|  |  |
| --- | --- |
| Evropski parlament2014-2019 |  |

**SPREJETA BESEDILA**

P8\_TA(2017)0322

Delovanje franšizinga v maloprodajnem sektorju

Odbor za notranji trg in varstvo potrošnikov

PE597.399

Resolucija Evropskega parlamenta z dne 12. septembra 2017 o delovanju franšizinga v maloprodajnem sektorju (2016/2244(INI))

*Evropski parlament*,

– ob upoštevanju svoje resolucije z dne 11. decembra 2013 o evropskem akcijskem načrtu za maloprodajni sektor v korist vseh udeležencev[[1]](#footnote-1), zlasti odstavka 29,

– ob upoštevanju svoje resolucije z dne 7. junija 2016 o nepoštenih trgovinskih praksah v verigi preskrbe s hrano[[2]](#footnote-2),

– ob upoštevanju študije iz aprila 2016 o franšizingu[[3]](#footnote-3), ki jo je naročil odbor IMCO,

– ob upoštevanju študije iz septembra 2016 o pravnem vidiku regulativnega okvira in izzivih franšizinga v EU[[4]](#footnote-4), ki jo je naročil odbor IMCO,

– ob upoštevanju predstavitve o prihodnjih možnostih politike na področju franšizinga v EU: obravnava nepoštenih trgovinskih praks[[5]](#footnote-5),

– ob upoštevanju delavnice o odnosih med franšizodajalci in franšizojemalci: regulativni okvir in trenutni izzivi, ki je bila pripravljena 12. julija 2016 za odbor IMCO,

– ob upoštevanju člena 52 Poslovnika,

– ob upoštevanju poročila Odbora za notranji trg in varstvo potrošnikov ter mnenja Odbora za ekonomske in monetarne zadeve (A8-0199/2017),

A. ker nimamo skupne evropske opredelitve za franšizing, franšizne pogodbe pa se razlikujejo med podjetji, a eden izmed ključnih elementov teh razmerij je pogodbeno partnerstvo, sklenjeno prostovoljno med podjetniki ali fizičnimi ali pravnimi osebami, ki so pravno in finančno neodvisni drug od drugega, pri tem pa ena pogodbena stranka (franšizodajalec) drugi (franšizojemalec) podeli pravico do uporabe svoje franšizne formule, imena in blagovne znamke ter deli strokovno znanje, ki temelji na tehničnem in organizacijskem znanju in podpori v času trajanja pogodbe, stranke se zanašajo na enotnost franšiznega sistema, namen franšizojemalca in franšizodajalca pa je omogočiti hitro osvajanje novih trgov z omejenimi naložbami in večjo možnostjo uspeha;

B. ker je Parlament v svoji resoluciji z dne 11. decembra 2013 pozdravil franšizing kot poslovni model, ki podpira lastništvo novih in malih podjetij, vendar je ugotovil, da so v določenih primerih pogodbeni pogoji nepošteni, in pozval k preglednim in poštenim pogodbenim pogojem; poleg tega je opozoril Komisijo in države članice predvsem na težave, s katerimi se srečujejo franšizojemalci, ki želijo prodati svoje podjetje ali spremeniti svojo poslovno formulo, a še naprej delovati v istem sektorju; zato je Komisijo pozval, naj preuči prepoved mehanizma za določanje cen v franšiznih sistemih ter učinke dolgoročnih konkurenčnih klavzul, možnosti odkupa in prepovedi franšiz za več proizvajalcev;

C. ker ima franšizing vse možnosti, da postane poslovni model, ki bi pripomogel k dokončanju enotnega trga v maloprodajnem sektorju, saj je lahko prikladen način za ustanavljanje podjetja z deljeno naložbo franšizodajalca in franšizojemalca; je zato razočaran, ker trenutno v EU ni zelo uspešen, saj predstavlja le 1,89 % BDP v primerjavi s 5,95 % v ZDA in 10,83 % v Avstraliji, s tem da se 83,5 % prometa franšizinga ustvari le v sedmih državah članicah[[6]](#footnote-6), zaradi česar je treba ta poslovni model spodbuditi po vsej EU;

D. ker ima franšizing velik potencial čezmejne razsežnosti, je pomemben za delovanje notranjega trga in lahko privede do ustvarjanja delovnih mest, razvoja malih in srednjih podjetij ter podjetništva, pa tudi pridobivanja novih sposobnosti in veščin;

E. ker se veljavna zakonodaja, ki zajema franšizing kot poslovni model, v državah članicah zelo razlikuje, to pa ustvarja tehnične ovire ter lahko franšizodajalce in franšizojemalce odvrača od širjenja dejavnosti prek meja; ker lahko to vpliva na končne uporabnike, saj omejuje njihovo izbiro;

F. ker obstajajo razlike med „trdim“ in „mehkim“ franšizingom, odvisno od pogojev v franšizni pogodbi; poleg tega imajo alternativni poslovni modeli, kot so skupine neodvisnih trgovcev na drobno, posebne značilnosti in bi morala za njih pravila franšizinga veljati le, če spadajo v opredelitev franšizinga;

G. ker v sektorjih ni zadosti informacij o delovanju franšizinga, saj pomembne informacije niso zapisane ali pa jih lahko pogosto najdemo le v spremnih pismih k franšiznim pogodbam, ki so zaupne, torej niso javne, na ravni EU pa ni mehanizma za zbiranje informacij o morebitnih nepoštenih pogodbenih pogojih ali nepoštenemu izvajanju pogodb, zato bi potrebovali platformo, ki bi vsebovala te pomembne informacije, da bi se franšizodajalci in franšizojemalci bolje zavedali svojih dolžnosti in pravic;

H. ker se e-trgovanje širi, potrošniki pa ga vse bolj uporabljajo, zaradi česar bi moralo biti bolje vključeno v franšizne pogodbe; ker bi bilo treba v okviru vzpostavitve enotnega digitalnega trga posebno pozornost nameniti napetostim, ki se pojavljajo med franšizodajalci in franšizojemalci na področju e-trgovanja, na primer v povezavi z izključno pravico franšizojemalca za specifično geografsko področje, ter vsem večjem pomenu podatkov o potrošnikih za uspeh franšiznih poslovnih modelov, zlasti ker franšizne pogodbe sedaj ne vsebujejo določb za ta področja, kar dopušča nepotrebno negotovost in spore;

I. ker je Komisija nepoštene trgovinske prakse opredelila kot prakse, ki močno odstopajo od dobrega poslovnega ravnanja, so v nasprotju z dobro vero in poštenim ravnanjem ter jih en trgovinski partner enostransko uvede proti drugemu trgovinskemu partnerju[[7]](#footnote-7);

1. meni, da bi imel lahko franšizing še pomembnejšo vlogo pri dokončanju enotnega trga v maloprodajnem sektorju, saj se ga v EU v primerjavi z drugimi razvitimi gospodarstvi ne uporablja zadosti;

2. meni, da morajo države članice sprejeti učinkovite ukrepe zoper nepoštene trgovinske prakse v franšizingu, a ugotavlja, da na tem področju obstajajo velika razhajanja in razlike med državami članicami; zato meni, da je treba nujno pripraviti nezakonodajne enotne smernice o delovanju franšizinga v maloprodajnem sektorju, ki bodo vključevale najboljše prakse;

3. poziva Komisijo, naj uvede smernice za franšizne pogodbe, da bi na tem področju zagotovila boljše normativno okolje, spoštovanje standardov dela ter dostojne in visokokakovostne storitve;

4. meni, da je glede na močno mejno komponento pri franšizingu priporočljiv enoten pristop do odprave nepoštenih trgovinskih praks na ravni EU;

5. priznava, da na nacionalni ravni že velja zakonodaja za zaščito franšizojemalcev, vendar se osredotoča na predpogodbeno fazo, zato da se franšizodajalcu naloži obveznost razkritja; obžaluje, da v nacionalnih sistemih ni mehanizmov izvrševanja, ki bi učinkovito zagotavljali nadaljevanje franšiznega razmerja;

6. poudarja, da so franšizojemalci pogosto šibkejša pogodbena stranka, zlasti kadar gre za mala in srednja podjetja, saj franšizno formulo ponavadi razvijejo franšizodajalci, franšizojemalci pa so običajno v primerjavi z njimi finančno šibkejši in lahko manj informirani, zaradi česar so odvisni od strokovnega znanja franšizodajalca; poudarja, da so franšizni sistemi močno odvisni od delujočega sodelovanja med franšizodajalcem in franšizojemalci, saj je franšizni sistem odvisen od dobrega izvajanja obeh strani;

7. opozarja, da je franšizing pogodbeno razmerje med dvema pravno neodvisnima podjetjema;

8. poudarja, da bi morali predpisi vzdrževati in povečati tržno zaupanje v franšizing kot način poslovanja, saj spodbuja podjetništvo v mikro, malih in srednjih podjetij, ki postanejo franšizodajalci, pa tudi pri posameznikih, ki postanejo franšizojemalci;

9. navaja, da so se franšizodajalci na področju zastopanja svojih interesov organizirali na nacionalni in evropski ravni, medtem ko franšizojemalci pogosto nimajo na razpolago predstavniških organizacij, ki bi ščitile njihove skupne interese, in večinoma še vedno delujejo individualno;

10. poziva Komisijo in države članice, naj spodbujajo dialog med franšizodajalci, franšizojemalci in odločevalci, da bi omogočile ustanovitev združenj, ki bi zastopala franšizojemalce; prav tako naj zagotovijo, da bodo pri pripravi politik ali zakonodaje, ki bi lahko vplivale nanje, upoštevale njihovo mnenje, da bi zagotovile enakopravnejšo zastopanost strank, članstvo v teh organizacijah pa bi ostalo neobvezno;

11. poudarja, da informacij o delovanju franšizinga v maloprodajnem sektorju ni, in poziva države članice, naj v sodelovanju s Komisijo določijo kontaktne točke za informacije o težavah, s katerimi se srečujejo franšizodajalci in franšizojemalci, kadar je to mogoče, in Komisijo poziva, naj izboljša zbiranje informacij na ravni EU, med drugim na podlagi informacij, pridobljenih od teh kontaktnih točk, hkrati pa naj zagotovi zaupnost tako pridobljenih podatkov;

12. poziva Komisijo, naj preuči delovanje franšizinga v maloprodajnem sektorju, tudi obstoj nepoštenih pogodbenih pogojev ali drugih primerov nepoštene trgovinske prakse, ter pozove Eurostat, naj bo pri zbiranju statističnih informacij o sektorju posebno pozoren na ta model, ne da bi pri tem podjetnikom naložil dodatna upravna ali druga bremena;

13. je seznanjen z evropskim etičnim kodeksom za franšizing, ki ga je razvila Evropska franšizna federacija in je lahko učinkovito orodje za spodbujanje najboljših praks v franšizingu na osnovi samoregulacije, a hkrati ugotavlja, da so franšizojemalci ostro skritizirali kodeks in med drugim poudarili dejstvo, da je kodeks pred pregledom leta 2016 določal strožje obveze za franšizodajalce; spodbuja franšizodajalce in franšizojemalce, naj zagotovijo uravnoteženo in pravično zastopanost obeh strani, da bi našli ustrezno rešitev;

14. vendar obžaluje, da kodeks zajema le omejeno manjšino franšiz, ki delujejo v EU, saj večina franšiz ni članica ne Evropske franšizne federacije ne nacionalnih združenj, ki so ga sprejela, nekatere države članice pa nimajo nacionalnih franšiznih združenj;

15. ugotavlja, da obstaja zaskrbljenost, ker evropskemu etičnemu kodeksu ni dodan neodvisen mehanizem izvrševanja, in ugotavlja, da so nekatere države članice zaradi pomanjkanja neodvisnega izvrševanja uvedle zakonodajo, ki preprečuje in obravnava nepošteno trgovinsko prakso v franšizingu;

16. spominja, da je etični kodeks sklop pravil, ki so jih franšizodajalci sprejeli dodatno k zakonsko predpisanim pravilom; meni, da bi moral biti etični kodeks vedno dodana vrednost za vsakogar, ki je pripravljen spoštovati ta pravila;

17. meni, da je treba oceniti učinkovitost samoregulativnega okvira in pobude EU za oskrbovalno verigo, saj je članstvo v nacionalnih združenjih franšiz pogoj za sodelovanje v pobudi;

18. meni, da bi morale franšizne pogodbe v celoti upoštevati načela uravnoteženega partnerstva, v katerem morata biti franšizodajalec in franšizojemalec razumna in poštena drug do drugega in reševati pritožbe in spore prek odkrite, pregledne, razumne in neposredne komunikacije;

19. poziva države članice, naj Komisiji posredujejo pritožbe in druge pomembne informacije, ki jih prejmejo prek kontaktne točke ali drugače; poziva Komisijo, naj na podlagi teh informacij pripravi neizčrpen seznam nepoštenih trgovinskih praks, ki naj se objavi in da na voljo vsem zainteresiranim; poleg tega poziva Komisijo, naj po potrebi vzpostavi platformo strokovnjakov, da bi pridobila dodatne informacije o maloprodajnih franšiznih praksah ter zlasti o vseh vrstah nepoštenih trgovinskih praks;

20. predvsem poudarja, da so nujna posebna načela, da bi zagotovili uravnotežene pogodbene pravice in obveznosti strani, kot so jasne, točne in celovite predpogodbene informacije, vključno z informacijami o uspešnosti franšizne formule, tako na splošno kot glede na predvideno lokacijo franšizojemalca, ter jasne meje glede zahtev po zaupnosti, ki morajo biti na voljo v pisni obliki dovolj zgodaj pred podpisom pogodbe, prav tako pa je treba po potrebi uvesti rok za odstop od pogodbe po njeni sklenitvi; tudi poudarja, da mora franšizodajalec po potrebi zagotoviti nadaljnjo komercialno in tehnično podporo franšizojemalcu za obdobje trajanja pogodbe;

21. poudarja, da morajo franšizodajalci za franšizojemalce po potrebi pripraviti specializirano začetno usposabljanje, med trajanjem pogodbe pa jim zagotoviti ustrezno svetovanje in informacije;

22. spominja, da so franšizojemalci obvezani, da si po svojih najboljših močeh prizadevajo za rast franšiznega poslovanja in ohranjajo skupno identiteto in ugled franšizne mreže ter v ta namen lojalno sodelujejo z vsemi partnerji v mreži ter spoštujejo pravice industrijske in intelektualne lastnine, povezane s franšizno formulo, ter pravila konkurence;

23. vendar dodaja, da včasih franšizodajalci od franšizojemalcev zahtevajo nakup proizvodov in storitev, ki niso povezane s franšizno formulo; ta zahteva ne sme biti del obveznosti franšizojemalcev glede ohranjanja skupne identitete in ugleda franšizne mreže, lahko se jo celo smatra za nepošteno trgovinsko prakso;

24. poudarja, da bi morale biti konkurenčne klavzule jasno oblikovane, razumne in sorazmerne ter ne bi smele veljati dlje, kot je nujno potrebno, zlasti ob upoštevanju morebitne potrebe franšizojemalcev, da spremenijo svojo franšizno formulo, če se spremeni njihova soseščina in s tem povpraševanje po proizvodih ali storitvah;

25. je seznanjen z vprašanji, povezanimi z spletno prodajo, saj ta postaja vse pomembnejši del franšiznega poslovnega modela, vendar ni zajeta v tradicionalnih franšiznih pogodbah, v katerih niso upoštevani učinki, ki jih ima lahko ta prodaja na določbe v njih; zato predlaga, naj se po potrebi v franšizne pogodbe vključijo določbe o spletni prodaji, zlasti v primerih, ko je moč franšizodajalca in franšizojemalca neuravnotežena, predvsem ko je franšizojemalec malo ali srednje veliko podjetje;

26. poziva Komisijo, naj začne javno posvetovanje, da bi pridobila nepristranske informacije o dejanskih razmerah v franšizingu, in pripravi nezakonodajne smernice o delovanju franšizinga v maloprodajnem sektorju, ki bodo odražale najboljše prakse, zlasti v zvezi z najnovejšim tehnološkim in tržnim razvojem, kot so spletna prodaja, in naj jih predloži Parlamentu najpozneje do januarja 2018; v zvezi s tem poziva Komisijo, naj pripravi analizo sedanjih samoregulativnih instrumentov ter zakonodajne prakse držav članic na področju franšizinga v maloprodajnem sektorju ter naj svoje ugotovitve predloži Parlamentu, vključno s priporočili glede nadaljnjega razvoja franšiznega sektorja v EU;

27. poudarja, da bi moral Parlament aktivno sodelovati pri vseh obravnavah franšizinga v maloprodajnem sektorju, tudi pri sprejemanju uredb in direktiv o franšizingu, da bo regulativni okvir bolje usklajen in dosleden;

***Konkurenčno pravo***

28. poudarja, da je treba Uredbo Komisije (EU) št. 330/2010 z dne 20. aprila 2010 o uporabi člena 101(3) Pogodbe o delovanju Evropske unije za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj[[8]](#footnote-8) enotno izvajati v državah članicah, in obžaluje, da ni informacij o njeni uporabi;

29. meni, da bi morala Komisija preveriti, ali bo neenotno izvajanje v državah članicah spodkopalo učinkovitost te uredbe in ali je ta uredba, zlasti v zvezi s popogodbenimi dolžnostmi in nakupnimi pogoji, v skladu z nedavnim razvojem na trgu;

30. meni, da bi morala Komisija preveriti, do katere mere bi bilo mogoče izboljšati uporabo uredbe prek mehanizma ocenjevanja v okviru evropske mreže organov za konkurenco; poudarja, da nedosledni nadaljnji ukrepi Komisije preprečujejo čezmejne maloprodajne dejavnosti in enake konkurenčne pogoje na enotnem trgu;

31. meni, da bi se z boljšim izvajanjem predpisov na nacionalni ravni izboljšala distribucija, povečal dostop do trga za podjetja iz drugih držav članic in sčasoma izboljšala ponudba za končne porabnike;

32. meni, da bi morala Komisija razčleniti tudi neželene učinke konkurenčnega prava v vsaki državi članici posebej;

33. spodbuja Komisijo, naj začne javna posvetovanja in obvesti Parlament o primernosti modela, na katerem bo temeljila prihodnja uredba o skupinskih izjemah;

34. poziva Komisijo, naj zagotovi tudi vračilo vse nezakonite državne pomoči v obliki davčnih ugodnosti na področju franšiz, ter naj bo odločna pri izvajanju tekočih preiskav; poleg tega poudarja, da je v EU nujna jasnejša zakonodaja o davčnih stališčih; poziva Komisijo, naj popravi vse kršitve na področju franšizinga in tako zagotovi pošteno konkurenco na vsem enotnem trgu;

35. poziva Komisijo, naj odpravi nedelovanje trga in zagotovi učinkovit boj proti davčni utaji in izogibanju davkom na področju franšizinga;

36. poziva Komisijo, naj preuči, ali je treba uredbo spremeniti, in v zvezi s tem preveri ter Parlamentu sporoči (1) vpliv horizontalnega pristopa na delovanje franšizinga; (2) ali model franšizinga iz uredbe odraža tržno realnost; (3) koliko so tako imenovane „dovoljene vertikalne omejitve“, torej pogoji, po katerih lahko franšizojemalci kupujejo, prodajajo ali ponovno prodajo neko blago ali storitve, sorazmerne in negativno vplivajo na trg in na potrošnike; (4) kateri so novi izzivi, s katerimi se franšizodajalci in franšizojemalci srečujejo na področju e-trgovanja in digitalizacije na splošno; ter (5) zbere tržne podatke o novih trendih in razvoju trga v povezavi z organizacijo mrež in tehnološkim napredkom;

37. poziva Komisijo, naj pregleda pravila o izvrševanju uredbe v državah članicah in njeno uporabo sorazmerno prilagodi uresničevanju njenega cilja;

o

o o

38. naroči svojemu predsedniku, naj to resolucijo posreduje Svetu in Komisiji.

1. UL C 468, 15.12.2016, str. 140. [↑](#footnote-ref-1)
2. Sprejeta besedila, P8\_TA(2016)0250. [↑](#footnote-ref-2)
3. IP/A/IMCO/2015-05, PE 578.978. [↑](#footnote-ref-3)
4. IP/A/IMCO/2016-08, PE 587.317. [↑](#footnote-ref-4)
5. PE 587.325. [↑](#footnote-ref-5)
6. Študija za odbor IMCO o pravnem vidiku regulativnega okvira in izzivih franšizinga v EU, september 2016, str. 12. [↑](#footnote-ref-6)
7. "Boj proti nepoštenim trgovinskim praksam v verigi preskrbe s hrano med podjetji", COM(2014)0472. [↑](#footnote-ref-7)
8. UL L 102, 23.4.2010, str. 1. [↑](#footnote-ref-8)