ότι ένας υπάλληλος εκτελεί πλημμελώς τα καθήκοντά του ή είναι ανεπαρκής γι' αυτά, η δικαιοπάροχος θα δικαιούται να υποδείξει εγγράφως την απόλυσή του. Η δικαιοδόχος υποχρεούται να συμμορφωθεί αμέσως σε μια τέτοια υπόδειξη.
3. Η δικαιοδόχος δεν επιτρέπεται να προσλαμβάνει υπαλλήλους άλλων δικαιοδόχων ή της δικαιοπαρόχου, χωρίς την έγκριση της δικαιοπαρόχου. Ομοίως και η δικαιοπάροχος δεν επιτρέπεται να προσλαμβάνει υπαλλήλους της δικαιοδόχου χωρίς την προηγούμενη άδειά της.

Τα παραπάνω ισχύουν και για τις περιπτώσεις που κάποιος ή κάποιοι υπάλληλοι παραιτούνται από τη δικαιοδόχο ή τη δικαιοπάροχο, αλλά ο περιορισμός αυτός ισχύει μόνο για δύο έτη από την παραίτηση, εκτός εαν συμφωνηθεί άλλο τι και τούτο αποδεικνύεται εγγράφως.

Άρθρο 20

Καθόλη τη διάρκεια της παρούσας σύμβασης, η δικαιοδόχος υποχρεούται να έχει ασφαλισμένο το κατάστημα και την επιχείρησή της για ποσό τουλάχιστον δραχμών, για ζημιές που θα προέρχονται από τρομοκρατική ενέργεια, φωτιά, πλημμύρα, σεισμό και κλοπή. Υποχρεούται, επίσης, να γνωστοποιεί προς τη δικαιοπάροχο τα ασφαλιστήρια συμβόλαια των ασφαλίσεων αυτών και τις αποδείξεις ότι τα ασφάλιστρα έχουν καταβληθεί. Αν η δικαιοδόχος παραλείψει να πληρώσει τα ασφάλιστρα, η δικαιοπάροχος, πέρα από τα άλλα δικαιώματα που θα έχει από την παρούσα σύμβαση, θα δικαιούται επίσης να καταβάλλει η ίδια τα ασφάλιστρα για λογαριασμό της δικαιοδόχου και να απαιτήσει από αυτήν να της αποδώσει αμέσως το ποσό που κατέβαλε.

Άρθρο 21

Η δικαιοδόχος υποχρεούται να πραγματοποιεί εγκαίρως τις πληρωμές της όχι μόνο προς τη δικαιοπάροχο, αλλά και προς κάθε τρίτον, ώστε να διαφυλάσσεται αμείωτο το καλό όνομα και η αξιοπιστία της αλυσίδας των καταστημάτων της δικαιοπαρόχου.

Άρθρο 22

1. Η δικαιοδόχος υποχρεούται να γνωστοποιεί προς τη δικαιοπάροχο την πείρα που αποκτάει κατά την εκμετάλλευση του Franchise, τις νέες τεχνικές που

επινοεί σχετικά με την παραγωγή και διάθεση των προϊόντων, τις βελτιώσεις και τις εφευρέσεις που πετυχαίνει. Υποχρεούται, επίσης, να παραχωρεί στη δικαιοπάροχο και στους άλλους δικαιοδόχους απλές (μη αποκλειστικές) άδειες εκμετάλλευσης των παραπάνω αντικειμένων.

2. Στην περίπτωση που εργαζόμενος της δικαιοδόχου πραγματοποιήσει "εξαρτημένη εφεύρεση" του άρθρου 6 του Ν.1733/1987, η δικαιοδόχος υποχρεούται να κάνει χρήση του δικαιώματος που της παρέχει το άρθρο αυτό για κοινή αίτηση χορήγησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Αν η δικαιοδόχος αποκτήσει σχετικό δικαίωμα ευρεσιτεχνίας, υποχρεούται, με ανάλογη εφαρμογή του παραπάνω άρθρου, να παραχωρήσει στη δικαιοπάροχο και στους άλλους δικαιοδόχους απλή (μη αποκλειστική) άδεια εκμετάλλευσης της παραπάνω ευρεσιτεχνίας.

Άρθρο 23

1. Η δικαιοδόχος υποχρεούται:
 - α. Να μην παράγει, πωλεί ή χρησιμοποιεί προϊόντα ανταγωνιστικά προς αυτά που διαθέτει η δικαιοπάροχος και, γενικά, να μην ασκεί οπουδήποτε στην Ελλάδα δραστηριότητα η οποία θα μπορούσε να θεωρηθεί ανταγωνιστική προς αυτή της δικαιοπαρόχου.
 - β. Να μη μεταφέρει το κατάστημά της σε άλλο μέρος, ακόμη και της ίδιας πόλης, και να μην ανοίξει άλλα καταστήματα όμοια ή παρόμοια με το κατάστημα της αλυσίδας Franchise, χωρίς την προηγούμενη άδεια της δικαιοπαρόχου.
 - γ. Να μη χρησιμοποιήσει την τεχνογνωσία, που της έχει παραχωρήσει η δικαιοπάροχος, για σκοπούς άλλους εκτός από την εκμετάλλευση του Franchise. Ιδίως, να μην τη χρησιμοποιήσει σε άλλη επιχείρησή της και να μην την παραχωρήσει σε τρίτον.
 - δ. Να μην αποκτήσει συμμετοχή σε άλλη εταιρεία, όταν η δραστηριότητα της εταιρείας αυτής, σε οποιοδήποτε μέρος της Ελλάδας και αν ασκείται, μπορεί να θεωρηθεί ανταγωνιστική προς τη δραστηριότητα της δικαιοπαρόχου.
2. Οι υποχρεώσεις της προηγούμενης παραγράφου ισχύουν και για τα μέλη της δικαιοδόχου εταιρείας.
3. Η παράβαση οποιασδήποτε από τις υποχρεώσεις των δύο προηγούμενων παραγράφων αποτελεί σπουδαίο λόγο, που δίνει το δικαίωμα στη δικαιοπάροχο

να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση.

Άρθρο 24

Όλοι οι όροι της παρούσας σύμβασης ορίζονται αυτοτελείς. Συνεπώς, κανένας δεν εξαρτάται από τον άλλο, εκτός αν το αντίθετο ορίζεται ρητά στην παρούσα σύμβαση. Αν ένας όρος θεωρηθεί ότι είναι ανίσχυρος γιατί αντίκειται σε διάταξη του νόμου ή κανονισμού της Ε.Ο.Κ., δεν επηρεάζεται το κύρος της σύμβασης, η οποία συνεπώς ισχύει με τους υπόλοιπους όρους της. Πάντως, το ανίσχυρο ενός όρου μπορεί να αποτελεί σπουδαίο λόγο για καταγγελία της σύμβασης από τη δικαιούχο.

Κεφάλαιο Δ'

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ

Άρθρο 25

1. Η έννομη σχέση, που δημιουργείται με την παρούσα σύμβαση, έχει έντονο προσωπικό χαρακτήρα. Συγκεκριμένα, οικοδομείται πάνω στην αμοιβαία εμπιστοσύνη των μερών και στην ετοιμότητά τους να συνεργασθούν πιστά για την προαγωγή του συστήματος των καταστημάτων
2. Η δικαιούχος καταρτίζει την παρούσα σύμβαση, αποβλέποντας στις προσωπικές ιδιότητες των μελών της δικαιούχου εταιρείας.
3. Με την επιφύλαξη όσων ορίζονται στα επόμενα άρθρα 26 έως 28, κάθε μεταβολή στα πρόσωπα της παραγράφου 2 ή στην προσωπική τους κατάσταση αποτελεί υπέρ της δικαιούχου σπουδαίο λόγο προς καταγγελία της σύμβασης αυτής.

Άρθρο 26

1. Η δικαιούχος δεν μπορεί να μεταβιβάσει ή να παραχωρήσει την κάρπωση της επιχείρησής της ενόσω ή ενμέρει. Επίσης, δεν μπορεί, ενόσω ή ενμέρει, να μεταβιβάσει, να υποθηκεύσει ή να παραχωρήσει με οποιοδήποτε τρόπο τη χρήση των ακινήτων που ανήκουν στην επιχείρησή της κατά κυριότητα ή κατά χρήση.
2. Κατ'εξαιρέση, η δικαιούχος μπορεί να επιχειρήσει μία από τις πράξεις που αναφέρονται στην παράγραφο 1, αν προηγουμένως συναινέσει εγγράφως η δικαιούχος. Προκειμένου για μερική ή ολική μεταβίβαση ή παραχώρηση

της κάρπωσης της επιχείρησης, η συναίνεση της δικαιοπαρόχου θα τελεί υπό την αναβλητική αίρεση ότι ο αντισυμβαλλόμενος της δικαιοδόχου θα καταρτίσει μαζί της (με την δικαιοπάροχο) νέα ή πρόσθετη σύμβαση με τους ίδιους γενικούς και ειδικούς όρους.

3. Σε κάθε περίπτωση που η δικαιοδόχος θα ζητήσει να εφαρμοστεί η παράγραφος 2, η δικαιοπάροχος θα έχει το δικαίωμα προτίμησης. Συγκεκριμένα, θα δικαιούται να προτιμηθεί με ίσους όρους ως αντισυμβαλλομένη της δικαιοδόχου. Προς τούτο θα δικαιούται να ζητήσει από τη δικαιοδόχο προθεσμία διάσκεψης, που δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη από τριάντα ημέρες.
4. Αν η δικαιοδόχος, κατά παράβαση των όσων ορίζονται στις παραγράφους 2 και 3, ιδίως χωρίς τη συναίνεση της δικαιοπαρόχου ή αψηφώντας το δικαίωμά της για προτίμηση, προβεί εγκύρως σε μία από τις πράξεις που μνημονεύονται στην παράγραφο 1, η δικαιοπάροχος θα έχει το δικαίωμα να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση με βάση τις αρχές που αφορούν την καταγγελία για σπουδαίο λόγο.

Άρθρο 27

1. Όσα ορίζονται στο προηγούμενο άρθρο ισχύουν αναλόγως και στην περίπτωση που η δικαιοδόχος εταιρεία πρόκειται να συγχωνευθεί με άλλη εταιρεία κατά οποιοδήποτε από τους τρόπους συγχώνευσης.
2. Οι περιορισμοί, στους οποίους παραπέμπει η παράγραφος 1, δεν ισχύουν αν η δικαιοδόχος εταιρεία μετασηματισθεί. Δεν ισχύουν, επίσης, αν προβεί σε αύξηση του κεφαλαίου της με τη δημιουργία νέων συμμετοχών (μερίδων, μεριδίων ή μετοχών), που θα αναληφθούν από τα μέλη της εταιρείας, τους συζύγους τους ή (και) συγγενείς τους εξ αίματος πρώτου βαθμού.
3. Όσα ορίζονται στο προηγούμενο άρθρο ισχύουν αναλόγως και στην περίπτωση που μέλος της δικαιοδόχου εταιρείας προτίθεται να μεταβιβάσει ενόλω ή ενμέρει τη συμμετοχή του ή να συστήσει ενόλω ή ενμέρει ενέχυρο ή επικαρπία πάνω σε αυτή.

Άρθρο 28

Οι διατάξεις των άρθρων 25 και 26 ισχύουν αναλόγως για τον αναγκαστικό διαχειριστή της επιχείρησης της δικαιοδόχου, τους ειδικούς και καθολικούς διαδόχους των μελών της, τον κηδεμόνα της σχολάζουσας κληρονομίας τους, τον διαχειριστή της κληρονομίας τους και τον εκτελεστή της διαθήκης τους. Ισχύουν, επίσης, για τα πρόσωπα που εισήλθαν μεταγενέστερα στη δικαιοδόχο εταιρεία. Σε περίπτωση συγχώνευσης της δικαιοδόχου εταιρείας, ισχύουν και για την ενιαία εταιρεία που θα

προκύψει από την συγχώνευση.

Άρθρο 29

1. Αν η δικαιοδόχος προτίθεται να κλείσει την επιχείρησή της, υποχρεούται να γνωστοποιήσει εγγράφως την πρόθεσή της προς τη δικαιοπάροχο πριν από έξι μήνες. Μέσα στους τρεις τελευταίους από τους μήνες αυτούς, η δικαιοπάροχος δικαιούται: είτε να δηλώσει εγγράφως προς τη δικαιοδόχο ότι επιθυμεί να αγοράσει την επιχείρηση, είτε να υποδείξει εγγράφως πρόσωπο πρόθυμο να την αγοράσει. Στην περίπτωση αυτή, η δικαιοδόχος υποχρεούται να προβεί στην πώληση χωρίς χρονοτριβή.
2. Σε κάθε περίπτωση, το τίμημα της πώλησης θα ισούται με το γινόμενο που θα δώσει το ποσό των καθαρών (μετά την αφαίρεση των φόρων) κερδών στο προηγούμενο διαχειριστικό έτος, πολλαπλασιαζόμενο επί τρία. Αν η πώληση γίνει προτού περάσει το πρώτο διαχειριστικό έτος, αντί για τα καθαρά κέρδη του έτους, θα λαμβάνεται ως βάση το ποσό των καθαρών (μετά την αφαίρεση των φόρων) κερδών του προηγούμενου ημερολογιακού μήνα αφού πολλαπλασιαστεί με το δώδεκα.

Κεφάλαιο Ε'

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΑΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Άρθρο 30

1. Η διάρκεια της παρούσας σύμβασης είναι δέκα (10) χρόνια, που αρχίζουν από σήμερα.
2. Η παρούσα σύμβαση παρατείνεται αυτομάτως για δέκα ακόμη χρόνια, εκτός αν ένα από τα συμβαλλόμενα μέρη δηλώσει έξι (6) τουλάχιστο μήνες πριν από την λήξη της πρώτης δεκαετίας ότι δεν επιθυμεί να συνεχισθεί η σύμβαση.
3. Μετά την πάροδο και της δεύτερης δεκαετίας, δεν χωρεί πια αυτόματη παράταση.

Άρθρο 31

Η δικαιοπάροχος δικαιούται να καταγγείλει την παρούσα σύμβαση στις περιπτώσεις που προβλέπονται ειδικά στις διατάξεις της και στις ακόλουθες περιπτώσεις:

1. Αν η δικαιοδόχος εταιρεία λυθεί για οποιοδήποτε λόγο, αν πτωχεύσει ή αν διορισθεί από το δικαστήριο σ' αυτήν προσωρινή διοίκηση.

2. Αν λάβει χώρα εναντίον της δικαιοδόχου συντηρητική ή αναγκαστική κατάσχεση.
3. Αν αφαιρεθεί η άδεια λειτουργίας του καταστήματος της δικαιοδόχου.

Άρθρο 32

1. Όλοι οι όροι της παρούσας σύμβασης είναι ουσιώδεις. Για το λόγο αυτόν, αν ένας από τους συμβαλλομένους παραβεί έναν από τους όρους για δεύτερη φορά, ο άλλος, εκτός από τα άλλα δικαιώματα που του δίνει ο νόμος και η παρούσα σύμβαση, θα έχει και το δικαίωμα να καταγγείλει τη σύμβαση αυτή κατά τις διατάξεις που αφορούν την καταγγελία για σπουδαίο λόγο. Για την άσκηση του δικαιώματος αυτού, η πρώτη παράβαση θα αποδεικνύεται: α) από την έκθεση επιθεωρήσεως που προβλέπεται στην παράγραφο 1 του άρθρου 12, β) από την κατάπτωση ποινικής ρήτηρας, ή γ) με οποιοδήποτε άλλο μέσο.
2. Το δικαίωμα καταγγελίας που προβλέπεται στην παράγραφο 1 θα έχουν οι συμβαλλόμενοι, ιδίως αν λάβει χώρα για δεύτερη φορά μία από τις ακόλουθες πράξεις:
 - α. Η δικαιοπάροχος, αν η δικαιοδόχος: δεν προωθήσει τις πωλήσεις της, δεν τηρήσει τις προδιαγραφές ή οδηγίες της δικαιοπαρόχου για τον τρόπο λειτουργίας του καταστήματος (της δικαιοδόχου), την ποιότητα των εμπορευμάτων της ή την εξυπηρέτηση των πελατών της, με αποτέλεσμα να τίθεται σε κίνδυνο η ενότητα ή η φήμη της αλυσίδας των καταστημάτων παραβεί την υποχρέωση εχεμύθειας, δεν προμηθευθεί από τη δικαιοπάροχο τα προϊόντα που παράγονται από αυτή, κατά παράβαση της υποχρέωσης που έχει από την παράγραφο 5 του άρθρου 14 παρεμποδίσει την άσκηση ελέγχου από την πλευρά της δικαιοπαρόχου, προμηθευθεί ή διαθέσει εμπορεύματα που δεν ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές της δικαιοπαρόχου ή έχουν απορριφθεί από αυτή, καθυστερήσει να καταβάλει τα ποσά που ορίζονται στις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 8, καθυστερήσει να εκπληρώσει υποχρέωσή της προς οποιοδήποτε τρίτον η οποία απορρέει από την εκμετάλλευση του καταστήματος, με αποτέλεσμα τον κίνδυνο να δυσφημισθεί η αλυσίδα των καταστημάτων παραβεί την υποχρέωση προς συνεργασία για την ενίσχυση της ενότητας της αλυσίδας, συμπεριφερθεί προς τρίτους κατά τρόπο που βλάπτει το καλό όνομα της αλυσίδας των καταστημάτων, συμπεριφερθεί απρεπώς προς τη δικαιοπάροχο, αφήσει επί δύο συνεχείς μήνες να μειωθεί το ύψος

των πωλήσεων του καταστήματός της κάτω από το ελάχιστο όριο πωλήσεων.

- β. Η δικαιούχος, αν η δικαιοπάροχος: δεν της παράσχει τεχνική και εμπορική υποστήριξη, αρνηθεί αδικαιολόγητα να εκτελέσει παραγγελίες της, την εφοδιάσει με ανεπαρκή ή ελαττωματικά προϊόντα, της συμπεριφερθεί απρεπώς.

Άρθρο 33

Μετά την κατά οποιοδήποτε τρόπο λήξη της παρούσας σύμβασης, η δικαιούχος δε δικαιούται να ζητήσει από την δικαιοπάροχο: α) αποζημίωση για πρόωρη ή άκαιρη λήξη της σύμβασης, β) αποζημίωση για λήξη της σύμβασης χωρίς προειδοποίηση, γ) αποζημίωση από θετική ή αποθετική ζημία, την οποία η δικαιούχος υπέστη από την πρόωρη λήξη της σύμβασης, δ) αποζημίωση από την τυχόν επαύξηση της φήμης και πελατείας, στην οποία ενδεχομένως συνέβαλε η δικαιούχος, ακόμη και με αναλογική εφαρμογή των άρθρων 904 παρ. 1 εδ. 2 και 630 παρ. 3 Α.Κ.

Άρθρο 34

Μετά την λήξη της παρούσας σύμβασης με οποιοδήποτε τρόπο, η δικαιούχος υποχρεούται:

- α. Να πάψει αμέσως να χρησιμοποιεί τα σήματα και τα διακριτικά γνωρίσματα της δικαιοπάροχου, τις διαφημιστικές επιγραφές και οτιδήποτε άλλο, που θα μπορούσε να δημιουργήσει σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό για την σχέση της με τη δικαιοπάροχο.
- β. Να αποφύγει να πράξει οτιδήποτε, που θα μπορούσε να βλάψει τη φήμη και την πελατεία των καταστημάτων της αλυσίδας
- γ. Να μη χρησιμοποιήσει το κατάστημά της, ως χώρο, επί δύο χρόνια από την λήξη της σύμβασης, για να ασκήσει όμοια ή παρόμοια δραστηριότητα. Αν η σύμβαση λυθεί πριν περάσει ο συμφωνημένος χρόνος, ο αρχικός ή ο κατά παράταση, το χρονικό διάστημα που υπολείπεται μέχρι το πέρας του χρόνου αυτού προσαυξάνει το διάστημα των δύο χρόνων.

Άρθρο 35

1. Μετά τη λήξη της παρούσας σύμβασης με οποιονδήποτε τρόπο, η δικαιούχος συνεχίζει να έχει τις ακόλουθες υποχρεώσεις με τις αντίστοιχες κάθε φορά

παρεκκλίσεις:

- α. την υποχρέωση που προβλέπεται στην περ. γ της παραγράφου 1 του άρθρου 23. Η υποχρέωση αυτή αίρεται, πάντως, αν η δικαιοδόχος αποδείξει ότι η τεχνογνωσία έχει γίνει ευρύτερα γνωστή ή εύκολα προσπελάσιμη, εκτός αν αυτό έχει συμβεί επειδή η δικαιοδόχος αθέτησε υποχρέωσή της.
 - β. τις υποχρεώσεις που προβλέπονται στις περ. α και δ της ίδιας παραγράφου του άρθρου 23, τις υποχρεώσεις όμως αυτές συνεχίζει να τις έχει μόνο για τον νομό στον οποίο βρίσκεται το κατάστημά της και επί ένα χρόνο από την λήξη της σύμβασης.
2. Οι υποχρεώσεις της παραγράφου 1 εξακολουθούν κατ'αναλογία να βαραίνουν και τα μέλη της δικαιοδόχου εταιρείας.

Κεφάλαιο ΣΤ'

ΤΕΛΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ

Άρθρο 36

1. Για τις παραβάσεις που προβλέπονται στο άρθρο αυτό, ο καθένας από τους συμβαλλόμενους θα καταβάλλει στον άλλο ως ποινική ρήτρα τα ακόλουθα αντιστοίχως ποσά:
 - A. Η δικαιοπάροχος:
 - α. για κάθε παράβαση υποχρέωσης σχετικής με την παραχώρηση της χρήσεως σημάτων, διακριτικών γνωρισμάτων, ερευσιτεχνιών, ή τεχνογνωσίας, ποσό
 - β. για κάθε παράβαση της υποχρέωσης προς υποστήριξη στην οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης της δικαιοδόχου, ποσό
 - γ. για κάθε παράβαση της υποχρέωσης προς εφοδιασμό της δικαιοδόχου με έτοιμα προϊόντα και πρώτες ύλες, ποσό

B. Η δικαιοδόχος:

- α. για κάθε παράβαση που θα έχει σχέση με το είδος και την ποιότητα των πρώτων υλών, προϊόντων ή εμπορευμάτων και τον τρόπο εξασφάλισης των προδιαγραφών που προβλέπει το άρθρο 14, παράγραφος 5, τη μέθοδο παρασκευής των προϊόντων, το είδος και την ποιότητα της συσκευασίας, τον τρόπο προσφοράς των ετοιμών προϊόντων, και τέλος τις τιμές του τιμοκαταλόγου που προβλέπεται στο άρθρο 5 παράγραφος 2, ποσό
- β. για κάθε παράβαση, που θα αφορά υποχρεώσεις σχετικές με την εμφάνιση, τη λειτουργία ή την καθαριότητα του καταστήματος, με το προσωπικό, με την τήρηση των λογιστικών βιβλίων και στοιχείων της επιχείρησης, με την επισκευή, διαμόρφωση ή ανακαίνιση του καταστήματος, ποσό
- γ. για κάθε άλλη παράβαση υποχρέωσης, ποσό

2. Αν η σύμβαση παραταθεί αυτομάτως για δεύτερη δεκαετία κατά την παράγραφο 2 του άρθρου 30, τα παραπάνω ποσά διπλασιάζονται.

Άρθρο 37

1. Το γεγονός ότι ένας από τους συμβαλλόμενους παρέλειψε ή καθυστέρησε να ασκήσει δικαίωμα του από την παρούσα σύμβαση ή, γενικότερα, δεν επέμεινε στο να τηρήσει αυστηρά ο άλλος κάποια υποχρέωσή του, δεν μπορεί σε καμιά περίπτωση να θεωρηθεί ως παραίτησή του από το δικαίωμα, ως αποδυνάμωση του δικαιώματος ή, τέλος, ως τροποποίηση της παρούσας σύμβασης.
2. Το γεγονός ότι ένας από τους συμβαλλομένους δεν άσκησε δικαίωμά του από την παρούσα σύμβαση, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως επιχείρημα για να κριθεί προγενέστερη ή μεταγενέστερη συμπεριφορά του.

Άρθρο 38

1. Η δικαιοδόχος δεν έχει κανένα δικαίωμα από την αναλογική εφαρμογή των άρθρων 576 έως 580, 674, 676 εδ. 2, 721 έως 723, 725 παρ. 1 εδ. 1 Α.Κ.
2. Η δικαιοπάροχος έχει τα δικαιώματα που προβλέπει το άρθρο 676 εδ. 1, σε συνδυασμό με το 724 εδ. 1 Α.Κ.

3. Οι συμβαλλόμενοι δεν μπορούν να επικαλεσθούν το άρθρο 372 Α.Κ., γιατί στην παρούσα σύμβαση καμιάς παροχής ο προσδιορισμός δεν ανατίθεται στην απόλυτη κρίση ενός από τους συμβαλλομένους.

Άρθρο 39

Η δικαιοπάροχος θα επικοινωνεί με τη δικαιοδόχο διαμέσου του νόμιμου εκπροσώπου της δεύτερης (της δικαιοδόχου), που θα έχει ειδική προς τούτο εξουσιοδότηση. Συνεπώς, προς αυτόν η δικαιοπάροχος θα απευθύνει τις δηλώσεις της και άλλες οδηγίες που αφορούν τη δικαιοδόχο και από αυτόν θα δέχεται δηλώσεις της δικαιοδόχου.

Άρθρο 40

1. Η παρούσα σύμβαση δεν μπορεί σε καμιά περίπτωση να θεωρηθεί εταιρεία ή κοινοπραξία των μερών.
2. Η ερμηνεία της παρούσας σύμβασης, όπου αυτό χρειάζεται, θα γίνεται με βάση την ελληνική θεωρία και νομολογία.
3. Οποιαδήποτε τροποποίηση ή κατάργηση όρου της παρούσας σύμβασης θα αποδεικνύεται μόνο εγγράφως.

Άρθρο 41

Για κάθε διαφορά που θα προκύψει από την παρούσα σύμβαση ορίζονται αρμόδια αποκλειστικά τα δικαστήρια Θεσσαλονίκης.

Κεφάλαιο Ζ'

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΩΝ

Άρθρο 42

Η δικαιοδόχος, με το νόμιμο εκπρόσωπό της που προβλέπεται στο άρθρο 39, θα μετέχει στο συμβούλιο των δικαιοδόχων της αλυσίδας των καταστημάτων

Το συμβούλιο αυτό συγκαλείται και προεδρεύεται από το νόμιμο εκπρόσωπο της δικαιοπαρόχου, όποτε αυτή κρίνει απαραίτητο ή αν το ζητήσουν δικαιοδόχοι που αντιστοιχούν τουλάχιστον στα δύο τρίτα του συνολικού αριθμού τους, και ασχολείται με όλα τα θέματα που έχουν σχέση με τη συνεργασία αυτών που μετέχουν στην αλυσίδα. Σε κάθε συνεδρίαση, το συμβούλιο θα ασχολείται και με τις τιμές πώλησης των προϊόντων από τα καταστήματα των δικαιοδόχων και, αποφασίζοντας κατά πλειοψηφία, θα καταρτίζει πίνακα των τιμών που προτείνονται.

Η δικαιοδόχος οφείλει, όπως και οι άλλοι δικαιοδόχοι, να καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε να ακολουθεί τις τιμές αυτές, προκειμένου η αλυσίδα να παρουσιάζει ομοιόμορφη πολιτική τιμών. Σοβαρές αποκλίσεις από τις τιμές που προτείνονται θα πρέπει να αιτιολογούνται από τη δικαιοδόχο στο συμβούλιο. Οι αποφάσεις του συμβουλίου είναι συμβουλευτικές για τη δικαιοπάροχο.

Η παρούσα σύμβαση αφού αναγνώσθηκε μεγαλόφωνα και έγινε καθ' όλα αποδεκτή, υπογράφηκε σε τρία πρωτότυπα από τα οποία από ένα έλαβαν τα συμβαλλόμενα μέρη και το τρίτο προορίζεται να κατετεθεί στην Υπηρεσία Ανταγωνισμού στο Υπουργείο Εμπορίου.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟ

ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αλεπάκος Κωνστ., Η σύμβαση δικαιόχρησης (FRANCHISING) ως μορφή εταιρικής/ διεπιχειρησιακής συνεργασίας: (ιδιαιτερότητες και νομολογιακή αντιμετώπιση), Εισήγηση στο 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Εμπορικού Δικαίου, Ναύπλιο, 3-5 Νοεμβρίου 1994, στον τόμο «Σύγχρονα ζητήματα του εταιρικού δικαίου», σελ. 151 επ.

Αντωνόπουλος Βασ., Βιομηχανική ιδιοκτησία (Γενικό μέρος – Διακριτικά γνωρίσματα – Σήμα – Τεχνικές δημιουργίες), 2002.

Γεωργιάδης Απ., Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας, τέταρτη έκδοση, 2000.

Κωστάκης Δημ., Franchising, Νομική και Επιχειρηματική Διάσταση (θεωρία – νομολογία – υποδείγματα), Β' έκδοση, 2002.

ΝΟΜΟΛΟΓΙΑ

ΠολυμΠρωτοδαθ 13118/1995 (ΕΕμπΔ 1996, 183 επ.).

ΜονομΠρωτοδαθ 23373/1998 (ΔΕΕ 1999, 864 επ.).

Απόφαση ΔΕΚ της 28.1.1986, υπόθεση 161/1984, «Pronuptia de Paris GmbH v Pronuptia de Paris Irmgard Schillgallis».