

Lege

pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 52/1997 privind regimul juridic al francizei, cu modificările și completările ulterioare, precum și pentru modificarea art.7 pct. 15 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal - Tabel comparativ

Nr. crt.	Articolul text initial	Amendamentul propus	Motivare
0	1	2	3
1.	Art. 1. - În înțelesul prezentei legi, noțiunile de mai jos se definesc astfel: a) Franciza este un sistem de comercializare bazat pe o colaborare continuă între persoane fizice sau juridice, independente din punct de vedere financiar, prin care o persoană, denumită francizor, acordă unei alte persoane, denumită beneficiar, dreptul de a exploata sau de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu.	Art.1 - În înțelesul prezentei legi, noțiunile de mai jos se definesc astfel: (1) Franciza reprezintă un sistem de comercializare a produselor și/sau al serviciilor și/sau al tehnologiilor, bazat pe o colaborare continuă între persoanele fizice sau juridice independente din punct de vedere juridic și financiar, prin care o persoană denumită francizor acordă altei persoane numită francizat, dreptul și impune obligația de a exploata o afacere în conformitate cu conceptul francizorului. Acest drept autorizează și obligă pe francizat, în schimbul unei contribuții financiare directe sau indirecte, să utilizeze mărcile de produse și/sau de servicii, alte drepturi de proprietate industrială protejate, know-how-ul, drepturile de autor, precum și însemne ale comercianților, beneficiind de un aport continuu de asistență comercială și/sau tehnică din partea francizorului, în cadrul și pe durata contractului de franciză încheiat între părți în acest scop.	Pentru coroborare cu titlul legii și o reformulare mai clară a textului care să conducă la o mai bună precizie, în conformitate cu REGULAMENTUL (UE) nr.330/2010 din 20 aprilie 2010 privind aplicarea articolului 101 alineatul (3) din Tratatul privind Funcționarea Uniunii Europene, categoriile de acorduri verticale și practici concertate și orientările privind restricțiile verticale și implementarea Comunicării Comisiei - Orientări privind conceptul de efect asupra comerțului din art. 81 și 82 din tratat (în prezent TFUE art.101 și 102) , Acordurile de franciză conțin licențe de drepturi de proprietate intelectuală cu privire la mărci de comerț sau semne distinctive și know-how pentru utilizarea și distribuția bunurilor sau pentru furnizarea de servicii. Prin modificarea legii, se va impune posibilitatea informării consumatorilor asupra calității de entitate independentă a francizatului, într-o manieră lizibilă și vizibilă, inclusiv prin mențiunile ce trebuie făcute pe documente și reclama publicitară, atât în interiorul, cât și exteriorul locului de vânzare.

b) Francizorul este un comerciant care: - este titularul drepturilor asupra unei mărci înregistrate; drepturile trebuie să fie exercitate pe o durată cel puțin egală cu durata contractului de franciză; -conferă dreptul de a exploata ori de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu; - asigură beneficiarului o pregătire inițială pentru exploatarea mărcii înregistrate; -utilizează personal și mijloace financiare pentru promovarea mărcii sale, cercetării și inovației, asigurând dezvoltarea și viabilitatea produsului.	(2) <i>Francizorul</i> este un profesionist care: a) este titularul drepturilor asupra unei mărci înregistrate sau a oricărui alt drept de proprietate intelectuală; drepturile trebuie să fie exercitate pe o durată cel puțin egală cu durata contractului de franciză; b) conferă dreptul de a exploata ori de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu; c) asigură francizatului o pregătire inițială pentru exploatarea mărcii înregistrate; d) utilizează personal și mijloace financiare pentru promovarea mărcii sale, cercetării și inovației, asigurând dezvoltarea și viabilitatea produsului; e) demonstrează aplicarea concretă a cunoștințelor pe care le deține, în cadrul unei unități-pilot; obiectivele principale ale unității pilot sunt testarea și definitivarea formulei de afaceri;	
c) Beneficiarul este un comerciant, persoană fizică sau juridică, selecționat de francizor, care aderă la principiul omogenității rețelei de franciză, așa cum este ea definită de către francizori.	(3) <i>Francizatul</i> este un profesionist, persoană fizică sau juridică, selecționat de francizor, care aderă la principiul omogenității rețelei de franciză, așa cum este ea definită de către francizori.	<u>Legea sporește confuzia astfel:</u> - Punctul c) din lege - desemnarea partenerului francizorului prin cuvântul "beneficiar" este eronată. Beneficiarul este cel care obține un folos, dar, prin contractul de franciză ambii parteneri urmăresc obținerea, realizarea unor foloase. De vreme ce prin Ordonanța nr. 52/1997 privind regimul juridic al francizei și Legea nr. 79/1998 pentru aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 52/1997 privind regimul juridic al francizei limba română s-a îmbogățit cu termeni precum <i>franciza</i> și <i>francizor</i>, era mai potrivit să fie consacrat și cuvântul derivat, care corespunde cel mai bine pentru partenerul francizorului, acela de <i>francizat</i>.

	e) Rețeaua de franciză cuprinde un ansamblu de raporturi contractuale între un francizor și mai mulți beneficiari, în scopul promovării unei tehnologii, unui produs sau serviciu, precum și pentru dezvoltarea producției și distribuției unui produs sau serviciu.	(4) <i>Rețeaua de franciză</i> cuprinde un ansamblu de raporturi contractuale între un francizor și mai mulți francizați, în scopul promovării unei tehnologii, unui produs sau serviciu, precum și pentru dezvoltarea producției și distribuției unui produs sau serviciu. Francizatul este susținut de către francizor, prin aportul continuu de asistență comercială și/sau tehnică, în cadrul și pe durata contractului de franciză încheiat între părți.	<u>Rețeaua de franciză (art. 1 lit. e,f)</u> Tot în categoria dispozițiilor contradictorii intră și definirea rețelei de franciză, la art.1 lit. e ("un ansamblu de raporturi contractuale între un furnizor și mai mulți beneficiari"). Aceeași exprimare eronată apare și la art. 13 (rețeaua de franciză este formată din francizori și beneficiari). Licența concedată de către francizor îl autorizează și obligă pe francizat ca, în schimbul unei contribuții financiare directe sau indirecte, să utilizeze firma și/sau marca, produsele și/sau serviciile, know-how-ul și alte drepturi de proprietate intelectuală și/sau industrială. Francizatul este susținut de către francizor, prin aportul continuu de asistență comercială și/sau tehnică, în cadrul și pe durata contractului de <u>franciză încheiat între părți</u>.
--	---	--	---

2.

(5) *Unitatea-pilot* este echivalentul unui prototip, fiind menită să asigure cea mai facilă cale de aplicare în practică a rețetei de succes a francizorului, de a testa sistemul de franciză și infrastructura acestuia, servind proiectării programului de franciză și elaborării manualelor de instruire și a operațiunilor zilnice.”

Necesitatea introducerii unității pilot și definirea acesteia prin intermediul unității pilot, francizorul testează și definitivează formula de afacere pe care urmează să o vândă în sistem de franciză.

În practică, s-a observat că, în goana după obținerea de profit într-o manieră cât mai facilă, unii antreprenori autohtoni au eludat (mai ales în perioada 2007-2010) etapa de a-și testa conceptele și le-au vândut fără să existe niciun fel de know-how sau experiență în domeniu. Astfel, au apărut numeroase afaceri, etichetate drept francize, care au oferit modele neverificate și lipsite de viabilitate. Așa se face că, după o perioadă relativ redusă de la înființare, companii românești, din varii domenii, dar mai ales din zona de imobiliare și brokeraj bancar, au pus bazele unor rețele nesustenabile, generând falimente pentru sute de francizați, care au cumpărat, în cel mai bun caz, iluzii deșarte. În lipsa unei unități-pilot, nu putem vorbi de francizarea unei afaceri.

Unitatea pilot este echivalentul unui prototip; ea este menită să asigure cea mai facilă cale de aplicare în practică a rețetei de succes a francizorului, de a testa sistemul de franciză și infrastructura acestuia, servind proiectării programului de franciză, elaborării manualelor de instruire și a operațiunilor zilnice. Înainte de a-și franciza conceptul, orice companie își va derula activitățile cotidiene în cel puțin una, și de preferință mai multe locații, pentru a verifica viabilitatea afacerii și rentabilitatea acesteia. O perioadă minimă de timp considerată a fi rezonabilă pentru a testa conceptul și pentru a se asigura că afacerea produce rezultate atractive, ar fi de minim un an. În cadrul primei locații, intitulată și unitatea pilot, francizorul se va folosi de propria experiență pentru conturarea unui pachet de franciză, astfel că vor fi testate presiunile financiare, organizatorice și logistice reale cu care urmează să se confrunte viitorii francizați. În unitatea pilot, francizorul își testează și verifică know-how-ul, rezolvă eventualele erori sau disfuncționalități ale sistemului său de franciză.

3. 4. 5.	Art. 2. (2) Francizorul furnizează viitorului beneficiar informații care îi permit acestuia să participe, în deplină cunoștință de cauză, la derularea contractului de franciză. (3) Francizorul se obligă să furnizeze beneficiarului informații despre: - experiența dobândită și transferabilă; - condițiile financiare ale contractului, respectiv redevența inițială sau taxa de intrare în rețea, redevențele periodice, redevențele din publicitate, determinarea tarifelor privind prestările de servicii și tarifele privind produsele, serviciile și tehnologiile, în cazul clauzei obligațiilor contractuale de cumpărare; - elementele care permit beneficiarului să facă calculul rezultatului previzionat și să-și întocmească planul financiar; - obiectivele și aria exclusivității acordate; - durata contractului, condițiile reînnoirii, rezilierii, cesiunii.	Art.2 ”(2) Francizorul furnizează viitorului francizat informații care îi permit acestuia să participe, în deplină cunoștință de cauză, la derularea contractului de franciză. (3) Francizorul furnizează potențialului francizat un document de dezvoltare de informații, care trebuie să conțină date specifice, referitoare la: a) istoricul și experiența francizorului; b) amănunte privind identitatea managementului francizei; c) istoricul de litigii al francizorului și al conducerii acestuia ; d) suma inițială pe care trebuie să o investească francizatul; e) obligațiile reciproce ale părților; f) copii ale rezultatului financiar al francizorului din ultimul an. g) deținerea informațiilor cu privire la unitatea-pilot.“ 4) ”Până la debutul rețelei sale de franciză, francizorul va opera eficient, un concept de afaceri, pentru o perioadă de cel puțin un an, în minim o unitate-pilot.” 5. În tot cuprinsul ordonanței, termenul „beneficiar” se înlocuiește cu termenul „francizat”.	Pentru concizia și claritatea textului Modificarea adusă își propune reducerea riscului ca viitorul francizat să suporte riscurile unei colaborări dezamăgitoare cu un partener puțin fiabil sau lipsit de experiență. Este necesar ca francizatul să dețină un nivel cât mai exhaustiv de informații, înaintea încheierii contractului de franciză. Este ilegal ca un francizor să ofere detalii despre potențiale câștiguri sau profituri fără a exista o bază factuală pentru acestea. Orice afirmație despre câștiguri, vânzări brute sau proiecții ale profitului trebuie să se sprijine pe istoricul operațiunilor curente și trebuie să fie parte a documentului de dezvoltare. În scopul investigării ofertei de franciză și înainte de a investi într-o franciză, candidatul trebuie să primească de la francizor sau master francizat un document de informare , înainte de a semna contractul de franciză sau de a achita orice sumă de bani. Documentul de dezvoltare de informații trebuie să conțină un număr suficient de date care să vizeze aspecte-cheie privitoare la activitatea rețelei de franciză. Trecutul francizorului vizează detalii despre experiența profesională a francizorului și anul când a fost fondată afacerea, competitorii din domeniu (dacă este posibil); dacă legea are cerințe speciale în ceea ce privește funcționarea francizei, în documentul de dezvoltare de informații se vor face referiri clare la acest aspect, permițând astfel candidatului să evalueze eventualele riscuri și costuri pe care le implică achiziționarea și funcționarea francizei. Datele privind managementul cuprind atât informațiile de identificare a personalului de conducere a francizei, cât și o descriere a experienței în domeniul antreprenorial și al managementului unei francize, care este pregătirea profesională a directorilor și de cât timp sunt alături de compania francizoare. <u>În ceea ce privește litigiile</u>, potențialul candidat va fi informat asupra istoricului privind litigiile, dacă francizorul sau oricare dintre managerii săi au fost condamnați pentru infracțiuni ce privesc fraudă, violări ale legislației de franciză naționale sau internaționale, practici neloiale sau înșelătoare, dacă fac obiectul unei interdicții ce implică abateri similare. De asemenea, la acest punct, se va specifica foarte clar dacă vreunul dintre francizați l-a acționat pe francizor în justiție, în ultimul an. <u>Faliment</u> - acest punct al documentului de dezvoltare de informații, precizează dacă francizorul sau predecesorii săi, afiliații sau directorii au fost implicați recent într-o procedură ce vizează insolvența sau falimentul.
-------------------------------	--	--	---

Costurile inițiale și cheltuielile continue se referă la nivelul de capital ce trebuie investit în demararea și operarea ulterioară a francizei, incluzând depozite sau taxe de franciză nereturnabile, costuri privind inventarul inițial, elemente de semnalistică, chirii, operațiuni de leasing, redevențe, taxe de marketing.

Furnizori, teritoriu și restricții privind clientela - candidatul va fi informat asupra eventualelor limitări impuse de francizor, întrucât aceste tipuri de restricții pot reduce abilitatea viitorului francizat de a-și exercita propria judecată în operarea unității francizate.

Reclama și instruirea profesională vizează programele de publicitate ale sistemului de franciză, precum și derularea sesiunilor de instruire și training profesional, inițiale și continue, pe care le va furniza francizorul sau master francizatul. Candidatul trebuie să primească lămuriri cu privire la experiența trainerilor, a costurilor ocazionate de instruire, unde vor avea loc sesiunile de instruire, precum și care este durata acestora.

Reînnoiri, terminare, transfer și rezolvarea disputelor-candidatului i se vor aduce la cunoștință care sunt condițiile de încetare sau reziliere a contractului, în ce situații este eligibilă reînnoirea acestuia, costurile suplimentare ce trebuie achitate și ce termeni contractuali vor suferi modificări.

De asemenea, documentul de dezvăluire de informații trebuie să facă referire la aprobările pe care trebuie să le obțină francizatul de la francizor dacă dorește să vândă franciza. Informațiile trebuie să vizeze și modalitățile de rezolvare a situațiilor cu caracter litigios: pe cale amiabilă, prin rezolvarea alternativă a disputelor (mediere, arbitraj sau negociere) ori prin intermediul instanțelor de judecată. Totodată, în caz de nereînnoire, se va specifica ce se întâmplă cu unitatea francizată, întrucât în practica internațională francizorul este cel ce răscumpără, în general, acea franciză.

Situația financiară a francizorului - Francizorul va pune la dispoziție cele mai recente documente fiscale, candidatul putând găsi suficiente informații asupra activității și rezultatelor financiar-contabile ale francizei. Orice afirmație a francizorului față de performanțele privind vânzările, veniturile sau profiturile va fi făcută în scris și va cuprinde documente justificative.

Informațiile privind francizații din rețea, foștii membri ai rețelei și sistemul de franciză privesc evoluția rețelei de franciză, cifra de afaceri generată de fiecare dintre membrii acesteia, datele de contact ale francizaților care sunt în rețeaua de franciză, dar și ale foștilor membri care au părăsit rețeaua în ultimul an fiscal.

“Art. II

La data intrării în vigoare a prezentei legi, art.7 pct.15 din Legea nr.227/2015 privind Codul fiscal din 08 septembrie 2015, cu modificările și completările ulterioare, se modifică și va avea următorul cuprins:

15. Franciza reprezintă un sistem de comercializare a produselor și/sau al serviciilor și/sau al tehnologiilor, bazat pe o colaborare continuă între persoanele fizice sau juridice independente din punct de vedere juridic și financiar, prin care o persoană denumită francizor acordă altei persoane numită francizat, dreptul și impune obligația de a exploata o afacere în conformitate cu conceptul francizorului. Acest drept autorizează și obligă pe francizat, în schimbul unei contribuții financiare directe sau indirecte, să utilizeze mărcile de produse și/sau de servicii, alte drepturi de proprietate industrială protejate, know-how-ul, drepturile de autor, precum și însemne ale comercianților, beneficiind de un aport continuu de asistență comercială și/sau tehnică din partea francizorului, în cadrul și pe durata contractului de franciză încheiat între părți în acest scop.”

Art. III

(1) În termen de 60 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi, Asociația Română de Franciză, asociație de utilitate publică, va înființa Registrul Național de Franciză în care se vor înregistra, la cerere, informațiile furnizate de către francizor prin documentul de dezvăluire de informații. Francizorii au posibilitatea de a înregistra în mod gratuit documentul de dezvăluire de informații în Registrul Național de Franciză.

(2) Conținutul și modalitatea de administrare a Registrului Național de Franciză se stabilesc prin ordin al conducătorului autorității publice centrale cu atribuții în domeniul mediului de afaceri, în termen de 30 de zile de la intrarea în vigoare a prezentei legi.

În concordanță cu Regulamentul (UE) NR. 330/2010 al Comisiei Europene din 20 aprilie 2010 privind aplicarea articolului 101 alineatul (3), din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, categoriile de acorduri verticale și practici concertate, precum și cu prevederile Tratatului privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE), categoriile de acorduri verticale, coroborate cu Convenția de la Viena, partea a II-, intitulată „Formarea contractului”, unde se stipulează, la articolul 23, că un contract este încheiat în momentul în care acceptarea unei oferte produce efecte în conformitate cu dispozițiile respectivei convenții, este evidentă diferențierea operată între cele două noțiuni, cea de formare, respectiv de încheiere a contractului. O astfel de distincție nu este necesară la nivelul teoriei generale a contractelor comerciale internaționale, întrucât și noțiunea de „încheiere” cuprinde întregul proces ce are ca finalitate nașterea contractului, cele două noțiuni fiind, în esență, sinonime, mai cu seamă că această noțiune este utilizată ca atare și în doctrina de drept comercial. Posibilitatea de informare privește desfășurarea negocierilor cu viitorul partener de afaceri, în condiții de loialitate și cu bună-credință; presupune și generează, în mod necesar, posibilitatea de informare a acestuia. Principiul de bază al libertății contractuale, consacrat ca atare și în art. 1.1 al Principiilor UNIDROIT, potrivit căruia părțile sunt libere să decidă când și cu cine vor începe negocierile în vederea încheierii unui contract, dar și pentru cât timp își continuă eforturile în vederea ajungerii la o înțelegere, nu presupune că un astfel de drept este nelimitat. O astfel de obligație este menită să asigure egalitatea părților contractante încă din faza încheierii contractului și derivă din obligația generală de loialitate ce guvernează materia contractelor. Posibilitatea de informare prealabilă cade în sarcina francizorului, întrucât în contractele de franciză, fie ele internaționale sau nu, etapa precontractuală este obligatorie. Această etapă urmează în mod logic și firesc procesului general de selecție a francizaților, declanșat printr-un anunț făcut de francizorul ce intenționează să își dezvolte afacerea în regim de franciză. Acest anunț nu este generator de efecte juridice, fiind numai o ofertă fără angajament. În esență, scopul etapei precontractuale de furnizare de informații, obligatorie în cazul încheierii oricărui contract de franciză, astfel cum transpare atât din reglementările internaționale existente, cât și din interpretările jurisprudențiale și doctrinare, este acela de a permite fiecărei părți de a-și exprima acordul de voință, de a se angaja contractual în deplin echilibru și de a-și confirma decizia de a colabora.

Justificarea reglementării în cazul contractelor de franciză, tot cu titlu de particularitate, este de menționat că, spre deosebire de celelalte contracte comerciale internaționale, obligația de informare precontractuală incumbă expres francizorului, el fiind cel ce trebuie să furnizeze toate datele și informațiile necesare pe baza cărora viitorul francizat va decide, în deplină cunoștință de cauză, implicarea sa în raporturile contractuale și în final, în rețeaua de franciză.

O condiție necesară pentru succesul oricărei afaceri de franciză este dezvăluirea informațiilor între viitorii parteneri și este recomandabil să se realizeze sub forma unui "document de dezvăluire de informații DI". Termen ce ar trebui utilizat de către toți francizorii pentru uniformizarea procedurilor de informare a potențialilor francizați.

Scopul acestui document de dezvăluire de informații este mai curând, de a permite partenerului presupus mai slab -francizatul- să se angajeze în cunoștință de cauză în privința riscurilor asumate odată cu încheierea unui contract de franciză.

Astfel se vor impune două reguli formulate în această modificare a legii, care demonstrează preocuparea pentru protejarea francizatului și anume:

1. Obligația francizorului de a remite candidatului un document care trebuie să conțină informații sincere și precise privind vechimea și experiența companiei francizoare, drepturile de proprietate intelectuală pe care le deține, starea și perspectivele de dezvoltare a segmentului de piață vizat, importanța rețelei, durata, condițiile de reînnoire, de reziliere și de cesiune a contractului.

2. Acordarea unui termen de câteva zile pentru francizat, între momentul primirii dosarului de informații și a proiectului de contract și momentul semnării acestuia. Intervalul alocat trebuie să permită francizatului să nu se angajeze decât după o serioasă reflecție.

Registrul Național de Franciză (RNF) are ca scop principal înregistrarea unei serii de informații, astfel ca procesul decizional al candidatului care dorește să acceadă într-o rețea să fie mai ferit de orice suspiciune ca s-ar desfășura prin mijloace improprii, întrucât registrul va afișa o fișă succintă, dar clară a francizei respective și va cuprinde informații verificate în prealabil de către Asociația Română de Franciză. Totodată, o statistică exhaustivă va putea fi întocmită în baza datelor puse la dispoziție de către francizori și master francizați, fapt de natura să-i încurajeze atât pe antreprenorii români de succes să își francizeze afacerile, cât și pe francizorii străini să își extindă rețelele în țara noastră.

Apreciem că impactul va fi unul pozitiv la nivel macroeconomic: vor apărea noi oportunități de afaceri, se vor crea locuri de muncă, se va diversifica piața de produse și servicii; aparitia altor competitori va avea ca efect și o diminuare a nivelului prețurilor pentru consumatorii finali.

Asociația Română de Franciză este o asociație de utilitate publică, ce reprezintă România la organismele internaționale de franciză - World Franchise Council, International Franchise Association, European Franchise Federation, Black Sea Franchise Federation. Este totodată, singurul organism din țara noastră care este expozantul mediului de afaceri din domeniu, la nivel național și internațional. Codul deontologic al Asociației Române de Franciză promovează în comunitatea autohtonă de afaceri standardele comerciale și industriale ale Uniunii Europene, apără și susține interesele membrilor săi și ale comunității de franciză în raport cu autoritățile publice și cu organismele din țară și din străinătate. Codul deontologic al Asociației Române de Franciză este realizat în concordanță cu codul Federației Europene de Franciză, federație care reunește asociații naționale de franciză din UE. Asociația Română de Franciză va înființa Registrul Național de Franciză în scopul transparentizării evoluției pieței de franciză autohtone. Menționăm că, în prezent, nu există statistici verificate, din care să reiasă în mod exact câte rețele de franciză există în România și câte dintre ele sunt românești, câți membri au acestea, care este domeniul de activitate și ce market share dețin, ce număr de angajați au aceste rețele și cum se prezintă demografic, unde activează cele mai multe sisteme de franciză din punct de vedere geografic, dar și ca amplasament al locațiilor (mall-uri, alte spații), ce cifră de afaceri generează anual etc.

Rolul acestui registru este acela de monitorizare a afacerilor în sistem de franciză, de a identifica persoanele care nu se supun prevederilor codului deontologic al francizei, de a evidenția date statistice utile, care să pună în evidență rolul tot mai sporit pe care îl joacă franciza în economie, prin crearea de noi locuri de muncă. Aceste date statistice vor conduce, într-un viitor apropiat la sporirea antreprenorilor români în acest sistem de afaceri, prin aceea că un număr mai mare de companii românești de succes vor alege franciza ca metodă de dezvoltare a afacerilor lor.

