

# FRANCIZA

Prof.dr.ing. Ștefan Iancu

## Cursul 11

1. Ce este franciza?
2. Operațiuni de franciză
3. Factori determinanți pentru francizor de a concesiona marca sa de comerț, metoda protejată printr-un brevet, un anumit sistem comercial sau de producție
4. Factori determinanți pentru beneficiar de a încheia un contract de franciză pentru a câștiga dreptul de a face o anumită afacere
  - 4.1. Întrebări pe care un beneficiar ar trebui să le pună unui francizor înainte de a încheia un contract de franciză
5. Întrebări premergătoare încheierii unui contract de franciză
  - 5.1. Întrebări la care trebuie să răspundă francizorul
  - 5.2. Întrebări la care trebuie să răspundă beneficiarul

.-.-.-.-.-.

## 1. - CE ESTE FRANCIZA?

- ❖ Franciza (eng. *Franchising*, cuvântul provine din limba franceză, are semnificația *sinceritate* sau *libertate*), prin prisma comportamentului uman, **este una dintre cele mai moderne tehnici de a face afaceri**, respectiv de a produce, de a presta servicii sau a comercializa într-un anumit teritoriu anumite produse sau servicii pentru a căror lansare și dezvoltare s-a acumulat anterior cu succes experiență în alte teritorii.
  - Franciza constituie **o cale de a te instrui să faci afaceri și să devii autonom în acțiune**, după ce ai acumulat cunoștințe învățând din experiența unei firme de succes din domeniu, contra achitării unor procente din propriul profit realizat ca urmare a aplicării experienței unui partener puternic.
- ❖ Franciza este în fond **o formă specializată de licențiere în care francizorul nu numai că vinde un activ intangibil (de regulă o marcă) francizatului** (eng. *Franchisee*, cu semnificația de *beneficiar*) **dar și insistă ca acesta să respecte regulile stricte de desfășurare a afacerii**.
  - Francizorul acordă asistență francizatului (beneficiarului) pentru organizarea și desfășurarea afacerii pe baze contractuale;
  - Ca și în licențiere, francizorul primește o sumă de bani care reprezintă un anumit procentaj din profitul beneficiarului;
  - În timp ce licențierea este practică în primul rând în domeniul producției, franciza este practică în special de către firmele de servicii.
- ❖ Tehnica francizei presupune:
  - Existența unei persoane juridice sau fizice numită **francizor**, care a conceput, dezvoltat și perfecționat:
    - un anumit proces de fabricație,
    - un nou sistem de prestări servicii,
    - nouă metodă de comercializare.
  - O persoană juridică sau fizică independentă, numită **beneficiar** (sau **francizat**), care are competența și vrea să promoveze procesul de fabricație, sistemul de prestări servicii sau metoda de comercializare a francizorului iar acesta este dispus să acorde beneficiarului dreptul și licența necesare.
- ❖ Conceptul de franciză **a apărut în evul mediu** când Biserica Catolică a instituit categoria collectorilor de taxe.
  - Ulterior, în secolul al XVIII-lea, în Anglia apar acordurile de concesiune cu responsabilități reciproce și noțiunea de „royalty”.
  - Dezvoltarea revoluției industriale: companiile „General Motors” (prin organizarea de stații de service) și „Singer” (distribuirea mașinilor de cusut) au naturalizat, în a doua jumătate a secolului al XIX-lea, în SUA conceptul de franciză.
  - Dezvoltarea revoluției industriale în secolul al XX-lea a creat condiții favorabile dezvoltării francizei în întreaga lume.

- ❖ Întotdeauna o tehnică nouă a constituit atât obiectul unei aplicări conform scopului pentru care a fost creată, unei reutilizări, dar și al unor abuzuri sau al unor accidente. La început, fiecare tehnologie nouă a făcut posibil ca în implementarea ei să fie implicați specialiști bine intenționați, dar și aventurieri, cu interese necinstite, aceștia din urma enunțând pentru franciză avantaje nerealizabile dar pe care, chipurile, numai ei le-ar putea promova.
- ❖ Cu cât o tehnologie este mai puternică când este folosită corect, conform scopului pentru care a fost creată, cu atât ea este mai nocivă când este folosită în mod abuziv.
  - Utilizarea francizei presupune luarea în considerație a unor probleme de ordin:
    - tehnic,
    - de piață (competițional),
    - managerial (de mare utilitate în stabilirea politicii afacerilor),
    - legal (noi reglementări și legi, impunerea aplicării eficiente a prevederilor legale, sancționarea actelor ilegale, etc.),
    - educațional (utilizatorii noii tehnici trebuie să devină conștienți de funcțiile și efectele potențiale generate de aceasta tehnică și să învețe cum și când o pot folosi în siguranță),
    - etic (un comportament corect în desfășurarea afacerilor contractuale se impune de la sine).
  - Promovarea de către o categorie de oameni a unor scheme rapide și irealizabile de îmbogățire în primele două-trei decenii ale celei de a doua jumătăți a secolului al XX-lea a pus la îndoială corectitudinea tehnicii francizei.
  - Începând cu anii '80 ai secolului al XX-lea, tehnica francizei recâștigă teren și în prezent cunoaște o largă dezvoltare în întreaga lume.
- ❖ Contractul de franciză este un contract încheiat între două sau mai multe persoane prin care francizorul concesiunează beneficiarului dreptul **de a se angaja în producția unor produse, prestării unor servicii, ofertarea, vânzarea sau distribuirea unor bunuri sau servicii conform unui anumit plan general de marketing elaborat de francizor.**
  - Contractul de franciză este încheiat între entități egale în drepturi și nu este un contract de simplă concesiune deoarece tehnica francizei **presupune o continuă colaborare între francizor și beneficiar.**
  - Francizorul, prin contract, se obligă:
    - să-l instruiască cu bună credință pe beneficiar,
    - să-i pună la dispoziție propriul know-how, inclusiv procedeele confidențiale de desfășurare a afacerii,
    - să-i asigure accesul la lanțul de distribuție și aprovizionare, la sistemele de publicitate și reclamă,
    - să-l îndrume pentru a-i asigura succesul.

- ❖ Tehnica comercială a francizei se întemeiază pe **preocuparea reciprocă a partenerilor** implicați, preocuparea de a contribui la satisfacerea reciprocă a scopurilor urmărite de fiecare parte.
  - Francizorul își promovează afacerea în noi teritorii și încasează procente din profiturile realizate de beneficiar,
  - Beneficiarul (francizatul) beneficiază de o experiență acumulată anterior reducând astfel riscul investițional și se dezvoltă odată cu sistemul creat de francizor.
- ❖ Beneficiarul final al contractului de franciză, consumatorul, fiind în fața unui produs sau serviciu cunoscut, apreciat pe piață și stabil din punct de vedere al prețului de vânzare va fi mulțumit și în acest fel sunt create condițiile care condiționează succesul.

## **2. - OPERATIUNI DE FRANCIZĂ**

- ❖ Operațiunile de franciză pot fi împărțite în următoarele categorii:
  - a) - transferul de cunoștințe privind un sistem de distribuție specializat și limitat pentru anumite produse prin folosirea numelui producătorului sau a unei mărci comerciale (farmaceutice, automobile etc);
  - b) - transferul de cunoștințe privind un întreg sistem comercial operațional (de ex.: Mc.Donalds);
  - c) - transferul de cunoștințe privind folosirea unei mărci de fabrică sau de comerț în cadrul unui proces de producție derulat sub licență (de ex.: producție pepsi-cola, hot-dog etc.).
- ❖ Ca orice activitate economică, operațiunile de franciză parcurg trei etape succesive și interdependente:
  1. – Documentarea și investigarea generală și specifică:
    - ◆ Francizorul și beneficiarul se caută reciproc, se elaborează și se evaluează ofertele, se analizează introspectiv calitățile necesare practicării activităților specifice atât de către francizor care urmărește protejarea procedurii sau metodei și a renumelui firmei sale cât și de beneficiar care investește timp și bani în activitatea respectivă.
  2. – Organizarea propriu-zisă a activității de franciză:
    - ◆ Pe baza cunoștințelor furnizate de francizor se trece la faza de contractare, stabilirea și eliberarea de garanții, efectuarea de plăți, transfer documentații și mijloace fixe, pregătire personal, etc.
    - ◆ Etapa a doua ar putea fi divizată în două subetape: prima în care cei doi parteneri reglează între ei partea contractuală pentru demararea afacerii și o a doua în care beneficiarul intră concret în relațiile cu beneficiarii săi și probează metodele specifice afacerii și programul de pregătire a personalului de specialitate.
  3. – Punerea în exploatare a afacerii în teritoriu:
    - ◆ În scopul limitării riscurilor investiția beneficiarului se face după clarificarea aspectelor privind:
      - facilitățile necesare desfășurării activității de franciză;
      - problemele potențiale generate de practica metodei, procedurii specifice și controlul aplicării acestei metode sau procedeu;
      - uzura fizică și/sau morală, prelungirea și lichidarea francizei, competiția dintre francizor și beneficiar;
      - clauzele contractuale, etc.
    - ◆ Francizorul există, produce și comercializează și de aceea succesul francizorului semnifică în special succesul francizei, care pentru a fi obținut trebuie să se desfășoare conform „Planului de afaceri” conceput anterior în baza sugestiilor și datelor puse la dispoziție de francizor.

- ◆ „Planul de afaceri” trebuie să fie elaborat concret, demonstrativ, expunerea argumentației efectuându-se riguros științific și să trateze distinct următoarele trei aspecte:
  - ***Produsul sau serviciul care constituie obiectul francizei***  
De regulă, un produs sau un serviciu cu o bună reputație se vinde singur și de aceea prezentarea cât mai detaliată a obiectului francizei va determina interesul unor potențiali investitori.
  - ***Strategia de marketing***  
Pentru a demonstra că operațiunea este profitabilă, este necesar să se prezinte bugetul, distribuția acestuia, contul de venituri și cheltuieli, activitatea de vânzări. Trebuie să rezulte că produsul/serviciul care se oferă se poate vinde și că se cunoaște cui și în ce condiții. În concluzie trebuie enunțat care va fi profitul net: atât cel minim garantat cât și cel aproximativ care poate fi obținut.
  - ***Necesarul de personal și modul de finanțare***  
Calitatea, experiența și rezultatele profesionale obținute anterior de personalul care va fi angajat, inclusiv ale celui din viitoarea conducere, reprezintă un punct cheie în stabilirea atitudinii decisive ale viitorilor investitori.
- ◆ Planul trebuie să evidențieze care este „specificul” afacerii încheiate care poate asigura succesul acesteia și prin care să se câștige încrederea unor potențiali investitori.
- ◆ Pentru a demara o activitate în calitate de beneficiar, trebuie convinse potențiale surse de finanțare să participe la realizarea afacerii și de aceea un plan de afaceri realist și convingător, argumentat tehnico-economic și comercial, care demonstrează capacitate creativă, talent vizionar, forță de muncă calificată, spirit cooperant, inclusiv o anumită doză de hazard poate să convingă investitorii să participe cu disponibilități bănești la lansarea unei francize.

### **3. - FACTORI DETERMINANȚI PENTRU FRANCIZOR DE A CONCESIONA MARCA SA DE COMERT, METODA PROTEJATĂ PRINTR-UN BREVET, UN ANUMIT SISTEM COMERCIAL SAU DE PRODUCTIE**

❖ Practic, printr-un contract de franciză, francizorul transmite o tehnologie sau o reputație existentă pe piață, pe care a format-o în timp cu suficiente eforturi. La adoptarea unei hotărâri, dacă să încheie contractul de franciză sau nu, un potențial francizor trebuie să ia în considerație și următorii factori:

- a) - Contractul de franciză, la prima vedere, ar putea însemna:
- fie formarea unui nou competitor, care nu exista anterior pe piața produsului sau serviciului,
  - fie o cale de a controla piața, în anumite limite, printr-o cooperare între francizor și beneficiar.

Drepturile francizorului pot fi protejate prin termenii contractului de franciză.

- b) - Oferirea unui contract de franciză poate fi o cale de penetrare a unor noi piețe, mai ales pe plan internațional. Poate fi mai avantajos să se licențieze un agent economic autohton decât să se exporte produse finite.

Cauzele unei asemenea hotărâri pot fi:

- taxe de import,
- prețul forței de muncă,
- resurse locale de materii prime, etc.

Nu trebuie exclusă, de asemenea, dorința consumatorilor de a utiliza produse indigene, chiar dacă sunt realizate în licență. Licențierea peste hotare a unui produs poate însemna și prelungirea ciclului vieții unui produs uzat moral în țara de origine.

- c) - Un contract de franciză cu un agent economic conațional poate fi o cale de satisfacere a cererii pieței atunci când propria capacitate de producție a francizorului nu poate asigura aceasta, iar din studiul de marketing a rezultat că produsul se află în faza de maturitate.
- d) - Contractul de franciză poate reduce programul de investiții al francizorului și să sporească fluxul încasărilor de capital.
- e) - Un contract de franciză poate fi o cale de reducere a producției proprii. Compartimentul de cercetare-dezvoltare al francizorului poate să-și reorienteze obiectivele numai către licențiere, în loc să se preocupe de reînnoirea propriei producții.
- f) - O mare companie poate să pună la punct o tehnologie a cărei piață de desfacere să fie relativ mică în raport cu scara producției companiei. O întreprindere mică sau mijlocie poate să-și asume cu succes achiziționarea unei asemenea tehnologii printr-un contract de franciză.

- g) - Un contract de franciză se poate oferi unei firme-fiice cu scopul de a crește prestigiul acesteia pe piață, în vederea vinderii ei ulterioare.
- h) - Un contract de franciză poate fi oferit în schimbul unui alt contract de aceeași natură, a cărei cumpărare este condiționată de obținerea *primului vânzarea primei* (?).
- i) - Un contract de franciză poate fi o acțiune impusă de cadrul legal în cazul unor licențe obligatorii.
- j) - Contractul de franciză produce *venit* pentru un francizor, fără noi investiții capitale și fără noi riscuri. Ea extinde viața produsului și aria de desfacere a acestui produs.
- k) - Nu se recomandă să se înceapă vreo negociere între francizor și beneficiar pe tematică tehnică atât timp cât nu s-a încheiat între cei doi parteneri un contract privind caracterul confidențial al dezvoltărilor tehnice.
- l) - Transferul unei documentații tehnice, în faza de concept tehnic, prezintă avantaje și dezavantaje, dar fiecare caz ar trebui judecat în parte, întrucât nu există reguli de aur care să se aplice în general pentru licențieri în general și contracte de franciză în special.

Dacă un contract de franciză se încheie înainte ca o cerere de obținere a unui document de protecție industrială să fie depusă, este posibil și preferabil ca beneficiarul să coopereze, atât la întocmirea documentației necesare pentru depunerea cererii, cât și la plata taxelor de înregistrare, documentare, publicare, examinare care adunate conduc la o sumă apreciabilă, beneficiarul ca un agent economic specializat în domeniul creației tehnice propuse, poate acoperi mult mai bine prin descriere, desene și revendicări întinderea protecției solicitate.



#### **4. - FACTORI DETERMINANȚI PENTRU BENEFICIAR DE A ÎNCHEIA UN CONTRACT DE FRANCIZĂ PENTRU A CÂȘTIGA DREPTUL DE A FACE O ANUMITĂ AFACERE**

- ❖ Un potențial beneficiar trebuie să ia în considerație următorii factori:
- a) - Identitatea francizorului, a directorilor firmei, a principalilor funcționari ai firmei, ai principalilor parteneri ai firmei.
  - b) - Care sunt afacerile particulare ale directorilor firmei, ale principalilor funcționari ai firmei, ale principalilor parteneri ai firmei și dacă sunt cunoscute eventualele condamnări civile sau penale, eventuale procese civile sau amenzi administrative ale acestora?
  - c) - Experiența în afaceri și în franciză a francizorului, descrierea operațiunii de franciză și a produselor/serviciilor oferite.
  - d) - Numărul și domeniile afacerilor francizorului, numărul de contracte de franciză încheiate sau care ar urma a fi încheiate în anul următor, similare cu cel pe care urmează să-l încheie beneficiarul.
  - e) - Bilanțul și contul de profit și pierderi ale francizorului executate de un auditor independent, confirmat, de notorietate publică.
  - f) - Datele și metodele folosite de francizor în pregătirea vânzărilor preliminare, a cheltuielilor sau a venitului obținut din afacerea de franciză.
  - g) - Compensația achitată societății publice al carei nume este folosit în operațiunea de franciză, sau care realizează documentele operațiunii.
  - h) - Programele oferite de francizor: de instruire personal, de supraveghere și controlul desfășurării operațiunilor de lansare a afacerii, de îndrumare pentru asigurarea succesului beneficiarului. Cum se asigură accesul la sistemele de publicitate și reclamă ale francizorului?
  - i) - Care va fi protecția teritorială de care se va bucura beneficiarul?
  - j) - Cum se asigură accesul la lanțul de aprovizionare și desfacere?
    - Dacă beneficiarul va trebui să cumpere sau să închirieze mărfuri sau servicii de la francizor sau de la anumiți furnizori desemnați de acesta, respectiv va trebui să vândă francizorului sau anumitor distribuitori produsele/serviciile obiect al contractului de franciză,
      - care va fi modul în care francizorul va facilita contactarea acestor furnizori și distribuitori de către beneficiar și ce venituri va obține francizorul din aceste operațiuni?
      - cum se va stabili prețul produselor/serviciilor obiect al contractului de franciză cumpărate/închiriate de la francizor sau de la furnizorii desemnați și respectiv vândute/închiriate francizorului sau distribuitorilor desemnați?

- Dacă beneficiarul va trebui:
    - să cumpere sau să închirieze mărfuri conform instrucțiunilor francizorului sau ale furnizorilor desemnați de acesta,
    - respectiv va trebui să vândă francizorului sau anumitor distribuitori produsele/serviciile obiect al contractului de franciză, în ce constau aceste instrucțiuni?
  - Produsele/serviciile care vor putea fi comercializate de beneficiar au anumite restricții sau limitări?
- k) - Reputația comercială a francizorului, marca de produs, de comerț sau de serviciu sau alte drepturi de proprietate industrială pentru care francizorul va acorda licență beneficiarului;
- ce restricții sau litigii există în legătură cu valorificarea de către francizor sau beneficiar a drepturilor de proprietate industrială licențiate?
- l) - Care este investiția globală care ar trebui făcută de beneficiar și care sunt taxele inițiale și generale ce vor fi solicitate beneficiarului, modul de determinare a acestor taxe, data sau perioada de rambursare a taxelor?
- m) - Condițiile în care operațiunea de franciză ar trebui încheiată sau refuzată;
- posibilitățile de prelungire ale contractului de franciză încheiat;
  - drepturile și obligațiile beneficiarului la expirarea și terminarea operațiunii de franciză;
  - enunțarea unui eventual acord încheiat anterior de francizor cu terți prin care beneficiarul nu ar mai avea dreptul să acționeze în limitele contractului.
- n) - Beneficiarul va avea dreptul să acorde sau să transfere franciza?
- o) - Francizorul oferă vreo finanțare pentru începerea francizei?

#### 4.1. Întrebări pe care un beneficiar ar trebui să le pună unui francizor înainte de a încheia un contract de franciză

- a) Care este istoricul evoluției tehnico-economice a companiei francizor și ce ar putea face compania francizor, iar potențialul beneficiar sau competitorii companiei francizor nu ar putea face:
- Care este randamentul operațiunilor de franciză ale francizorului? Care sunt perspectivele de extindere de către francizor a francizei, care sunt termenele apropiate și de viitor? Cât cheltuie francizorul anual în domeniul cercetării și dezvoltării?
  - Câți angajați permanenți are francizorul, cu ce se ocupă ei? Noul beneficiar cu cine va ține legătura la sediul central?
  - Cât de des ar putea beneficiarul să viziteze sediul central al francizorului și cât de des va fi vizitat beneficiarul de către delegatul francizorului?

- Francizorul ar putea să acorde aceleași servicii tuturor beneficiarilor, independent de distanța acestora de sediul central al francizorului?
  - Cât de bună este comunicarea între francizor și beneficiarii existenți? Francizorul dispune de o linie telefonică distinctă pentru comunicare?
  - Există instituită o formă pentru organizarea întâlnirilor periodice ale francizorului cu beneficiari; dacă da, cu ce rezultate?
  - Există restricții contractuale pentru ca beneficiarii să nu concureze francizorul? Dacă renunță la contractul de franciză cu francizorul, beneficiarul mai este restricționat să-l concureze pe francizor?
  - Beneficiarii care au încheiat contractul de franciză cu francizorul pot poseda și dezvolta alte afaceri în perioada contractului de franciză?
  - Beneficiarul poate obține o copie a programului de reclame desfășurate în anul anterior de către francizor pe plan național, regional sau local din care să rezulte ponderea reclamelor adresate zonei în care urmează a se desfășura operațiunea de franciză ce urmează a se conveni?
- b) Francizorul este membru al Asociației internaționale de Franciză?
- c) Câte unități de franciză posedă francizorul în general și, în special, în zona în care urmează a se desfășura operațiunea de franciză ce urmează a se conveni?
- Unitățile de franciză existente ar putea concura cu operațiunea de franciză ce urmează a se conveni?
  - Serviciile oferite operațiunii de franciză ce urmează a se conveni sunt aceleași cu cele care sunt furnizate unităților de franciză existente?
- d) Operațiunea de franciză ce urmează a se conveni va fi autorizată să încheie contracte de franciză cu terți?
- e) Cât de mare este taxa dvs. de franciză? În afară de aceste taxe mai ar trebui plătite și alte sume cum ar fi *taxa de redevență* și dacă da, la cât se ridică aceasta?
- Taxa de franciză poate fi plătită în rate, trebuie achitată în întregime; dacă se plătește în rate trebuie plătite și dobânzi? Taxa de redevență când ar trebui plătită?
  - Trebuie achitată o taxă de instruire?
- f) Care sunt metodele de operare, ce reguli va avea de urmat beneficiarul și salariații săi? Cât de eficient este programul de instruire al francizorului, cât de des se actualizează, cine sunt instructorii?

- g) De ce sumă ar fi nevoie pentru a cumpăra și demara operațiunea de franciză oferită și dacă poate participa francizorul la finanțarea cumpărării francizei?
- Cum ar putea decide beneficiarul să-și amplaseze sediul francizei? Există o echipă a francizorului care poate decide în numele beneficiarului și dacă da, la ce preț?
  - Operațiunea de franciză ar putea fi administrată de la actualul sediu/domiciliu al beneficiarului?
  - Cât de mare este inventarul de care va avea nevoie beneficiarul pentru a demara operațiunea de franciză oferită, iar acest inventar va fi selectat de francizor sau de către beneficiar?
- h) Care sunt atuurile majore ale produsului/serviciului obiect al contractului de franciză și cum s-au realizat aceste atuuri?
- i) Ce câștig ar putea preconiza beneficiarul să obțină în primul an? Dar după cinci ani?
- j) Ce produse sau servicii trebuie să procure beneficiarul de la francizor în timpul derulării operațiunii de franciză? La ce preț și cum se va situa acesta în raport cu prețul pieței?
- k) În ce condiții se poate încheia operațiunea de franciză oferită? În ce condiții ar putea încheia beneficiarul sau francizorul operațiunea de franciză?
- Dacă operațiunea de franciză se încheie înainte de termenul contractual, vor fi cheltuieli de suportat?
  - Beneficiarul va avea dreptul să revândă liber operațiunea de franciză sau vor fi anumite restricții de revindere?
- l) Francizorul a încălcat vreodată vreo lege de franciză? Dacă da, cum a fost penalizat?
- De câte ori i s-a intentat francizorului procese de către beneficiari?
  - Ar fi putut evita francizorul asemenea procese?
  - Cum a procedat ulterior francizorul, pentru a evita astfel de procese în perioada următoare?
- m) Francizorul face o investigație asupra beneficiarului pentru a aprecia dacă acesta dispune de mijloacele necesare pentru a prelua, în bune condițiuni, operațiunea de franciză ce urmează a se conveni?

## **5. - ÎNTREBĂRI PREMERGĂTOARE ÎNCHEIERII UNUI CONTRACT DE FRANCIZĂ**

- ❖ Contractul de franciză poate anula poziția de monopol pe piață a francizorului. Trebuie maximă atenție la încheierea contractului.
- ❖ Dacă în contractul de franciză nu se includ clauze privind o redevență minimă sau realizarea unei anumite cifre de afaceri, nu va exista nici o garanție că beneficiarul va depune eforturi pentru a realiza ceva profitabil și pentru francizor.
- ❖ Asigurarea unei asistențe tehnice pentru beneficiar poate să însemne foarte mult pentru francizor. Solicitățile beneficiarului trebuie raportate la posibilitățile reale ale francizorului, pentru a nu conduce la dezordini în propria activitate a acestuia din urmă.
- ❖ Beneficiarul poate solicita asigurarea realizării unei politici de brevet, iar activitatea de impunere a respectării unui titlu de protecție poate fi foarte costisitoare pentru francizor.
- ❖ Costurile de promovare a unui nou produs pot fi foarte mari, iar cheltuielile de implementare ale unei licențe pot fi foarte ridicate, un contract de franciză poate diminua cheltuielile specifice prin divizarea cheltuielilor între parteneri.
- ❖ Un contract de franciză poate conduce la controlul pieței unui produs într-o țară. Controlul de calitate trebuie executat foarte exact la beneficiar pentru a nu afecta reputația obiectului dat spre licențiere.
- ❖ Francizorul nu mai primește informații direct de la utilizator, de la piață, asupra obiectului contractului de franciză, ci numai prin intermediul licențiatului (beneficiarului francizei). Procesul de dezvoltare în continuare a obiectului contractului de franciză ar putea fi afectat de acest lanț de comunicație.
- ❖ Francizorul nu-și va mai putea apăra și dezvolta reputația pe piață deoarece comercializarea obiectului licențiat va fi făcută de beneficiar în numele său și sub marca sa de comerț.

### 5.1. - Întrebări la care trebuie să răspundă francizorul

❖ Înaintea încheierii unui contract de franciză, francizorul ar trebui să facă următoarele evaluări:

#### *a) Evaluarea comercială a cererii de ofertă de contract de franciză:*

- Pentru ce arie geografică este francizorul pregătit să licențieze și cum va afecta aceasta în perioada următoare planurile de afaceri ale francizorului pentru obiectul contractului de franciză?
- Care este rezultatul obținut pe piață de beneficiar; ce capacitate tehnologică are acesta de a produce și desface pe piață alte noi produse rezultate din eforturi proprii de cercetare-dezvoltare sau din alte contracte de licențiere sau de franciză?
- Care este nivelul competitiv al beneficiarului? Care sunt clienții majori ai acestuia, în ce domenii tehnice și pe spații geografice?
- Care sunt dezvoltările de produse similare de către terți? Ce resurse sunt destinate dezvoltării domeniului, comercializării și exploatarei produselor similare? Ar putea aceste dezvoltări să afecteze volumul vânzărilor de obiecte ale contractului de franciză pe piață?
- Care sunt relațiile industriale și comerciale ale beneficiarului? De ce rețea de producție și de distribuție dispune acesta? Poate beneficiarul să realizeze o cifră de afaceri suficient de mare pentru a asigura plata redevențelor ce se vor conveni prin contractul de franciză?

#### *b) Evaluarea tehnică a cererii de ofertă de contract de franciză:*

- Are beneficiarul capacitatea tehnică să asimileze în fabricație obiectul cererii de ofertă și ce suport tehnic este de așteptat din partea francizorului?
- Ce facilități are beneficiarul și de ce potențial de perfecționare a obiectului cererii de ofertă dispune beneficiarul? Există intenția beneficiarului de a oferi aceste perfecționări francizorului? În ce condiții?
- Beneficiarul dispune de posibilitatea de a se aproviziona cu materiile prime prevăzute și de capacitatea tehnologică de a manipula aceste materii și materiale?
- Care este calitatea rezultatelor în activități tehnice obținute anterior de beneficiar și care este experiența acestuia în fabricația unor produse similare celui care formează obiectul contractului de franciză? Ce pregătire de personal în domeniul tehnic în specialitatea contractului de franciză este disponibilă la beneficiar?

c) *Evaluarea financiară a cererii de ofertă de contract de franciză:*

- Care sunt condițiile ca redevențele de pe piața internațională să fie aduse în țara francizorului? Există reglementări specifice în țara beneficiarului privind schimbul valutar? Există obligativitatea plății unor taxe de extra-teritorialitate pentru redevențele ce trebuie plătite?
- Ce implicații valutare există pentru o licență pe piața externă în raport cu rata de schimb, cu alegerea valutei de plată, etc.? Care este situația valutei naționale din țara beneficiarului: este stabilă, convertibilă, puternică, devalorizată, în curs de inflație, etc.? Există o altă valută acceptabilă ca monedă contractuală? Plata s-ar putea face în produse cu restricții în desfacere, de exemplu: petrol, energie, etc.?
- Finanțatorul și bancherul francizorului acceptă condițiile de plată din contractul de franciză? Există facilități privind garantarea plăților sau există prevăzute alte căi de protecție? Care sunt costurile necesare realizării unei asigurări?
- Fiind cunoscute condițiile anticipate și structura pieței potențiale, ce proporție între redevențe și plăți anticipate ar fi acceptabile de către beneficiar?

d) *Evaluarea legală a cererii de ofertă de contract de franciză:*

- Care este legea de înființare a companiei beneficiar? Ce interdicții există pentru companie? Poate beneficiarul să fie chemat în judecată în propria țară? Care sunt implicațiile legale ale oricărui proiect de contract propus? Există un istoric al disputelor beneficiarului cu terți în ceea ce privește contractele de franciză sau alte contracte de transfer tehnologic?
- Există reglementări juridice specifice ale controlului importului/exportului în țara beneficiarului?
- Care este poziția legală a unui titular de drept de proprietate industrială care a acordat o licență exclusivă în țara beneficiarului? Ce documente sunt opozabile în justiție? Care este poziția legală a unui reclamant străin și a apărătorului indigen în tribunalul local? Care este procedura de soluționare a unui litigiu și care este perioada acestei proceduri legale?

## 5.2. - Întrebări la care trebuie să răspundă beneficiarul

1. Sunteți pregătit, considerați că dispuneți de calitățile fizice, educația, experiența, comportamentul și situația financiară necesare pentru franciză?
2. V-ați hotărât asupra rolului dvs. în noua afacere? Veți fi numai investitor? Francizorul ar accepta acest rol al dvs.? Dacă da, ce salariați ați putea angaja pentru a contribui la realizarea afacerii?
3. Ce experiență aveți, care ar putea să vă ajute să deveniți un competitor în franciză?
4. Sunteți considerat o persoană ușor adaptabilă; cum reacționați în stări critice?
5. Ați analizat proiectele de profit ale francizorului? Pe ce se bazează proiectul francizorului? Pe experiență beneficiarului sau pe acțiunile altora și pentru ce perioadă de timp? Ce mijloace de verificare ale proiectului există? Dacă proiectul se bazează pe experiența prezentă și trecută a beneficiarilor, care au fost perioadele de calcul considerate? Cunoașteți localizarea, durata afacerii, protecția teritorială, managementul și numărul beneficiarilor ale căror scenarii au fost utilizate în proiect?
6. Dacă doriți să fiți activ în afacere, ați comparat profitul preliminar cu câștigul potențial, pentru o muncă egală dintr-o altă activitate, precum și cu câștigul care ar putea fi obținut din investirea fondurilor care urmează a fi folosite în operațiunea de franciză în alte domenii?
7. Profiturile și beneficiile, promise a fi realizate, ar corespunde doleanțelor dvs. atât din punct de vedere material cât și din punct de vedere moral?
8. Ați obținut de la francizor numele și sediile beneficiarilor care lucrează în același domeniu cu franciza care vi s-a propus? Ați verificat proiectul propus de către francizor cu alți beneficiari cu experiență?
9. Înainte de a decide să investiți, v-ați asigurat dacă cunoașteți cu exactitate ce taxe aveți de plătit pentru contractul de licență?

### *a) Taxa inițială pentru licență:*

- Există o asemenea taxă? La ce cuantum, cum trebuie achitată (în întregime, în rate)? Dacă se plătește în rate, acestea sunt cu dobândă sau nu? Taxa achitată este rambursabilă?
- Există diferențieri între taxe plătibile pentru licențe asemănătoare? Dacă da, care sunt factorii care determină aceste diferențieri?
- Taxa inițială reprezintă compensarea integrală sau parțială pentru francizor în ceea ce privește: folosirea manualului de



operare curentă, instruirea personalului, cheltuielile inițiale pentru demararea afacerii?

*b) Taxe regulate continue:*

- Trebuie achitate și taxe de redevență periodice? La ce cuantum, când trebuie achitate și cum se stabilesc, când trebuie raportate vânzările și taxele de redevență (De regulă, se plătesc lunar sau săptămânal, în baza unui procent din volumul încasărilor din vânzări sau din prestări servicii)?
- Taxele de redevență acoperă numai folosirea unui drept de proprietate intelectuală sau reprezintă și costul serviciilor prestate de francizor? În caz afirmativ, care sunt aceste servicii?

*c) Alte taxe:*

- Ce alte taxe ar trebui plătite?
- Vor fi costuri de reclamă în plus față de taxele inițiale și taxele de redevență? Sunt limitate aceste taxe de reclamă de un procentaj maxim asupra vânzărilor?

*d) Care sunt costurile totale?*

Taxa inițială nu este același lucru cu costurile totale. Ați efectuat un calcul al tuturor costurilor cu evaluarea tuturor cheltuielilor suplimentare?

- Este necesar să plătiți pentru închirierea sau cumpărarea sediului de afaceri? Cine se ocupă de găsirea amplasamentului acestuia? Cât ar costa să se cumpere acest sediu sau care ar fi chiria? Există surse de finanțare pentru cumpărarea sediului? Care sunt costurile construcției, remedierii și decorării acesteia, ale utilajelor inițiale și ale inventarului necesar?
- Planurile construcției și specificarea amplasamentului reprezintă o parte esențială a sistemului. Francizorul oferă planurile și detaliile construcției? Costul acestora este inclus în taxa inițială?
- Dacă se specifică un anumit teritoriu și o zonă pentru amplasare, cunoașteți în ce bază s-a efectuat aceasta selecție? Ați verificat calitatea și caracterul vecinătăților, situația orelor de trafic și densitatea acestuia, construcțiile industriale din jur, inclusiv pe cele ale concurenței?
- Costul inițial sau investiția inițială includ și un inventar „la deschidere” de fonduri fixe și de fonduri financiare. Se impune o plată imediată a utilajelor și accesoriilor, plata unui contract de garanție, a unei taxe de franciză? Ce sume trebuie atribuite fiecăreia din aceste categorii?
- Care este costul final? Ce sunt creanțele, cine finanțează aceste creanțe și cu ce dobândă? Dacă francizorul nu finanțează, vă este de ajutor în găsirea unei surse de finanțare de la terți?

10. Ați evaluat dacă în realizarea unei operațiuni de franciză sunt necesare experiența sau pregătirea? Dacă nu, de ce nu? Dacă pregătirea nu este impusă, noii beneficiari se vor înscrie în mod voluntar la programul de pregătire?
11. Cunoașteți în ce constă natura, durata și perioada pregătirii? Care sunt costurile acesteia și cine le suportă? La evaluarea costurilor de pregătire trebuie luate în considerare: taxele de școlarizare, locul școlarizării, costul cazării, mesei, transportului? Dacă instruirea salariaților nu este înlesnită de francizor, ci este în contul beneficiarului, cât din această instruire va fi efectuată de reprezentantul francizorului și în ce măsură trebuie sprijinită de către beneficiar instruirea propriilor salariați?
  - Pentru acoperirea randamentului salariatului având funcția de administrator se va impune o instruire suplimentară? Dacă da, la ce cost și cine va suporta costul? Acest cost este inclus în taxa inițială de franciză sau de licență, fie în taxa periodică de servicii, fie în taxa de redevență?
  - Programul de instruire trebuie să fie continuu, pentru menținerea „la zi” în mod periodic, în problemele de perfecționare a managementului și modificări de marketing?
  - Cine va plăti instruirea și cum se va efectua: direct, prin seminarii, prin materiale expediate prin poștă?
12. Francizorul va acorda asistență, pe spezele beneficiarului, la demararea afacerii, incluzând supravegherea amplasării utilajelor, supravegherea afacerilor precum și a operațiunii de început. Dacă aceste cheltuieli nu sunt incluse în taxa inițială de franciză sau licență, care ar fi costurile?
13. Cunoașteți condițiile contractuale ale altor beneficiari cu activități similare cu cea în discuție? Ați comparat condițiile acestora cu cele ale francizei dvs.?
14. Magazinele companiei vor fi solicitate să contribuie la crearea unui fond pentru reclame comune?
15. Reclama va fi pe plan local, regional sau național? S-a convenit un procentaj pentru vreuna dintre aceste reclame?

.-.-.-.-.-.