

Umowa Franczyzy

Umowa franczyzy - należy do kategorii tzw. **umów nienazwanych**, co oznacza że nie istnieją żadne przepisy prawa które regulowałyby obowiązkową zawartość takiej umowy i wskazywały, które z jej postanowień mają charakter na tyle istotny, że nie mogą być dowolnie przez strony modyfikowane, a które mogą być przez nie dowolnie zmieniane. Dopuszczalność zawierania umowy franchisingu (podobnie jak kiedyś leasingu) w polskim prawie wynika z tzw. zasady swobody zawierania umów sformułowanej w art. 353 za znacznikiem 1 kodeksu cywilnego, zgodnie z którym "strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego".

W odniesieniu do umowy franczyzy stosuje się wszystkie generalne zasady dotyczące zawierania umów zawarte przepisach kodeksu, a dotyczących np. sposobu zawarcia umowy, jej formy, wad oświadczeń woli (art. 56-116 kodeksu cywilnego), a także przepisy dotyczące zobowiązań, w tym zwłaszcza wykonania bądź niewykonania zobowiązań (art. 353-396 kodeksu cywilnego).

Umowa franchisingu ma charakter umowy mieszanej, tzn. takiej, która zawiera w sobie elementy innych umów nazwanych jak np. umowa sprzedaży, dzierżawy czy najmu. Można zatem sięgnąć do odpowiednich przepisów kodeksu cywilnego regulujących te umowy, ale tylko posiłkowo, ponieważ nie mają one charakteru bezwzględnie obowiązującego w stosunku do umowy franchisingu.

Definicje prawne

Definicja przyjęta przez Międzynarodową Izbę Handlową w Paryżu jako *know-how* określa całokształt wiadomości, czyli fachowej wiedzy oraz doświadczeń w zakresie technologii i procesu produkcyjnego dla określonego wyrobu lub usługi.

W prawie Unii Europejskiej definicja *know-how* zawarta jest w Rozporządzeniu Komisji (UE) Nr 316/2014 z dnia 21 marca 2014 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień o transferze technologii. Stanowi ona, że *know-how* oznacza pakiet informacji praktycznych, wynikających z doświadczenia i badań, które są:

- **niejawne, czyli nie są powszechnie znane lub łatwo dostępne;**
- **istotne, czyli ważne i użyteczne z punktu widzenia wytwarzania produktów objętych umową; oraz**
- **zidentyfikowane, czyli opisane w wystarczająco zrozumiały sposób, aby można było sprawdzić, czy spełniają kryteria niejawności i istotności**

Umowa *know-how* upoważnia do korzystania z określonych praw podmiotowych. Jedna ze stron (przekazujący, dostawca, udzielający) zobowiązuje się do przekazania drugiej (zamawiającemu, odbiorcy) wiedzy technicznej lub organizacyjnej o charakterze poufnym lub tajnym, bezpośrednio użytecznej w działalności gospodarczej w zakresie określonym w umowie.

Cechy charakterystyczne:

- przedmiotem umowy jest obrót wiedzą techniczną o poufnym charakterze,
- dotyczy jedynie dóbr niematerialnych,
- nie przenosi praw majątkowych,
- w prawie polskim jest to umowa nienazwana – możliwość jej zawarcia wynika z zasady swobody (art. 3531 kodeksu cywilnego),
- jest umową odpłatną, wzajemną, dwustronnie zobowiązującą.

Dobrami chronionymi umową *know-how* mogą być np:

- nieopatentowane wynalazki,
- niezarejestrowane wzory użytkowe,

- informacje techniczne dot. stosowania patentów lub wzorów użytkowych,
- doświadczenie administracyjne i organizacyjne związane z własnością przemysłową.

W związku z tym umowa ta może stanowić uzupełnienie ochrony przewidzianej prawem na dobrach niematerialnych (własność przemysłowa: patenty, wzory użytkowe, także takie, które nie posiadają zdolności patentowej)

Prawa i obowiązki stron

Udzielający *know-how* ma obowiązek:

- udostępnić wiadomości będące przedmiotem umowy,
- umożliwić korzystanie z przedmiotu umowy (dostarczenie odpowiedniej dokumentacji technicznej, przeszkolenie specjalistów kontrahenta, montaż urządzeń itp.).

Odbiorca *know-how* ma obowiązek:

- utrzymać wiadomości w tajemnicy,
- wypłacić wynagrodzenie za korzystanie z przedmiotu umowy,

może zostać też nałożony obowiązek udzielenia gwarancji zabezpieczenia lub zapewnień, co do wartości i efektów ekonomicznych *know-how*.

Polskie akty prawne: Ze względu na przedmiot umowy franczyzy istotne znaczenie mogą mieć następujące przepisy prawa polskiego:

1. Przepisy o firmie wprowadzone do art. 43 (ze znaczkami 1-10) kodeksu cywilnego w dniu 25 września 2003 r. na mocy ustawy z dnia 14 lutego 2003 o zmianie ustawy – Kodeks Cywilny oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2003 nr 49, poz. 408). Ustawa ta uchyliła przepisy o firmie zawarte w utrzymanych w mocy przepisach kodeksu handlowego. W związku z tym obecnie kwestia firmy przedsiębiorcy regulowana jest w kodeksie cywilnym, a w stosunku do spółek również w kodeksie spółek handlowych;
2. Ustawa Prawo własności przemysłowej oraz wydane na jej podstawie rozporządzenia dotyczące korzystania ze znaku towarowego, ochrony tego znaku towarowego itp.;
3. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w zakresie obowiązku zachowania tajemnicy przedsiębiorstwa, właściwego oznaczenia przedsiębiorstwa i towarów, nie utrudniania dostępu do rynku itp.;
4. Rozporządzenie Rady Ministrów z 30 marca 2011 r. (Dz. U. 2011, nr 81, poz. 441) w sprawie wyłączenia niektórych rodzajów porozumień wertykalnych spod zakazu porozumień ograniczających konkurencję.
5. Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych.