

Extinderea prin franciză



Adrian IORDACHE
Partner, Eversheds Lima & Guia

PROBLEMA PE CARE ȘI-O PUNE ORICE ANTREPRENOR DE SUCCES DIN ZONA HOTELIERĂ ȘI DE RESTAURANT ESTE ACEEA DE A GĂSI CALEA OPTIMĂ PENTRU EXTINDERE. EXISTĂ CÂTEVA OPȚIUNI LA DISPOZIȚIA ACESTUIA: FIE PRIN MULTIPLICAREA EFECTIVĂ A AFACERII – PRIN ÎNFIINȚAREA DE SOCIETĂȚI NOI, INDEPENDENTE, SAU PRIN ÎNFIINȚAREA DE SOCIETĂȚI NOI ȘI PUNEREA ACESTORA SUB CONTROL CENTRALIZAT LA NIVEL DE HOLDING, ÎN DIVERSE GRADE DE INTEGRARE, FIE PRIN DIVIZAREA AFACERII „MAMĂ” ÎN FILIALE REGIONALE.

metodă consacrată global este exploatarea la maxim a know-how-ului câștigat în construirea primei afaceri, cu minimum de risc la nivel operațional și financiar. Este vorba de extinderea în regim de franciză.

În România există norme care oferă un cadru general încheierii de contracte de franciză (Ordonanța Guvernului nr. 52/1997 republicată), care conferă un statut recunoscut know-how-ului deținut de antreprenor, oferind un cadru legal schimbului de informații și obligațiilor reciproce între francizor și beneficiar.

La modul cel mai general, franciza este un sistem de comercializare bazat pe o colaborare continuă între persoane fizice sau juridice, independente din punct de vedere financiar, prin care francizorul acordă beneficiarului selecționat, și care aderă la principiul omogenității rețelei de franciză, așa cum este ea definită de către francizor, dreptul de a utiliza un know-how și de a exploata sau de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu, contra unui pachet remunerativ ce poate include o taxă de intrare în rețeaua de franciză, redevențe, precum și taxe de exclusivitate teritorială.

Know-how-ul este ansamblul formulelor, definițiilor tehnice, documentelor, desenelor și modelelor, rețelelor, procedeele și al altor elemente analoage, care servesc la fabricarea și comercializarea unui produs.

Juridic, franciza este o structură contractuală ce poate comporta diverse grade de complexitate. Acest ansamblu de raporturi contractuale poate fi combinat inclusiv cu implicarea francizorului în acționariatul beneficiarului, cu implicarea sa în structurile decizionale ale beneficiarului,



sau cu constituirea de drepturi de preempțiune la cumpărarea afacerii beneficiarului, dacă interesul menținerii sau dezvoltării rețelei de franciză necesită recunoașterea acestui drept.

În forma cea mai simplă, structura implică un contract de franciză, precum și contracte conexe privitoare la elementele de know-how protejate ca drept de proprietate intelectuală (spre exemplu, utilizarea mărcilor înregistrate deținute de către francizor).



Legea impune obligații de informare ce cad în sarcina francizorului, ce includ, printre altele, oferirea de informații cu privire la experiența dobândită, condițiile financiare ale contractului, elemente ce permit beneficiarului să facă proiecții financiare și aria exclusivității acordate.

Pentru a fi recunoscut ca atare de lege, francizorul trebuie să fi deținut și exploatat o activitate comercială, pe o anumită perioadă, anterior lansării francizei și trebuie, evident, să fie proprietarul drepturilor de proprietate intelectuală licențiate și să asigure beneficiarilor săi o pregătire inițială,

precum și asistența comercială și tehnică (dacă e aplicabil) pe toată durata contractului.

Pe de altă parte, beneficiarul trebuie să dezvolte rețeaua de franciză și să mențină identitatea sa comună, precum și reputația acesteia, trebuie să furnizeze informații complete despre performanțele sale financiare și să nu divulge terților know-how-ul primit de la francizor, atât pe perioada contractului de franciză, cât și ulterior.

Important este, de asemenea, că francizorul are dreptul de a introduce o clauză de neconcurență și confidențialitate, astfel încât să nu permită beneficiarului să divulge informații despre afacere, cât și interzicerea utilizării know-how-ului de către o rețea concurentă, chiar și după încheierea relațiilor contractuale.

În final, legea recunoaște dreptul preeminent al francizorului de a controla respectarea de către beneficiar a tuturor elementelor constitutive ale mărcii, simbol al identității și al renumelui rețelei de franciză.

www.eversheds.ro

Gestiune stocuri

- creare rețete și calculare consum în baza rețetelor;
- generare NIR-uri în baza intrărilor efectuate;
- lucru cu un număr nelimitat de depozite;
- posibilitatea efectuării de inventare și calcul diferențe scriptic/faptic;
- generare rapoarte cu privire la rulajul de marfuri cantitativ și valoric;
- analiza furnizori și clienți;
- generare necesar de materii prime și planificare evenimente.

Vanzari restaurant

- calculatoare touchscreen de ultima generație, imprimante termice ultrarapide, preluare comenzi de pe palmuri;
- control și monitorizare în timp real a activității restaurantului;
- rapoarte NELIMITATE;
- eficientizare costuri și sporire productivitate;
- analiza vânzări;
- posibilitati de reduceri sau adaosuri complexe
- interfața intuitivă și prietenoasă;
- posibilitate conectare la diverse aparate fiscale.

Gestiune hotel

- modul de rezervări, inclusiv online;
- generare tarife pentru grupuri de persoane, agenții, etc.
- baze de date ale clienților, istoric cazări clienți;
- programări evenimente;
- legătura cu programul de restaurant;
- rapoarte financiare, control și monitorizare în timp real a activității;
- emiteri facturi fiscale, de avans, proforme, lista facturi emise;
- interfața cu centrale telefonice, sisteme de yale, internet, cablu TV etc.

