

Zigmas GARALEVIČIUS LL.M
Panthéon Assas (Paris2) universiteto
Privatinės teisės mokyklos doktorantas
zgaralevicius@yahoo.fr

FRANŠIZĖS SUTARTIS: NUO TEISINĖS ANALIZĖS EKONOMINĖS ANALIZĖS LINK?

Straipsnyje franšizės sutartis nagrinėjama kaip platinimo lato sensu sutartis. Pirmame straipsnio skyriuje aptariamos franšizės sutarties šalių pareigos, siekiant įvertinti vertikalią franšizės gavėjo integraciją į franšizės davėją. Antrajame kalbama apie franšizės sutarties elementus, reikšmingus franšizės sutarties kvalifikavimui. Nors Lietuvoje teismų praktikos franšizės sutarties atžvilgiu nėra daug, tačiau kai kurios fundamentalios franšizės sutarties nuostatos aptariamos nagrinėjant užsienio valstybių teismų praktiką. Šiame straipsnyje siekiama atskleisti franšizės sutarties specifiškumą. Viena vertus, ši sutartis yra nacionalinio, kita vertus, ši sutartis yra ne ką mažiau tarptautinio pobūdžio. Be to, siekiama keliais aspektais pažvelgti į franšizės sutartį, pavyzdžiui, Europos Sąjungos konkurencijos teisėje įtvirtinta ekonominės analizės perspektyva, taikytina franšizės sutarties nagrinėjimui¹. Šiame straipsnyje inter alia tyrinėjamas franšizės šalių pareigų turinys. Pabrėžtina, kad šiuo straipsniu nėra siekiama išnagrinėti konkurencijos teisės taisyklių, taikytinų franšizės sutarčiai, dėl to Europos Komisijos Guidelines on Vertical Restraints nėra aptariamas detaliai; be to, franšizės sutartis nėra nagrinėjama kaip distribucijos sistema. Tačiau ieškoma, ar teisinė franšizės sutarties analizė yra pakankama. Straipsnio tikslas yra įrodyti, kad franšizės sutarties tik formalus teisinis nagrinėjimas neatskleidžia šios sutarties esmės.

¹ “Competition law and policy in the EC itself distinguishes seven different forms of retail distribution relationships or systems, of which franchising is but one. In decreasing order of the degree of vertical integration, the seven are (1) distribution by integrated affiliate, (2) agency contracts, (3) franchise agreements, (4) exclusive distribution, (5) exclusive purchase agreements, (6) selective distribution, and (7) contracts between producers and independent distributors. The term “franchise” is limited by the EC to distribution systems in which use of the franchisor’s know-how and continuing assistance by the franchisor means franchisees use a common business format specified by the franchisor.” <http://www.oecd.org/dataoecd/34/53/1920326.pdf> (prisijungimo data 2007-04-23).

1. SKYRIUS. FRANŠIZĖS SUTARTIES ŠALYS

1. Franšizės sutarties šalys yra juridškai nepriklausomi asmenys². Pirma, jeigu franšizės sutarties šalys nėra juridškai savarankiški asmenys, tai tokiu atveju šis santykis netraktuotinas franšizės sutartimi, tai tėra prekybos tinklas, priklausantis vienam subjektui, kuris steigia prekybos ir/ar paslaugų distribucinius taškus. Antra, franšizės sutarties šalių tarpusavio nepriklausomybė suponuoja franšizės gavėjo finansinę ir komercinę atsakomybę.

1.1.1.(a) – Franšizės davėjas – Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse (toliau – CK) apibrėžiamas kaip „teisių turėtojas“ (CK 6.766 str. 1 d.). **Pirma**, sąvoka „teisių turėtojas“ franšizės sutartyje atitinka civilinės teisės principą, jog subjektas negali perduoti kitam to, ko pats neturi. **Antra**, franšizės davėjas negali perduoti daugiau teisių negu jis jų turi. **Trečia**, franšizės davėjas gali perduoti tas teises, kurių pirminis savininkas yra jis pats arba tas teises, kurios jam yra suteiktos licencine sutartimi; kitaip tariant jis yra licenciatas. **Ketvirta**, vartojama sąvoka „teisių turėtojas“, o ne „teisių savininkas“. Nors sąvoka „turėtojas“ nėra apibrėžta šiame straipsnyje, tačiau ji *ipso factum* suponuoja, kad turėtojas gali būti ne tik savininkas, bet ir asmuo, kuriam išimtinės teisės suteiktos *licencinės* sutarties pagrindu³. Gera praktika suponuoja, kad teisių turėtojas, kuris nėra išimtinių teisių savininkas, privalo informuoti franšizės gavėją apie tai, kokių teisiniu pagrindu jis disponuoja išimtinėmis teisėmis.

1.1.1.(b) – Franšizės davėjas gali būti tik įmonė (verslininkai) (CK 6.766 str. 3 d.). **Pirma**, būtina užtikrinti tinkamą atstovavimą pasirašant franšizės sutartį. **Antra**, sąvoka „įmonė“ traktuotina plačiai, t. y. ne tik įmonės, kurios yra įsteigtos ir veikia pagal Lietuvos Respublikos individualių įmonių įstatymą⁴, bet ir bendrovės: uždarnosios akcinės bendrovės, akcinės bendrovės ir t. t. **Trečia**, fizinis asmuo gali būti franšizės sutarties šalimi. Tik tam tikras ribotas teisės subjektų ratas gali tapti franšizės sutarties šalimi. **Ketvirta**, įstatymo leidėjas, įvirtindamas sąvoką „įmonė“ (CK 6.766 str. 3 d.), tam tikra prasme susiaurino franšizės sutarties šalių ratą tiek, kiek sąvoka „įmonė“ atitinka minėto įstaty-

² Martijn Willem HESSELINK, *Principles of European Law. Commercial agency, franchise and distribution contracts* (PEL CAFDC), Vol. 3, Sellier. European Law, 2006, p. 93.

³ Generosa Bras Miranda // *Contrat de franchise Internationale en droit québécois*. P. 819–895 (1998).

⁴ 2003 m. lapkričio 6 d., Nr. IX-1805.

mo subjektą. Tačiau tiek pati sutarties esmė, tiek užsienio šalių franšizės teisės praktika leidžia teigti, kad CK nuostata nėra interpretuotina *stricto sensu*: būtų galima CK 6.766 str. 3 d. sąvoką „įmonė“ traktuoti kaip konkurencijos teisės subjektą, tačiau teisiškai tai suponuotų didelių problemų, nes konkurencijos teisės požiūriu teisinis subjektyvumas kaip toks yra reliatyvus ekonominiam vieningumui. Atsižvelgiant į minėtus argumentus, vis dėlto šio CK straipsnio patikslinimas būtų korektiškas.

1.1.1.(c) – Franšizės davėjas ir prekės ženklas. **Pirma**, franšizės davėjas yra suinteresuotas, kad jo prekės ženklas būtų registruotas Valstybiniame patentų biure. **Antra**, franšizės davėjas privalo garantuoti, kad jis turi teisę į perduodamus prekės ženklus. Pastarieji gali būti gatvėje kabinamos iškabos, specialūs ženklai ir t. t. **Trečia**, franšizės davėjas negali trukdyti franšizės gavėjui naudoti perduotus ženklus franšizės sutarties galiojimo laikotarpiu. Priešingu atveju vykdamas sutartį nebūtų užtikrintas pagrindinis jos faktorius ir *raison d'être*; dėl to sutartis turėtų būti nutraukiama. **Ketvirta**, išimtinės teisės yra perduodamos „laikinais arba neterminuotai naudotis verslo tikslais“. *Taigi* franšizės sutartimi išimtinių teisių perdavimas yra laikino pobūdžio; išsaugoma nuosavybės į išsaugoma į išimtinės teises, kurias perduoda franšizės davėjas.

1.1.1.(d) – Franšizės davėjas perduoda skirtingos teisinės prigimties objektus: intelektinės nuosavybės apsaugos objektą – prekės ženklą ar pavadinimą. Taip pat franšizės davėjas atskleidžia nepatentuotą praktinę patirtį. **In fine**, franšizės davėjas įsipareigoja nuolat padėti franšizės gavėjui. Pastarieji du aspektai suponuoja, kad franšizės sutartis yra ne platinimo sutartis plačiaja prasme; bet platinimas galutiniams vartotojams yra franšizės sutarties pasekmė.

1.1.2. – Franšizės davėjas privalo perduoti praktinę patirtį (*know-how*). Sutartyje privalu numatyti kaip franšizės davėjas perduoda praktinę patirtį (*know-how*) franšizės gavėjui. Paprastai tai atliekama trimis stadijomis: a) ki atidarant franšizę, franšizės gavėjas pateikia savo personalą franšizės davėjui, kad šis jį apmokyty; b) atidarant franšizę, franšizės davėjas, būdamas vietoje, vadovauja franšizės gavėjui, šiam atliekant pirmuosius prekių pardavimus ar teikiant pirmąsias paslaugas; c) po to, kai franšizė yra atidaryta ir franšizės gavėjas jau perėmė praktinę patirtį (*know-how*), šalys numato preliminarią apmokymų datą. Praktinės patirties (*know-how*) samprata CK nėra įtvirtinta.

1.1.3. – Siekiant, kad praktinė patirtis (*know-how*) būtų pritaikyta kasdiniams franšizės gavėjo verslo poreikiams, franšizės davėjas privalo nuolat patarti franšizės gavėjui, rūpintis nuolatiniu techniniu aprūpinimu (CK 6.770 str.

2 d. 2 p.) ir užtikrinti reklamos⁵ kampanijas tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Nors ši pareiga gali būti pakeista šalių susitarimu, tačiau pati franšizės sutarties esmė reikalauja, kad franšizės siūlomoms prekėms ir paslaugoms būtų reklamuojamos nacionaliniu ir/ar tarptautiniu lygiu. Nuolatinė pagalba įsisaivinant technines žinias ypač tampa aktuali tais atvejais, kai franšizės davėjas patobulina franšizės *know-how*.

1.1.4. – Išimtinė teisė tiekti prekes. Franšizės sutarties esmė suteikia pagrindą formuluoti bendrą taisyklę dėl išimtinio prekių tiekimo: išimtinis prekių tiekimas nėra būtina *ad validatem* franšizės sutarties sąlyga. Franšizės sutartis būtų galiojanti, jei joje nebūtų įrašyta išimtinio prekių tiekimo sąlyga. Tačiau praktikoje šis aspektas kvestionuotinas. *Viena vertus*, franšizės sutartimi siekiama sukurti distribucinį tinklą, siūlantį vienodą produkciją ar paslaugas; ypač tai svarbu reklamai, kurioje pristatomas ne tik prekės ženklas, bet ir konkreti prekė. *Kita vertus*, teoriškai tą patį rezultatą franšizės gavėjas galėtų pasiekti pirkdamas prekes iš kitų, – nei franšizės davėjas ar jo autorizuos distributorius, – tiekėjų. Tačiau praktikoje pastarasis postulatas teisingas tik iš dalies, nes siekiant užtikrinti, kad pasiūla rinkai būtų homogeniška, išimtinis prekių tiekimas *de facto* yra būtina sąlyga. *De iure* ši sąlyga teisiškai buvo pagrįsta ir konkurencijos teisės požiūriu Europos Komisijos reglamento Nr. 4087/88 1 straipsnio b) punktu, kuris nustatė, kad „parduoti arba, teikiant paslaugas, naudoti tik tas prekes, kurias pagamino lengvatos davėjas (franšizės davėjas – *pastaba mūsų*), arba jo įgaliotos trečiosios šalys, o tuo atveju, jeigu ankstesnės nuostatos

⁵ Žr. Massimo Bianca, Stefan Grundmann. *The EU Sales Directive: Commentary*. Intersentia. 2002 p. 139. Šioje knygoje nagrinėjama Directive 1999/44/EC of the European Parliament and the Council of 25 May 1999 on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees. Skyriuje, pavadintame "Conformity with the Contract", autoriai aptaria tam tikrus franšizės platinimo sistemai svarbius reklamos aspektus; jie *in concreto* priskiria franšizės platinimo sistemas prie tų, kuriose gamintojas vadovauja reklamos kampanijoms. Pabrėžtina, kad reklamos kampanijos suponuoja atsakomybę už teiginius, skelbiamus reklamose, nesvarbu, kokia jų rūšis bebūtų. „Pardavėjas yra atsakingas už gamintojo ir atstovo teiginius. Interpretuotina yra tik antroji sąvoka „representative“ (atstovas). Pastaruoju terminu neapimama visa distribucijos grandinė (...). Tačiau ši sąvoka negali apimti vien tik darbuotojus ir vadybininkus, dirbančius gaminančioje įmonėje. Taigi dėl to ši sąvoka turėtų apimti visus tuos atvejus, kai gamintojas vadovauja kitų vykdomai reklamai, būtent franšizės platinimo sistemose, taip pat tose platinimo sistemose, kuriose yra vertikaliųjų apribojimų, t. y. išimtinės tiekimo arba platinimo sutartyse. Tačiau atstovas gali imtis reklamos veiksmų nepriklausomai nuo gamintojo ir anksčiau minėtais atvejais, bet tokiu atveju jis nėra traktuojamas kaip atstovas.“

negalima taikyti dėl prekių, kurioms yra suteikta lengvata, prigimties, taikyti objektyvius kokybės reikalavimus⁶. Tačiau 1999 m. gruodžio 22 d. Europos Komisijos priimto Reglamento „Dėl Sutarties 81 straipsnio 3 dalies taikymo vertikaliųjų susitarimų ir suderintų veiksmų grupėms“, įsigaliojusio 2000 m. sausio 1 d. ir galiosiančio iki 2010 m. gegužės 31 d., nustatyti „*new style*“ išimties taikymo kriterijai, lyginant su ankstesniu reglamentavimu, yra apibūdinami trejopai: pirma, nėra tiek formalūs kaip ankstesniųjų reglamentų⁷, antra, mažiau imperatyvūs, trečia, labiau grindžiami ekonomika⁸.

1.2. – Franšizės gavėjas CK apibrėžiamas kaip *naudotojas*. Franšizės sutartis franšizės gavėjui – ypač mažoms ir vidutinėms įmonėms – yra būdas įsitvirtinti ir išlikti rinkoje. Pirma, pavyzdžiui, tarptautinių franšizių savininkai neturėdami būtinų sąlygų įsitvirtinti užsienio rinkoje, siekdami lengviau peržengti kultūrinį barjerą, vengdami mokytis vietinės kalbos ir pan., pasinaudodami franšizės sutartimi gali patekti į jiems visiškai svetimą rinką. Vietinės rinkos atstovas *a priori* geriau žino rinkos sąlygas, kultūrą, papročius, teisinę tvarką ir pan. Pasirašydamas franšizės sutartį su vidutine ar maža įmone, franšizės davėjas įgyja galimybę įsitvirtinti vietinėje rinkoje, dalindamasis rizika su franšizės gavėju. Antra, globalizacijos amžiuje vidutinės ir mažos įmonės suinteresuotos išlikti rinkoje. Lietuvos rinkose konkurencingumas yra gana aukštas, įsigali didelės bendrovės. Konkuruoti su plačiai žinomais prekių ženklais ar įmonių pavadinimais gana sudėtinga. Trečia, franšizės gavėjas tam tikra prasme pasinaudoja franšizės davėjo įgyta komercine sėkme, dalykine reputacija ir t. t.

1.2.1.(a) – Franšizės gavėjas privalo investuoti⁹ į franšizę. Franšizės gavėjas privalo investuoti savo lėšas, kad sudarytų visas būtinas sąlygas franšizei pradėti ir tęsti veiklą. Ši franšizės sutarties sąlyga franšizės davėjui palengvina finansinę naštą, kurią šis patirtų veikdamas toje rinkoje ne per franšizės gavėją. Diskutuotina, ar franšizės sutartis laikytina distribucijos sutartimi *griežtąja prasme*.

⁶ Cituojama iš www.lrs.lt [prisijungimo laikas 2007-04-13] publikuojamo *darbinio varianto*.

⁷ Reglamentas 1983/83, Reglamentas 1984/83, Reglamentas 4087/88.

⁸ Plačiau žr. Gniechwitz, Christoffer: Commission Regulation (EC) No 2790/1999 – The European Commission's Block Exemption for Vertical Agreements // *Macquarie J. Bus. L.* 73 (2004), p. 76–97.

⁹ Šis aspektas pagrindžia faktą, kad franšizės gavėjas ir franšizės davėjas turi būti nepriklausomi asmenys. Kitaip tariant, nepriklausomumas suponuoja pradines pareigas, kurios yra *inter alia* dvi: pradinės investicijos į patalpas ir pradinis franšizės mokestis.

Byloje Pronuptia išsakytas argumentas, kad franšizės sutartis pateikiama kaip būdas gauti finansinę naudą „from its expertise without investing its own capital“¹⁰. Viena vertus, franšizės davėjas neinvestuoja į franšizės gavėjo verslą. Kita vertus, franšizės gavėjas veikia savo vardu ir savo rizika.

1.2.1.(b) – Kadangi franšizės sutartis yra *intuitu personae*, tai suponuoja, kad franšizės gavėjas privalo pats naudotis suteiktomis išimtinėmis teisėmis ir praktine patirtimi (*know-how*). Nei išimtinių teisių nei praktinės patirties (*know-how*) jokia apimtimi – visų ar dalies – franšizės gavėjas negali atskleisti tretiesiems asmenims¹¹ be franšizės davėjo sutikimo. Taigi franšizės sutartyje galima numatyti teisę franšizės gavėjui pasirašyti subfranšizės sutartį, kuria franšizės gavėjas suteikia galimybę „kitiems asmenims naudotis išimtinėmis teisėmis“ (CK 6.768 str. 1 d.). Subfranšizės sutarčiai reikalingas franšizės davėjo sutikimas, kuris gali būti įtvirtintas tiek pačioje franšizės sutartyje, tiek vėliau (t. y. po franšizės sutarties pasirašymo) pasirašius atitinkamą susitarimą su franšizės davėju.

1.2.2. – Franšizės gavėjas privalo laikytis *standartų*¹², kuriuos nustato franšizės davėjas. Pirma, franšizės gavėjas privalo laikytis standartų dėl išorinio franšizės pateikimo vartotojams. Tikslas yra užtikrinti, kad vartotojas identifikuotų franšizę iš kitų prekės ženklų. Antra, franšizės gavėjas privalo laikytis rinkodaros, vadybos ir apskaitos reikalavimų. Šioje dalyje paminėtina, kad užsienio teisės doktrinoje diskutuojama dėl franšizės sutarties kaip *prisijungimo būdu* pasirašomos sutarties.¹³ Dėl to franšizės sutartyje gali būti tokių sąlygų, kurios atitinka *gerą praktiką*, bet taip pat ir tokių, kurių pagrindu franšizės sutartis franšizės gavėjui suteikia tokias teises ir pareigas, kad ši sutartis yra *sąlyginai* perkvalifikuotina į kitokią sutartį, kurioje įtvirtinamas šalių subordinacijos prin-

¹⁰ 15 p. bylos Pronuptia Europos Teisingumo Teismas.

¹¹ Žr. Europos Komisijos Reglamento Nr. 2790/1999 „Dėl Steigimo sutarties 85 (tapusio 81 str.) straipsnio 3 dalies taikymo franšizės susitarimams“ (1999 m. gruodžio 22 d.) 3 straipsnio 2 dalies a) punktas.

¹² Žr. CK 6.771 str. 2 d. Sąvoka „tinkama kokybė“ šiame straipsnyje nėra apibrėžta, tačiau kokybės tinkamumas turi keletą aspektų, kurių vienas yra grindžiamas, viena vertus, franšizės davėjo ir franšizės gavėjo tarpusavio pasitikėjimu, kita vertus, franšizės gavėjas kaip sutarties šalis kai kuriais aspektais yra integruotas distributorius. Pastarasis nevykdo savarankiškos prekybos politikos, turi atsižvelgti į franšizės davėjo rekomenduojamas pardavimo kainas ir t. t.

¹³ Generosa Bras Miranda // *Contrat de franchise Internationale en droit québécois*. P. 819–895 (1998).

cipas¹⁴. Dėl to ir sąlyga laikytis vadybos standartų suponuoja, kad franšizės gavėjo laisvės marža yra maža prekybos politikoje *lato sensu*. Kita vertus, minėtos sąlygos yra priemonės užtikrinančios franšizės davėjui galimybę kontroliuoti franšizės gavėjo veiklą.

1.2.3. – Franšizės gavėjas privalo laikytis išimtinio sutarties pobūdžio. Išimtinis franšizės sutarties pobūdis turi dvi formas, kurios abi yra kildinamos iš franšizės sutarties *intuitu personae*. Pirma, franšizės sutartis lemia bendrą taisyklę, jog franšizės sutarties gavėjas gali užsiimti antraeile, papildoma veikla. Tačiau ilgainiui gali iškilti antraeilės veiklos, susijusios su franšizės sutartimi, tęstinumo ir nekonkuravimo sąlygos santykis. Antra, franšizės sutartyje numatoma nekonkuravimo sąlyga¹⁵ gali būti teisėta tik tuo atveju, jeigu pagal ją laikomasi tam tikrų nekonkuravimo sąlygos galiojimo kriterijų. Pavyzdžiui, Prancūzijos *Cour d'Appel* nustatė, kad nekonkuravimo sąlyga yra galiojanti tik jei joje yra nustatyti apribojimai laiko, teritorijos, sektoriaus atžvilgiu¹⁶. Franšizės sutartimi franšizės gavėjas gauna teisę užsiimti tam tikra veikla apibrėžtoje teritorijoje¹⁷. Šios sutarties išimtinumo pobūdis pasireiškia tuo, kad franšizės davėjas

¹⁴ Ekonominės priklausomybės situacija gali susidaryti tais atvejais, kai franšizės davėjas perima franšizės gavėjo kaip juridinio asmens funkcijas; ypač tai susiję su atsiskaitymais. Franšizės davėjas veluodamas atsiskaityti už prekes gali sukurti situaciją, kai franšizės gavėjo kreditas sumažėja. Tokiu atveju franšizės gavėjas, disponuodamas santykinai maža pinigų suma, susiduria su situacija, kai veikimo laisvė rinkoje franšizės gavėjui tampa labai maža arba kitaip tariant subordinuojama franšizės davėjo valiai. Tokių situacijų prevencija turėtų būti įtvirtinta konkrečiomis prievolėmis franšizės davėjui atsiskaityti su franšizės gavėju per sutartyje apibrėžtą terminą. Taip pat paminėtina, kad franšizės sutartys kai kuriais atvejais yra perkvalifikuojamos į darbo sutartis; tokios jurisprudencijos galima rasti Prancūzijos *Cour de cassation* praktikoje.

¹⁵ Europos Komisijos reglamento Nr. 4087/88 „Dėl Steigimo sutarties 85 (tapusio 81 str.) straipsnio 3 dalies taikymo franšizės susitarimams“ 3 straipsnio, 1 dalies c) punktas suteikia teisę franšizės davėjui nustatyti pareigą franšizės gavėjui, kad šis nesiimtų „tiesiogiai arba netiesiogiai jokios panašaus pobūdžio komercinės veiklos toje teritorijoje, kurioje ši veikla konkuruotų su prekybos tinklo, kuriam suteikta lengvata, dalyviais, įskaitant ir patį lengvatos davėją. Pasibaigus franšizės susitarimui, toje teritorijoje, kurioje lengvatos gavėjas naudojosi jam suteikta privilegija, iš jo gali būti reikalaujama laikytis pirmiau nurodyto įpareigojimo tam tikrą priimtina laikotarpį, kuris negali būti ilgesnis kaip vieneri metai“.

¹⁶ Dominique VOILLEMOT: *Franchising: France*, International Business Lawyer Nr. 16, 1988 psl. 122–125. Martijn Willem HESSELINK, *Principles of European Law. Commercial agency, franchise and distribution contracts* (PEL CAFDC), Vol. 3, Sellier. European Law, 2006, p. 228.

¹⁷ Viena vertus, tokios sąlygos yra laikytinos *ius communis* kiekvienai nekonkuravimo sutarčiai: laiko ir erdvės apribojimai. Kita vertus, panašios nuostatos atsispindi ir Europos Sąjungos teisės aktuose, kuriuos aptarsime kituose skyriuose.

įsipareigoja nesteigti papildomų prekybos taškų sutartimi suteiktoje išimtinėje teritorijoje. Prancūzijos *Cour de cassation* 2006 m. kovo 14 d. byloje *Flora Partner* byloje franšizės gavėjas pareikalavo iš franšizės davėjo nutraukti sutartį ir atlyginti nuostolius remdamasis tuo, kad franšizės davėjas sukūrė internetinį tinklalapį¹⁸ tuo pačiu pavadinimu kaip ir franšizės sutartimi suteiktas pavadinimas. Franšizės sutartyje buvo numatyta, kad sutarties išimtinis pobūdis teritorijos atžvilgiu reiškia, jog franšizės davėjas įsipareigoja sutarties galiojimo laikotarpiu nesuteikti teisės steigti kitų prekybos taškų išimtinėje teritorijoje¹⁹. *Cour de cassation* nusprendė: pirma, kad interneto tinklalapis nėra prilyginamas papildomam prekybos taškui; antra, kad Europos Komisijos reglamentas Nr. 2790/1999²⁰ (1999 m. gruodžio 22 d.) nėra taikytinas šioje byloje.

1.2.4. – Franšizės gavėjas moka dviejų rūšių mokesčius franšizės davėjui. Dvi mokesčių rūšys yra šios: pirminis franšizės mokestis²¹ ir periodinės įmokos. Franšizės sutartis yra atlygintinė. **Pirma**, pirminis franšizės mokestis yra apskaičiuojamas atsižvelgiant į keletą veiksnių: prekės ženklo reputaciją, paslaugų kiekį, kurį suteikia franšizės davėjas iki naujos franšizės atidarymo, potencialią naudą²². Be to, šis mokestis gali būti tiek gražintinas, jeigu yra įvykdomos atitinkamos sąlygos, tiek negražintinas, neatsižvelgiant į tai, kaip toliau seksis naujai franšizei.²³ Šis mokestis gali būti tiek vienodas visiems franšizės gavėjams, tiek gali būti apskaičiuojamas kiekvienam franšizės gavėjui atskirai,

¹⁸ Detaliau apie internetinį puslapį kaip prekybos priemonę žr. Europos Komisijos *Guidelines on Vertical Restraints* p. 51. Paminėtina, kad minėtas teismo sprendimas atitinka Europos Sąjungos konkurencijos teisės nuostatas.

¹⁹ Franšizės sutarties 7–3 straipsnis įtvirtino, kad : “l’exclusivité territoriale implique que le franchiséur s’engage, pendant la durée du présent contrat, à ne pas autoriser l’ouverture d’autres points de vente Le Jardin des fleurs dans le territoire d’exclusivité susmentionné, en dehors de celui du franchisé”.

²⁰ 2790/1999 Reglamentas nustato, kad „penkerių metų galiojimo trukmės ribojimas netaikomas, jeigu pirkėjas parduoda susitarime numatytas prekes ar paslaugas tiekėjui priklausančiose arba tiekėjo iš trečiųjų, su pirkėju nesusijusių šalių išsinuomotose patalpose ir žemėje, su sąlyga, kad įsipareigojimo nekonkuruoti galiojimo trukmė neviršija laikotarpio, per kurį pirkėjas laikinai valdo patalpas ir žemę“.

²¹ Sąvoka iš anglų kalbos: “Initial Franchise Fee”.

²² Pabrėžtina, kad realiai tikrąją potencialią naudą gali nustatyti tik pats franšizės davėjas; šia prasme labai svarbūs yra ikisutartiniai šalių santykiai.

²³ Harold BROWN: *Franchising: Realities and Remedies*, ALM Law Business Law Journal Press, 1981, p. 7–11.

priklausomai nuo to, kokius kriterijus²⁴ franšizės gavėjas atitinka. **Antra**, *royalty* mokestis nustatomas kaip nuošimtis nuo visos franšizės gavėjo apyvartos. Tam tikrais atvejais *royalty* yra apskaičiuojamas kintamai, t. y. priklausomai nuo to, kokią apyvartą pasiekia franšizės gavėjas. Tokiu būdu franšizės davėjas skatina franšizės gavėją pasiekti kuo didesnę apyvartą²⁵. **Trečia**, kalbant apie galimą ryšį tarp pirminio mokesčio ir *royalty*, paminėtina, kad franšizės sutartyje šių mokesčių derinimas savaime yra *prekybos politikos* dalis. Tais atvejais, kai franšizės davėjas sumažina pradinį franšizės mokestį, bet padidina *royalty* mokestį, tai reiškia, kad jis siekia pajamų iš ilgalaikės franšizės veiklos. **Ketvirta**, franšizės davėjas neturi teisės nustatyti galutinės pardavimo kainos: šiuo požiūriu franšizės davėjas, nustatydamas *royalty*, užtikrina savo paties pelną, jo tiesiogiai nesiedamas su parduodamos produkcijos galutine kaina.

2. SKYRIUS. FRANŠIZĖS SUTARTIES ELEMENTAI

2.(a) – Franšizės sutarties ypatingumas, lyginant su kitomis sutartimis, yra tai, kad šia sutartimi ne tik perduodamos išimtinės teisės, bet ir įsipareigojama nuolat teikti techninę pagalbą. Šiame skyriuje trumpai aptarsime du franšizės sutarties elementus: išimtinių teisių sampratą ir *nuolatinės pagalbos sampratą*. Franšizės sutarties *intuitu personae* pobūdis suponuoja pasitikėjimą tarp šalių.

2.(b) – Įstatymo leidėjas nustatė *ad exemplum* tris išimtines teises, kurios gali būti perduodamos franšizės sutartimi: a) teisė į firmos vardą, b) teisė į prekių ar paslaugų ženklą, c) teisė į saugomą komercinę (gamybinę) informaciją. Šis sąrašas nėra baigtinis. CK sąrašas reiškia, kad įstatymo leidėjas įtvirtino labai plačią išimtinių teisių sampratą. Tačiau šiame sąrašo teisė į prekių ženklą ir teisė į paslaugų ženklą minimos kaip alternatyvios teisės. Viena vertus, įstatymo leidėjas *expressis verbis* nepasisakė, ar visos trys teisės yra alternatyvios, ar kumuliatyvos. Kitaip tariant, ar laikytina franšizės sutartimi tokia sutartis, kurioje franšizės davėjas perduoda gavėjui vien tik teisę į firmos vardą? Kita vertus, franšizės

²⁴ Andrew J. SHERMAN: *Franchising & Licensing Two Powerful Ways to Grow Your Business in Any Economy*. AMACOM Div American Mgmt, 2004, p. 81.

²⁵ Taip pat *royalty* gali būti nustatytas kaip kintamas t. y. procentas nuo apyvartos, tačiau numatant *royalty* aukštutinę t. y. maksimalų ir žemutinį t. y. minimalų *royalty* – t. y. kaip sutartyje nustatoma išimtis, kad nepriklausomai nuo to, kad franšizės gavėjo apyvarta pasiektų labai žemą lygį, vis tiek franšizės gavėjas privalėtų mokėti sutartyje numatytą minimalų *royalty* mokestį. Analogiška analizė galioja ir franšizės gavėjo apyvartai pasiekus labai aukštą lygį.

sutarties esmė suponuoja, kad franšizės sutartis skiriasi nuo licencinės sutarties dviem aspektais: franšizės sutartimi perduodama ne tik teisė į firmos vardą, bet franšizės davėjas įsipareigoja suteikti nuolatinę pagalbą. Analogiškai formuluoti klausimai kitų CK 6.766 str. 1 d. minimų teisių atžvilgiu. Kas yra išimtinės teisės? Atsakymą pateikia Europos Komisijos Reglamentas.

2.(c) – Reglamente įtvirtinta franšizės samprata yra aktuali civilinės komercinės teisės požiūriu ta prasme, kad UNIDROIT tipinį įstatymą dėl franšizės sutarties Romos privatinės teisės institutas ruošė konsultuodamasis su Europos Komisija²⁶. Šios konsultacijos vienas pagrindinių aspektų yra užtikrinti, kad franšizės sutartis būtų suprantama vienodai tiek privatinės teisės požiūriu, tiek konkurencijos teisės požiūriu, taip pat ir nacionaliniame, ir tarptautiniuose lygmenyse.

2.(d) – Reglamente išskiriami trys būtini franšizės elementai. **Pirma**, bendro pavadinimo arba parduotuvės *ženklų naudojimas* ir vienodas susitarime apibrėžtų patalpų ir/arba transporto priemonių *apipavidalinimas*²⁷. **Antra**, franšizės davėjo praktinės patirties (*know-how*) perdavimas franšizės gavėjui²⁸. **Trečia**, nuostata dėl nuolatinės franšizės davėjo komercinės arba techninės pagalbos teikimo franšizės gavėjui susitarimo galiojimo laikotarpiu²⁹. Taigi praktinė patirtis (*know-how*) yra tik vienas iš trijų franšizės sutarties elementų.

2.(e) – Pabrėžtina, kad tas pats reglamentas pagal franšizių taikymo tikslą išskiria tris franšizės rūšis: pramonės srities franšizes, distribucijos (paskirstymo) franšizes ir paslaugų franšizes³⁰. Europos Sąjungos konkurencijos teisėje įtvirtinta franšizės sutarties samprata apima dvi franšizės rūšis: distribucijos ir paslaugų franšizes³¹.

²⁶ Daugiau apie minėtus UNIDROIT darbus šioje srityje žr. www.unidroit.org.

²⁷ Use of Franchisor's Tradename, Trademark lietuviškame Reglamento vertime naudojama sąvoka: „pavadinimo arba parduotuvės ženklo naudojimas“.

²⁸ Know-how, „praktinė patirtis“, savoir-faire.

²⁹ Business Method verčiama kaip „komercinės arba techninės pagalbos teikimas“.

³⁰ Žr. Reglamento Nr. 4087/88 motyvuojamosios dalies 3 punktą. Taip pat žr. 4 p.: „(...) pramonės franšizės susitarimai neturėtų patekti į šio reglamento taikymo sritį. Susitarimų, nustatančių santykius tarp gamintojų, nuostatos, skiriasi nuo kitų franšizės susitarimų nuostatų. Tokių susitarimų pagrindas – gamybos licencijos, pagrįstos patentais ir/arba praktine informacija, taip pat prekės ženklo naudojimo licencijos.“

³¹ Floris O. W. Vogelaar, Julien Stuyck, *Competition Law in the EU and the Netherlands: A Practical Guide*, Kluwer 2000, p. 50.

2.1.1. – Praktinės patirties (*know-how*) samprata suponuoja, kad specialios žinios turi būti praktinės ir techninio pobūdžio, bet ne teorinės ar abstrakčios. Šias žinias turi būti įmanoma pritaikyti praktiškai. Be to, žinių įgijimas turi turėti komercinės vertės. Kitaip tariant, specialus žinojimas turi nešti pelną tiems, kurie tas žinias gauna. Be to, šios žinios turi būti pakankamai konkrečios, kad jos galėtų būti užfiksuotos ir perduotos franšizės gavėjui. Praktinė patirtis (*know-how*) neturi būti patentuota. Priešingu atveju šitai praktinei patirčiai (*know-how*) yra taikytina patentų teisinė apsauga ir šios žinios nėra traktuotinos praktine patirtimi (*know-how*). Retrospektyviai pažvelgus į franšizės reglamentavimo ypatumus, paminėtina, kad analogišką nuostatą įtvirtina Europos Komisijos reglamento Nr. 4087/88 „Dėl Steigimo sutarties 85 (tapusio 81 str.) straipsnio 3 dalies taikymo franšizės susitarimams“ 1 straipsnio, 3 dalies f) punktas: „**praktinė patirtis** (*know-how*) – tai nepatentuotos (*pabraukta mūsų*) praktinės informacijos visuma, gamybinės patirties rezultatas, kurią patikrino lengvatos davėjas ir kuri yra komercinė paslaptis, svarbi ir identifikuojama“. Šio Reglamento svarba sietina su Europos Teisingumo Teismo jurisprudencija Pronuptia de Paris GmbH (Frankfurt am Main) vs Pronuptia de Paris Irmgard Schillgalis (Hamburg)³² ir su Europos Komisija, kuri pastarosios bylos pagrindu priėmė penkis sprendimus³³ dėl franšizės. Pastarosios šešios bylos tapo priedaiga Europos Komisijai priimti anksčiau cituojamą Reglamentą.

2.1.2. – *Praktinės patirties (know-how) savybės.* **Pirma**, praktinė patirtis turi pasižymėti originalumu ir turi būti identifikuojama. Tačiau šis originalumas nebūtinai turi būti paremtas absoliučia abstrakcija ar visiškai novatoriška veikla. Priešingai, originalumas gali kilti tiesiog iš kelių gerai žinomų atitinkamoje verslo šakoje nuolat praktikuojamų ir patikrintų elementų, kurie garsėja rinkoje kaip atskiri, sąveikos ar junginys. Dėl to praktinė patirtis turėtų būti nuolat plėtojama ir tobulinama. Be to, praktinė patirtis tam tikra prasme yra

³² Apie šios bylos reikšmę franšizės sutarties sampratai plačiau žr. *Crossick, Stanley A; Mendelsohn, Martin* Franchising in Europe: Consequences of Pronuptia // No. 14 International Business Lawyer (1986) p. 220 ir toliau.

³³ Décision 87/14/CEE, Yves Rocher, du 17 décembre 1986, JOCE L 8/49 du 10 janvier 1987 ; Décision 87/17/EEC, Pronuptia, du 17 décembre 1986, JOCE L 13/39 du 15 janvier 1987 ; Décision 87/407/CEE, Computerland, du 13 juillet 1987, JOCE L 222/12 du 10 août 1987 ; Décision 88/604/CEE, ServiceMaster, du 20 août 1988, JOCE L 332/38 du 3 décembre 1988 ; et Décision 89/94/-CEE, Charles Jourdan, du 2 décembre 1988, JOCE L 35/31 du 7 janvier 1989.

traktuotina kaip metodas, ji pati savaime nėra pakankama, kad franšizės gavėjas galėtų pats plėsti verslą; dėl to būtina, kad franšizės davėjas, viena vertus, nuolat teiktų pagalbą ir, kita vertus, bendradarbiautų su franšizės gavėju. **Antra**, viena iš pagrindinių praktinės patirties savybių – ekonominės naudos teikimas. Praktinei patirčiai įgyti yra sunaudojami palyginti dideli kaštai. Pavyzdžiui, praktinė patirtis gali būti tobulinama tyrimais; tai suponuoja gana dideles išlaidas. Be to, į praktinę patirtį investuoti kaštai franšizės gavėjui turi duoti pelną kaip verslo rūšis. Ekonominė nauda turi būti apčiuopiama. **Trečia**, Europos konkurencijos teisėje praktinė patirtis yra suprantama kaip visuma techninės informacijos, kuriai būdingas *inter alia* slaptumas. Ekonominė nauda taip pat turi būti konkreti. Identifikuojamumas kaip praktinės patirties požymis reiškia, kad vienokia ar kitokia forma užfiksavus praktinę patirtį, franšizės gavėjui būtų įmanoma patikrinti, ar praktinė patirtis atitinka kitus du kriterijus: slaptumą ir pelningumą³⁴.

2.2.1.(a) – Asistavimas ir nuolatinė pagalba gali įgyti įvairiausių formų. **Pirma**, asistavimas neapsiriboja vien tuo, kad franšizės davėjas padeda franšizės gavėjui pradėti verslą. Šio predikato pagrindas yra tai, kad *praktinė patirtis* yra nuolat plėtojama. Taigi franšizės davėjas, perduodamas nuolat tobulinamą praktinę patirtį, turi informuoti franšizės gavėją tiek apie bendrą franšizės prekybos politiką, tiek apie pačios koncepcijos tobulinimą³⁵. **Antra**, teisės literatūroje išskiriamos bent trys sritys, kuriose franšizės davėjas gali siūlyti savo pagalbą: 1) prekybos klausimais; 2) finansiniais klausimais; 3) techniniais klausimais. **Trečia**, franšizės davėjas gali leisti žurnalus, kuriuose pateikia statistiką ir kitus svarbius duomenis, susijusius su franšizės prekybos tinklu. Šis aspektas ypač aktualus, kai kalbama apie tarptautines franšizes: tarptautinės franšizės davėjas, leisdamas panašaus pobūdžio leidinius, taip gali informuoti franšizės gavėją tiek apie nacionalines, tiek apie tarptautines franšizės prekybos politikos kryptis; vadinasi, taip gali patarti franšizės gavėjui, kokiais būdais geriau įgyvendinti bendrą franšizės tinklo politiką. Tuo tikslu franšizės davėjas gali pateikti brošiūras, filmus, maketus ir kitą informacinę medžiagą. **Ketvirta**, minėtos asistavimo formos nebūtinai yra nemokamos; greičiau priešingai. Bendra taisykle

³⁴ Žr. http://ec.europa.eu/comm/competition/general_info/s_fr.html#t119

³⁵ Žr. Martijn Willem HESSELINK, *Principles of European Law. Commercial agency, franchise and distribution contracts* (PEL CAFDC), Vol. 3, Sellier. European Law, 2006, p. 235. Šioje knygoje pateikiamos septynios sritys apie kurias franšizės davėjas turi informuoti franšizės gavėją.

laikytina, kad *royalty* mokesčiu yra užmokama už franšizės davėjo suteikiamas išimtinės teises, todėl už franšizės davėjo nuolatinę pagalbą franšizės gavėjas turėtų atsilyginti atskirai. Pavyzdžiui, franšizės davėjas gali pasiūlyti teisinę ir/ar mokestinę, ir/ar buhalterinę pagalbą ir pan.

2.2.1.(b) – Asistavimas gali būti skirstomas į privalomąjį³⁶ (arba asistavimą *siaurąja prasme*) ir neprivalomąjį (arba asistavimą *placiąja prasme*). Šis skirstymas reikšmingas nustatant, ar asistavimas turi būti apmokamas atskirai nuo *royalty*, ar atsiskaitymas už asistavimą įskaičiuotinas į *royalty*. **Pirma**, asistavimas *stricto sensu* yra apmokamas *royalty*. **Antra**, asistavimas *lato sensu* yra apmokamas atskirai.

2.2.2. – Bendradarbiavimas yra dar vienas franšizės sutarties šalių santykius apibūdinantis požymis. Franšizės davėjas turi pareigą bendradarbiauti su franšizės gavėju. Paminėtina, kad ši pareiga analizuojama kaip pareiga imtis visų būtinų priemonių (iš pranc. *obligation de moyen*). Tai reiškia, kad franšizės davėjas turi imtis visų priemonių, tačiau jis nėra atsakingas už tai, kad būtų pasiektas rezultatas. Pastaroji tezė grindžiama tuo, kad franšizės gavėjas yra nepriklausomas verslininkas (teisiškai ir ekonomiškai³⁷), tai reiškia, kad jis yra atsakingas už savo verslą. Ginčo atveju franšizės davėjas privalėtų įrodyti, kad jis ėmėsi visų būtinų priemonių, siekdamas suteikti franšizės gavėjui reikiamą informaciją ir kitus franšizės sutartimi perduotinus objektus; kad jis (franšizės davėjas) ėmėsi visų būtinų priemonių, jog bendradarbiavimas tarp šalių būtų užtikrintas. *In fine* šis požymis išreiškia vieną iš pagrindinių franšizės sutarties aspektų, kad franšizės gavėjas veikia savo vardu ir rizika.

2.2.3. – Situacija Lietuvoje. Trumpai aptarsime Lietuvos vyriausiojo administracinio teismo (toliau – LVAT) 2006 m. vasario 24 d. nutartį N³-300-06. Administracinėn atsakomybėn patrauktos P. J. atstovas kreipėsi į Administracinę teisumą prašydamas panaikinti Vilniaus apskrities valstybinės mokesčių inspekcijos viršininko pavaduotojo 2005-07-21 nutarimą ir bylą nutraukti. Skun-

³⁶ Privalomumas šiuo atveju suvokiamas kaip būtinas franšizės sutarties elementas.

³⁷ Pabrėžtina, kad franšizės sutartis platinimo sutarčių sistemoje ekonominės analizės požiūriu yra viena iš didžiausių vertikalios integracijos platinimo sutarčių sistemoje. Be to, franšizė yra suprantama ir kaip platinimo sistema. Platinimo sistema apima santykius tarp gamintojo ir nepriklausomo pardavėjo. Išskiriamos trys platinimo sistemos: (i) pasirinktinės distribucijos; (ii) išimtinės distribucijos; (iii) franšizė. Franšizė kaip platinimo sistema gali turėti tiek pasirinktinės distribucijos, tiek išimtinės distribucijos požymių.

de nurodė, kad UAB „Thomas Philipps Baltex“ savo prekybinę veiklą organizuoja franšizės sutarčių pagrindu, pagal kurias bendrovei (franšizės davėjui) priklausančių prekių techninę pardavimo aptarnavimo funkciją atlieka tretieji juridiniai asmenys (franšizės gavėjai). LVAT Teisėjų kolegija, skirtingai nei pirmosios instancijos teismas, įvertino, kad „toks kasos aparatų naudojimas prieštarauja Vyriausybės 2002-08-13 nutarimu Nr. 1283 patvirtintos Kasos aparatų diegimo ir naudojimo tvarkos 14 punkto ir Valstybinės mokesčių inspekcijos viršininko 2003-09-18 įsakymu Nr. V-255 patvirtintų Kasos aparatų naudojimo taisyklių 20 punkto reikalavimams, pagal kuriuos kasos aparatą turi naudoti tik tas ūkio subjektas, kurio vardu jis užregistruotas teritorinėje valstybinėje mokesčių inspekcijoje.“ LVAT toliau konstatuoja, kad „administraciniu teisės pažeidimu gali būti laikoma tik pavojinga visuomenei veika.“ Be to, labai įdomus LVAT argumentas kelia klausimų dėl pavojingos visuomenei veikos ir poįstatyminio akto, įgyvendinančio įstatymo nuostatas, suderinamumo su platinimo sutarčių specifiška *in abstracto*, tiek franšizės sutarties atžvilgiu *in concreto*. LVAT konstatuoja, kad: „poįstatyminiais teisės aktais patvirtintos kasos aparatų eksploatavimo ir kasos operacijų atlikimo taisyklės yra nesuderintos su *Civiliniame kodekse* įteisinta ir leidžiama ūkinės veiklos organizavimo forma.“ Vienas svarbiausių LVAT argumentų yra, tas, kad „visos iš ūkinės veiklos gautos pajamos buvo apskaitytos, pervestos į UAB „Thomas Philips Baltex“ banko sąskaitą“.

2.2.4. – Apie franšizės sutarties iššūkius. *Pirma*, franšizės sutartis nuolat populiarėja³⁸. *Antra*, Carl R. Ramely, Geroge Washington University Law School, 1969 m. laimėjo National First Prize už straipsnį, pavadintą *A Copyright Labyrinth: Information Storage and Retrieval Systems*. Šiame straipsnyje Carl R. Ramely pateikia simbolinį pasakojimą apie franšizės patentų ir autorių teisių tarpusavio santykį: „Copyright is the Cinderella of the law. Her rich older sister, Franchises and Patents, long crowded her into the chimney-corner. Sud-

³⁸ When the European Court of Justice considered franchising in 1986, the opinion of the Advocate General reported that it was developing rapidly within the European Economic Community, with the number of franchise systems within the Federal Republic of Germany rising from 85 in 1978 to 200 in May 1982, while in France there were more than 300 systems in 1981 which grew by 1985 to 500 systems with 25 000 participating shops and 8 per cent of total retail sales. Pagal *Pronuptia v. Schillgallis*, (1986) ECR 353, § 2.1.

denly the fairy godmother, Invention, endowed her with mechanical and electrical devices as magical as the Pumpkin coach and the mice footmen. Now she whirls through the mad mazes of a glamorous ball.”³⁹ Taigi franšizės sutartis kaip distribucijos sutartis evoliucionuoja dviem aspektais: viena vertus, išradimų teisės iškilimas, apie kurį kalba Carl R. Ramely, kita vertus, internetas kaip prekybos būdas, sumažinantis atstumą tarp gamintojo ir vartotojo iš dalies jau dabar koreguoja franšizės sutarties išimtinį pobūdį, ypač teritorijos atžvilgiu.

IŠVADOS

Pirma, franšizės sutartis suponuoja didelę franšizės gavėjo priklausomybę nuo franšizės davėjo; tačiau franšizės gavėjas veikia savo vardu ir savo rizika. Franšizės sutartis yra sudėtingas teisinis mechanizmas, kurio tobulinimas vyksta tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Franšizės davėjas yra bendradarbiavimo skolininkas franšizės gavėjo, kuris yra dviejų rūšių franšizės mokesčio kreditorius. Licencinė sutartis, atstovavimo ir pirkimo–pardavimo santykių elementai sudaro bendrą franšizės sutarties visumą. Galutinės kainos nustatymas yra franšizės gavėjo teisėta prerogatyva, atsižvelgiant į franšizės davėjo rekomendacijas.

Antra, franšizės sutarties šalys turi būti teisiškai nepriklausomos. Tačiau ekonominė šalių nepriklausomybė yra diskutuotinas klausimas ir vertintinas kiekvienu atveju konkrečiai, bet egzistuoja bendra taisyklė, kad franšizės gavėjas yra vertikaliai integruotas platintojas.

Trečia, praktinė patirtis (*know-how*), franšizės davėjo ir franšizės gavėjo teisiniai santykiai plėtojant internetinę prekybą suponuoja naujų teisinių problemų, ypač nagrinėjant franšizės sutarties išimtinį pobūdį teritorijos atžvilgiu. Franšizės sutartis franšizės gavėjui suponuoja palyginti mažą laisvę veikti rinkoje; franšizės gavėjas yra franšizės davėjo prekybos politikos vykdytojas.

Ketvirta, konkurencijos teisė žengė naują etapą vertindama franšizės sutartį, naujame Reglamente Europos Komisija nebesiima formalaus, bet *ekonominio* šios sutarties vertinimo. Šiuo keliu turi žengti ir nacionalinės teisės sistemos. Vien tik teisinė franšizės sutarties analizė yra nepakankama ir neatskleidžia šios sutarties prigimties.

³⁹ International Copyright Symposium Journal 1969 No. 1 p. 56.

LITERATŪRA

1. Interaktyvus : <http://www.oecd.org/dataoecd/34/53/1920326.pdf> (prisijungimo data 2007-04-23).
2. Martijn Willem HESSELINK, *Principles of European Law. Commercial agency, franchise and distribution contracts* (PEL CAFDC), Vol. 3, Sellier. European Law, 2006.
3. Generosa Bras Miranda // *Contrat de franchise Internationale en droit québécois* (1998).
4. Massimo Bianca, Stefan Grundmann. *The EU Sales Directive: Commentary*. Intersentia. 2002 p. 139. Šioje knygoje nagrinėjama Directive 1999/44/EC of the European Parliament and the Council of 25 May 1999 on Certain Aspects of the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees.
5. Gniechwitz, Christoffer: Commission Regulation (EC) No 2790/1999 – The European Commission's Block Exemption for Vertical Agreements // *Macquarie J. Bus. L.* 73 (2004).
6. Dominique VOILLEMOT: *Franchising: France*, *International Business Lawyer* Nr. 16, 1988.
7. Harold BROWN: *Franchising: Realities and Remedies*, *ALM Law Business Law Journal Press*, 1981.
8. Andrew J. SHERMAN: *Franchising & Licensing Two Powerful Ways to Grow Your Business in Any Economy*. AMACOM Div American Mgmt, 2004.
9. Floris O. W. Vogelaar, Julien Stuyck, *Competition Law in the EU and the Netherlands: A Practical Guide*, Kluwer, 2000.
10. *Crossick, Stanley A; Mendelsohn, Martin* Franchising in Europe: Consequences of Pronuptia // No. 14 *International Business Lawyer* (1986).

Zigmas GARALEVIČIUS LL.M

Doctorant en droit des affaires

Panthéon Assas (Paris2) Université

CONTRAT DE FRANCHISAGE: DE L'ANALYSE JURIDIQUE VERS L'ANALYSE ECONOMIQUE ?

Résumé

Contrat de franchise est un moyen de la distribution des marchandises de point de vue juridique d'une part très simple, d'autre part très complexe. Simplicité de contrat franchise en tant que technique contractuelle repose sur le fait que le contrat de franchise est régi par le code civil lituanien où nous trouvons entre autre des clauses contractuelles *ad exemplum*. Tandis que la complexité du contrat de franchise est double. *Primo*, droit de la concurrence européen bien que lituanien constituent droit commun de la distribution ; le contrat de franchise est soumis à ce dernier. Par conséquent le contrat de franchise ne fait uniquement l'objet de droit civil en tant que tel. *Secundo*, contrat de franchise est un moyen de commerce international *par excellence* à cause de sa logique même, mais en Lituanie ce moyen relativement n'est pas fréquent ; en plus la jurisprudence par rapport au contrat de franchise n'existe guère. Le point de départ de cet article est la connaissance de la situation sur les systèmes de la distribution en droit de la concurrence. Pour lesdites raisons l'article a deux sections : les parties de contrat de franchise ; les éléments de contrat de franchise. D'une part la nature juridique des parties suppose *inter* indépendance : franchiseur et franchisé. D'autre part analyse économique met en question l'indépendance du franchisé par rapport au franchiseur. En réalité le franchisé est un distributeur verticalement intégré en franchiseur, sauf l'interdiction de la fixation du prix de la vente finale assouplit ladite intégration verticale. Donc, l'applicabilité d'une part de droit civil et d'autre part de droit de la concurrence national bien que européen suppose que le contrat de franchise ne soit pas compréhensible uniquement en tant que technique juridique si l'analyse économique n'est pas prise en compte.

Straipsnis redakcijai įteiktas 2007 m. balandžio 17 d.