

Wtorek, 12 września 2017 r.

P8\_TA(2017)0322

## Funkcjonowanie franczyzy w branży detalicznej

### Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 12 września 2017 r. w sprawie funkcjonowania franczyzy w branży detalicznej (2016/2244(INI))

(2018/C 337/02)

Parlament Europejski,

- uwzględniając swoją rezolucję z dnia 11 grudnia 2013 r. w sprawie europejskiego planu działania na rzecz sektora detalicznego przynoszącego korzyści wszystkim stronom <sup>(1)</sup>, a szczególnie jej ustęp 29,
  - uwzględniając swoją rezolucję z dnia 7 czerwca 2016 r. w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w łańcuchu dostaw żywności <sup>(2)</sup>,
  - uwzględniając zleczone przez komisję IMCO studium z kwietnia 2016 r. dotyczące franczyzy <sup>(3)</sup>,
  - uwzględniając zleczone przez komisję IMCO studium z września 2016 r. zatytułowane „Perspektywa prawna ram regulacyjnych i wyzwania stojące przed francyzami w UE” <sup>(4)</sup>,
  - uwzględniając opracowanie zatytułowane „Przyszłe warianty polityki dotyczącej franczyzy w UE: przeciw nieuczciwym praktykom handlowym” <sup>(5)</sup>,
  - uwzględniając warsztat zatytułowany „Relacje między francyzodawcą i francyzobiorcą: ramy regulacyjne i bieżące wyzwania” zorganizowany dla komisji IMCO dnia 12 lipca 2016 r.;
  - uwzględniając art. 52 Regulaminu,
  - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rynku Wewnętrznego i Ochrony Konsumentów oraz opinię Komisji Gospodarczej i Monetarnej (A8-0199/2017),
- A. mając na uwadze, że brakuje wspólnej europejskiej definicji franczyzy oraz że umowy franczyzy mają różne formy w różnych branżach, ale że jedną z głównych cech stosunku umownego jest partnerstwo między niezależnymi od siebie pod względem prawnym i finansowym przedsiębiorcami bądź osobami fizycznymi lub prawnymi, w którym jedna strona (francyzodawca) udziela drugiej stronie (francyzobiorcy) prawa do użytkowania jej formuły francyzowej, nazwy i znaków towarowych oraz dzieli się z nią wiedzą fachową, z wykorzystaniem wiedzy i pomocy techniczno-organizacyjnej francyzodawcy przez okres obowiązywania umowy, przy czym klienci polegają na jednolitości systemu francyzowego, a celem zarówno francyzodawcy, jak i francyzobiorcy jest umożliwienie szybkiej ekspansji rynkowej w ramach ograniczonych inwestycji oraz zapewnienie większej szansy na odniesienie sukcesu;
- B. mając na uwadze, że w swojej rezolucji z dnia 11 grudnia 2013 r. Parlament przychylnie odniósł się do franczyzy, uznając ją za model biznesowy, który wspiera nowe firmy i prowadzenie małych firm, lecz zwrócił uwagę, że w niektórych przypadkach warunki umów są nieuczciwe oraz zaapelował o przejrzyste i uczciwe warunki umów; ponadto rezolucja w szczególności zwróciła uwagę Komisji i państw członkowskich na problemy, jakich doświadczają francyzobiorcy, którzy chcą sprzedać swoje przedsiębiorstwa lub zmienić formułę biznesową, kontynuując jednocześnie aktywność w danym sektorze oraz zawierała apel do Komisji o zbadanie zakazu mechanizmów narzucania cen w systemach francyzowych oraz skutków długoterminowych klauzul o konkurencji, opcji kupna i zakazu multifranchisingu;

<sup>(1)</sup> Dz.U. C 468 z 15.12.2016, s. 140.

<sup>(2)</sup> Teksty przyjęte, P8\_TA(2016)0250.

<sup>(3)</sup> IP/A/IMCO/2015-05, PE 578.978

<sup>(4)</sup> IP/A/IMCO/2016-08, PE 587.317

<sup>(5)</sup> PE 587.325

Wtorek, 12 września 2017 r.

- C. mając na uwadze, że franczyza jest modelem biznesowym, który ma pełny potencjał, aby przyczynić się do ukończenia tworzenia jednolitego rynku w sektorze detalicznym, ponieważ może stanowić wygodny sposób na stworzenie przedsiębiorstwa w ramach wspólnej inwestycji francyzodawcy i francyzobiorcy; jest w związku z tym rozczarowany, że obecnie franczyza osiąga słabe wyniki w UE – stanowi jedynie 1,89 % PKB, w porównaniu z 5,95 % w USA i 10,83 % w Australii, a 83,5 % obrotów z franczyzy skoncentrowanych jest zaledwie w siedmiu państwach członkowskich <sup>(1)</sup>, dlatego ważne jest zachęcanie do szerszego upowszechniania tego modelu biznesowego w całej UE;
- D. mając na uwadze, że franczyza ma znaczny potencjalny wymiar transgraniczny, posiada znaczenie z punktu widzenia funkcjonowania rynku wewnętrznego i może zatem prowadzić do powstawania miejsc pracy, MŚP i rozwoju przedsiębiorczości, a także nabywania nowych zdolności i umiejętności;
- E. mając na uwadze, że obowiązujące przepisy dotyczące franczyzy jako modelu biznesowego znacznie się różnią między państwami członkowskimi, co stwarza bariery techniczne, które mogą zniechęcać zarówno francyzodawców, jak i francyzobiorców do rozszerzania ich działalności za granicę; mając na uwadze, że może to mieć z kolei wpływ na konsumentów ze względu na ograniczenie ich wyboru;
- F. mając na uwadze, że istnieją różnice między francyzami „twardymi” i „miękkimi” w zależności od warunków umowy francyzowej; ponadto alternatywne modele biznesowe, takie jak „grupa niezależnych sprzedawców detalicznych” mają własną specyfikę i przepisy regulujące franczyzy powinny dotyczyć ich tylko w takim stopniu, w jakim spełniają definicję franczyzy;
- G. mając na uwadze, że brakuje informacji dotyczących funkcjonowania franczyzy w różnych sektorach, ponieważ odpowiednie informacje nie są zapisywane lub często można je znaleźć tylko w poufnych – a więc niedostępnych publicznie – aneksach towarzyszących umowom francyzowym, a na poziomie unijnym nie istnieje mechanizm gromadzenia informacji na temat potencjalnie nieuczciwych warunków umownych lub nieuczciwego wykonywania umów, dlatego potrzebna jest platforma zawierająca te istotne informacje, aby zapewniać francyzodawcom i francyzobiorcom lepszą świadomość ich obowiązków i praw;
- H. mając na uwadze, że handel elektroniczny rozwija się i jest w coraz większym stopniu wykorzystywany przez konsumentów i z tego względu ten aspekt powinien być lepiej odzwierciedlany w umowach francyzowych; mając na uwadze, że w kontekście budowania jednolitego rynku cyfrowego należy w związku z tym zwrócić szczególną uwagę na napięcia rodzące się między francyzodawcami i francyzobiorcami odniesieniu do handlu elektronicznego, na przykład jeśli chodzi o sytuacje, gdy na pewnym obszarze geograficznym francyzobiorca ma prawo wyłączności, oraz o rosnące znacznie danych konsumentów dla powodzenia francyzowego modelu biznesowego, w szczególności biorąc pod uwagę, że umowy francyzowe nie zawierają przepisów dotyczących tych zagadnień, pozostawiając pole dla niepotrzebnej niepewności i konfliktów;
- I. mając na uwadze, że Komisja zdefiniowała nieuczciwe praktyki handlowe jako „praktyki, które rażąco odbiegają od dobrego postępowania handlowego oraz są sprzeczne z zasadą dobrej wiary i uczciwego obrotu i są jednostronnie stosowane przez jednego partnera handlowego wobec jego kontrahenta” <sup>(2)</sup>;
1. uważa, że franczyza może odgrywać istotną rolę w budowaniu jednolitego rynku w sektorze detalicznym, biorąc pod uwagę, że obecnie jest w niedostatecznym stopniu wykorzystywana w UE w porównaniu z innymi gospodarkami rozwiniętymi;
  2. uważa za istotne, aby państwa członkowskie skutecznie zwalczały nieuczciwe praktyki handlowe w dziedzinie franczyzy, ale stwierdza, że wciąż istnieją znaczne rozbieżności i różnice między państwami członkowskimi w tym aspekcie; uważa zatem za istotne, aby wprowadzono jednolite wytyczne o charakterze nieustawodawczym, odzwierciedlające najlepsze praktyki funkcjonowania franczyzy w sektorze detalicznym;
  3. wzywa Komisję do opracowania wytycznych dotyczących umów francyzowych, aby lepiej ukształtować ich otoczenie normatywne, przy jednoczesnym zapewnieniu egzekwowania przestrzegania praw pracowniczych i wysokiej jakości usług na godziwym poziomie;

<sup>(1)</sup> Zlecone przez komisję IMCO studium z września 2016 r. zatytułowane „Perspektywa prawna ram regulacyjnych i wyzwania stojące przed francyzami w UE”.

<sup>(2)</sup> „Zwalczanie nieuczciwych praktyk handlowych w ramach łańcucha dostaw produktów spożywczych, realizowanych między przedsiębiorstwami”, COM(2014)0472.

**Wtorek, 12 września 2017 r.**

4. uważa, że biorąc pod uwagę silny komponent transgraniczny we franczyzie, zalecane jest przyjęcie jednolitego podejścia do korygowania nieuczciwych praktyk handlowych na szczeblu UE;
5. przyznaje, że na szczeblu krajowym wprowadzono przepisy mające na celu ochronę francyzobiorców, jednak z naciskiem na etap przedumowny, aby nałożyć na francyzodawcę obowiązek ujawniania informacji; ubolewa, że systemy krajowe nie zapewniły skutecznych mechanizmów egzekwowania gwarantujących kontynuację stosunku franczyzy;
6. stwierdza, że francyzobiorcy są często słabszą stroną umowy, zwłaszcza gdy są MŚP, ponieważ przeważnie to francyzodawca rozwija formułę francyzową, a francyzobiorcy są zazwyczaj słabsi finansowo i w konsekwencji słabiej poinformowani niż francyzodawcy, więc w znacznym stopniu polegają na wiedzy eksperckiej francyzodawcy; podkreśla fakt, że systemy francyzowe są w dużym stopniu uzależnione od sprawnej współpracy między francyzodawcą a francyzobiorcą, uwzględniając fakt, że funkcjonowanie systemu francyzowego zależy od jego właściwego stosowania przez wszystkie strony;
7. przypomina, że franczyza jest stosunkiem umownym między dwoma prawnie niezależnymi przedsiębiorstwami;
8. podkreśla, że rozporządzenie powinno doprowadzić do utrzymania i zwiększenia zaufania rynku do franczyzy jako sposobu prowadzenia działalności, ponieważ jest to zachęta do przedsiębiorczości nie tylko dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które stają się francyzodawcami, lecz również dla osób fizycznych, które stają się francyzobiorcami;
9. stwierdza, że francyzodawcy zorganizowali reprezentację swoich interesów zarówno na poziomie krajowym, jak i europejskim, podczas gdy francyzobiorcom często brakuje organizacji ich reprezentujących, które broniłyby ich wspólnych interesów, i nadal prowadzą działalność głównie indywidualnie;
10. wzywa Komisję i państwa członkowskie, by zachęciły francyzodawców, francyzobiorców i decydentów do dialogu, promowały tworzenie stowarzyszeń reprezentujących francyzobiorców i zapewniły, aby ich głos był słyszalny za każdym razem, gdy przygotowana jest polityka lub przepisy, które mogą ich dotyczyć, w celu zapewnienia bardziej wyważonej reprezentacji stron, a jednocześnie podkreśla, że członkostwo w tych organizacjach powinno pozostać dobrowolne;
11. podkreśla, że wciąż brakuje informacji dotyczących funkcjonowania franczyzy w sektorze detalicznym, i apeluje do państw członkowskich o wyznaczenie, we współpracy z Komisją, punktów kontaktowych w celu uzyskania, o ile to możliwe, informacji na temat problemów, z którymi borykają się francyzodawcy i francyzobiorcy, i wzywa Komisję do usprawnienia gromadzenia informacji na szczeblu UE, na podstawie, m.in., danych zebranych przez punkty kontaktowe, przy jednoczesnej gwarancji poufności uzyskanych w ten sposób informacji;
12. wzywa Komisję, by zbadała funkcjonowanie franczyzy w sektorze detalicznym, w tym występowanie nieuczciwych warunków umownych i innych nieuczciwych praktyk handlowych, i by wymogła na Eurostacie, aby zwrócił uwagę na ten model podczas gromadzenia informacji o tym sektorze, bez stwarzania dodatkowych obciążeń administracyjnych lub innych dla przedsiębiorców;
13. odnotowuje istnienie Europejskiego kodeksu etyki franczyzy opracowanego przez Europejską Federację Franczyzy, jako potencjalnego skutecznego instrumentu promowania najlepszych praktyk w sektorze franczyzy na zasadzie samoregulacji, lecz zauważa również, że kodeks spotkał się z ostrą krytyką ze strony francyzobiorców, którzy wskazali m. in. na fakt, że zawierał on o wiele mocniejsze sformułowania dotyczące zobowiązań francyzodawców przed zmianami kodeksu w 2016 r.; zachęca francyzodawców i francyzobiorców do zapewnienia zrównoważonej i sprawiedliwej reprezentacji obu stron, aby znaleźć odpowiednie rozwiązanie;
14. ubolewa jednak nad faktem, że kodeks obejmuje jedynie niewielką mniejszość francyz działających w UE, ponieważ większość francyz nie należy ani do Europejskiej Federacji Franczyzy, ani do krajowych stowarzyszeń, które go przyjęły, a kilka państw członkowskich nie posiada krajowych stowarzyszeń franczyzy;
15. zauważa, że istnieją obawy związane z brakiem niezależnego mechanizmu egzekwowania przepisów towarzyszącego europejskiemu kodeksowi etyki i odnotowuje, że w niektórych państwach członkowskich brak niezależnego egzekwowania przepisów sprawił, że wprowadzono ustawodawstwo zapobiegające nieuczciwym praktykom handlowym we francyzach i mierzące się z tym problemem;
16. przypomina, że kodeks etyki jest zestawem zasad zaakceptowanych przez francyzodawców w uzupełnieniu do zasad wymaganych na mocy prawa; uważa, że kodeks etyki powinien zawsze pozostać wartością dodaną dla każdego, kto chce przestrzegać tych zasad;

Wtorek, 12 września 2017 r.

17. uważa, że należy ocenić skuteczność ram samoregulacyjnych i unijnej inicjatywy dotyczącej łańcucha dostaw, ponieważ członkostwo w krajowych stowarzyszeniach franczyzowych stanowi warunek wstępny udziału w tej inicjatywie;

18. stwierdza, że umowy franczyzowe powinny w pełni przestrzegać zasad zrównoważonego partnerstwa, zgodnie z którym franczyzodawca i franczyzobiorca muszą postępować rozsądnie i uczciwie względem drugiej strony oraz rozpatrywać skargi i rozwiązywać konflikty w drodze szczerzej, przejrzystej, rozsądnej i bezpośredniej komunikacji;

19. wzywa państwa członkowskie do przekazywania Komisji skarg i innych istotnych informacji otrzymywanych przez nie za pośrednictwem punktu kontaktowego lub inną drogą; wzywa Komisję do opracowania otwartego wykazu nieuczciwych warunków i praktyk umownych w oparciu o te informacje, opublikowania go i udostępnienia wszystkim zainteresowanym stronom; apeluje ponadto do Komisji o stworzenie platformy przeznaczony dla ekspertów, aby otrzymywać dalsze informacje o funkcjonowaniu franczyzy w branży detalicznej, w szczególności o rodzajach nieuczciwych praktyk handlowych;

20. wskazuje szczególnie na potrzebę konkretnych zasad, które zapewnią równowagę praw i obowiązków umownych poszczególnych stron, takich jak prawidłowe i kompleksowe informacje przedumowne, w tym dostępne na piśmie i odpowiednio wcześniej przed zawarciem umowy informacje o wynikach formuły franczyzowej – zarówno ogólne, jak i szczegółowe dotyczące zamierzonego miejsca prowadzenia działalności przez franczyzobiorcę – oraz jasne ograniczenia dotyczące wymogów poufności, oraz wprowadzenie, w stosownych przypadkach, okresu odstąpienia po zawarciu umowy; podkreśla także konieczność ciągłej pomocy handlowej i technicznej ze strony franczyzodawcy dla franczyzobiorcy w okresie obowiązywania umowy, w razie potrzeby;

21. podkreśla potrzebę specjalistycznego szkolenia początkowego, w razie konieczności, i odpowiednich wskazówek oraz informacji dla franczyzobiorcy ze strony franczyzodawcy podczas obowiązywania umowy;

22. przypomina, że franczyzobiorcy mają obowiązek dołożenia wszelkich starań, by przedsiębiorstwo franczyzowe mogło się rozwijać i utrzymywać wspólną tożsamość i reputację sieci franczyzowej, a także mają obowiązek lojalnej współpracy w tym celu ze wszystkimi partnerami w sieci i poszanowania przynależących do formuły franczyzowej praw własności intelektualnej, przemysłowej, a także prawa ochrony konkurencji;

23. dodaje jednak, że czasem franczyzodawcy wymagają, by franczyzobiorcy kupowali produkty i usługi niezwiązane z formułą franczyzową; uważa, że tego typu wymagania nie powinny być postrzegane jako obowiązek franczyzobiorcy związany z utrzymywaniem wspólnej tożsamości i reputacji sieci franczyzowej, lecz mogą łatwo stać się nieuczciwą praktyką handlową;

24. podkreśla, że klauzule o zakazie konkurencji muszą być jasno sformułowane, rozsądne i proporcjonalne oraz nie powinny obowiązywać dłużej, niż jest to bezwzględnie konieczne, biorąc pod uwagę przede wszystkim ewentualną potrzebę zmiany formuły franczyzowej ze strony franczyzobiorców, jeżeli zmieni się ich otoczenie, a tym samym – popyt na produkty i usługi;

25. odnotowuje problemy dotyczące sprzedaży online, ponieważ taka sprzedaż stanowi coraz ważniejszą część franczyzowego modelu biznesowego, ale nie jest ujęta w tradycyjnych umowach franczyzowych, które nie biorą pod uwagę, jaki wpływ na zawarte w nich postanowienia może mieć sprzedaż internetowa; sugeruje w związku z tym włączenie przepisów dotyczących sprzedaży online do umów franczyzowych, w stosownych przypadkach, szczególnie w przypadkach, gdy brak jest równowagi między franczyzodawcą a franczyzobiorcą i kiedy franczyzobiorca jest MSP;

26. apeluje do Komisji o otwarcie publicznych konsultacji w celu uzyskania bezstronnych informacji na temat rzeczywistej sytuacji we franczyzie i sporządzenie projektu wytycznych o charakterze nieustawodawczym zawierających najlepsze praktyki funkcjonowania franczyzy w sektorze detalicznym, zwłaszcza najnowsze zmiany technologiczne i rynkowe, takie jak sprzedaż internetowa, i o przedłożenie ich Parlamentowi najpóźniej do stycznia 2018 r.; w związku z tym zachęca Komisję do przeanalizowania obecnych instrumentów samoregulacji oraz praktyk ustawodawczych w państwach członkowskich dotyczących franczyzy w sektorze detalicznym, a następnie przedstawienia swoich ustaleń Parlamentowi, w tym zaleceń co do dalszego rozwoju sektora franczyzy w UE;

Wtorek, 12 września 2017 r.

27. podkreśla, że Parlament powinien aktywnie uczestniczyć we wszystkich pracach nad franczyzą w branży detalicznej, w tym na etapie kształtowania rozporządzeń i dyrektyw dotyczących franczyzy w celu stworzenia bardziej spójnych i konsekwentnych ram regulacyjnych;

#### **Prawo konkurencji**

28. podkreśla, że rozporządzenie Komisji (UE) nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych<sup>(1)</sup> musi być jednolicie stosowane w państwach członkowskich oraz ubolewa, że brak jest informacji o jego stosowaniu;

29. jest zdania, że Komisja powinna sprawdzić, czy niejedolite stosowanie tego rozporządzenia w państwach członkowskich osłabia jego skuteczność i czy jest ono zgodne ze zmianami zachodzącymi ostatnio na rynku, w szczególności w odniesieniu do wyłączonych klauzul dotyczących okresu po zakończeniu obowiązywania umowy i do warunków zakupu;

30. uważa, że Komisja powinna sprawdzić do jakiego stopnia stosowanie rozporządzenia można poprawić za pomocą mechanizmu oceny w ramach europejskiej sieci organów ds. konkurencji; podkreśla, że niespójne działania następcze ze strony Komisji uniemożliwiają prowadzenie transgranicznej działalności detalicznej i nie pozwalają na stworzenie równych warunków działania na jednolitym rynku;

31. jest zdania, że lepsze wdrażanie rozporządzenia na szczeblu krajowym usprawniłoby dystrybucję, zapewniłoby większy dostęp do rynku przedsiębiorcom z innych państw członkowskich, a także byłoby potencjalnie bardziej korzystne dla konsumentów końcowych;

32. jest zdania, że Komisja powinna również przeanalizować niezamierzony wpływ prawa konkurencji w każdym z państw członkowskich;

33. zachęca Komisję do rozpoczęcia konsultacji społecznych i poinformowania Parlamentu o adekwatności modelu, na którym opierać się ma przyszłe rozporządzenie o wyłączeniu grupowym;

34. wzywa również Komisję, aby dopilnowała zwrotu wszelkiej bezprawnej pomocy państwa w postaci przywilejów podatkowych w dziedzinie franczyzy oraz wykazała stanowczość w prowadzeniu toczących się postępowań wyjaśniających; podkreśla ponadto, że UE musi mieć surowsze przepisy w sprawie indywidualnych interpretacji prawa podatkowego, wzywa Komisję do korygowania wszelkich naruszeń w dziedzinie franczyzy w celu zapewnienia uczciwej konkurencji na jednolitym rynku;

35. wzywa Komisję do korygowania niedoskonałości rynku i do zagwarantowania skutecznego przeciwdziałania uchylaniu się od opodatkowania i unikaniu go w sektorze franczyzy;

36. wzywa Komisję do sprawdzenia konieczności przeglądu rozporządzenia i w tym kontekście do weryfikacji i poinformowania Parlamentu na temat: 1) oddziaływania podejścia horyzontalnego na funkcjonowanie franczyzy; 2) czy model franczyzy przyjęty w rozporządzeniu odzwierciedla rzeczywistość rynkową; 3) w jakim stopniu dozwolone ograniczenia wertykalne, tj. warunki, na jakich francyzobiorcy mogą nabywać, sprzedawać lub odsprzedawać niektóre towary lub usługi, są proporcjonalne i mają niekorzystne skutki dla rynku i konsumentów; 4) jakie nowe wyzwania stoją przed francyzodawcami i francyzobiorcami w związku z handlem elektronicznym i cyfryzacją ogółem; oraz 5) do zbierania danych rynkowych dotyczących nowych tendencji, zmian na rynku w zakresie organizacji sieci i postępu technicznego;

37. wzywa Komisję do rewizji przepisów dotyczących egzekwowania rozporządzenia przez państwa członkowskie, a przepisy dotyczące jego stosowania należałoby proporcjonalnie dostosować, tak aby spełniały one jego cele;

o

o o

38. zobowiązuje swojego przewodniczącego do przekazania niniejszej rezolucji Radzie i Komisji.

---

<sup>(1)</sup> Dz.U. L 102 z 23.4.2010, s.1.