

Badila (Consiliul Concurenței): Drepturile de franciza, reglementate de un regulament european care se aplica direct în România

Drepturile de franciza sunt reglementate de un regulament european care se aplica direct în România și nu este preluat prin reglementări interne, a declarat, joi, Daniela Badila, director general la Consiliul Concurenței, la un eveniment de specialitate.

"Drepturile de franciza sunt reglementate de un regulament european care se aplica direct în România, deci nu este preluat prin reglementări interne. Este un regulament de exceptare pe categorii a acordurilor verticale, franciza fiind un tip de acord vertical, respectiv francizorul da ceva francizatului. Alături de franciza mai sunt și alte categorii acoperite de acest regulament, tot contracte uzuale, contracte de distribuție exclusivă sau contracte de distribuție selectivă", a spus aceasta.

Potrivit Danielei Badila, regulamentul prevede că în situația în care francizorul sau francizatul au o cota de piață, pe care activează, de sub 30%, iar acordul de franciza nu conține restricții grave, atunci este exceptat automat de la Legea concurenței.

"Acele acorduri chiar dacă sunt încheiate între francizor și francizați, cu cote sub 30% din piață, nu trebuie să contină restricții grave. Restricțiile permise sunt cele care țin de protejarea identității mărcii, a coerenței mărcii și a utilizării know-how-ului pe care francizatul îl dobândește de la francizor. Acestea sunt de regulă permise, dar în anumite limite", a explicat Daniela Badila.

Aceasta a adăugat că durata contractului de franciza nu trebuie să depășească cinci ani, ca să fie exceptată clauza de non-concurență.

În opinia directoarei, cele mai importante restricții severe din contractele de franciza sunt interzicerea comenzilor online pentru francizat și impunerea unui preț de către francizor.

"Nu pot fi interzise comenzile online. Onorarea comenzilor online reprezintă o formă de vânzare pasivă ce nu poate fi exceptată. (...) Ce poate face francizorul este să recomande un preț, dar să nu ia măsuri pentru a impune acel preț. Deci, nu putem, dintr-o recomandare, să mergem într-o impunere de preț. De asemenea, o restricție permisă este obligația privind aprovizionarea exclusivă de la francizor sau de la furnizorii pe care francizorul îi desemnează", a arătat reprezentanta Consiliului Concurenței.

Ea a precizat că instituția are în analiză patru cazuri pe acorduri de franciza, care nu sunt finalizate. "Vorbim doar despre o posibilă încălcare a legii și de prezumția de nevinovăție", a explicat Badila.

Astfel, Consiliul Concurenței analizează posibilă încălcare a legilor concurenței la francizele Dabo Doner (vânzare de produse fast-food), Green Care Cosmetics (industria înfrumusețării) și alte două cazuri pe piața distribuției de piese și accesorii pentru autovehicule, Euro Parts Distribution SRL și Karma Crimpex SRL.

Daniela Badila spune că sunt analizate, de la caz la caz, posibile impuneri ale prețului de revânzare și/sau interdicția de promovare online și existența unor clauze de neconcurență în contractele dintre francizori și francizați.

La rândul său, Luca Dragan, managing partner la BaF - Biroul de Afaceri în Franciza, a declarat că în România există în jur de 300 de rețele de franciza.

"În România, sunt în jur de 300 de rețele de francize care se dezvoltă, dar nu toate sunt active și în căutarea de francizați. Împreună ar fi undeva la vreo 5.000 de puncte de lucru pe care le exploatează și în jur de 500.000 spre 800.000 de salariați. Sunt cifre foarte groșiere", a subliniat Luca Dragan.

El consideră că franciza este cel mai potrivit model economic de dezvoltare a unei societăți.

"Franciza, ca model economic și sistem, este cel mai bun mod de dezvoltare. Și fac referire directă la țările dezvoltate economic, din vestul Europei, la țările europene care au tradiție veche în franciza. Sunt țări care au dezvoltat atât comerțul cât și industria împreună cu serviciile pe baza acestui model. (...) În franciza nu poți să reușești doar ca francizor sau doar ca francizat, ci numai împreună", a spus reprezentantul Biroului de Afaceri în Franciza.

Invitat la eveniment, Michel Kahn, președintele Federației Rețelelor Europene de Franciza și Parteneriat (IREF), a afirmat că în Franța activează peste 3.000 de francize.

"Astăzi, în Franța, avem peste 3.800 de francize care au împreună 280.000 de întreprinderi afiliate și care reprezintă 1,95 milioane de locuri de muncă. Contractele de franciza reprezintă 53 de miliarde euro", a precizat președintele IREF.

Acesta a făcut o lungă prezentare a evoluției francizei în lume.

"Franciza e născută în Franța, în cultura franco-română, nu anglo-saxonă pentru că nu sunt exact aceleași francize. Ceea ce noi denumim franciza, nord-americanii o numesc 'business model franchise'. Ceea ce americanii numesc 'franchising', noi numim parteneriat. (...) Primul contract de franciza este datat din 4 martie 1232", a arătat Kahn.

Editia a doua a Forumului de francize și antreprenoriat a avut loc, joi, la Institutul Național de Statistică, evenimentul fiind organizat de Club Antreprenor, CMV Law by Mihaela Mocanu și BaF - Biroul de Afaceri în Franciza, cu participarea IREF și cu sprijinul Camerei de Comerț și Industrie București.

Piața francizelor din România a înregistrat o creștere constantă în ultimii ani, fiind estimată la circa 5,8 miliarde de euro la nivelul anului 2024, de la peste 3,5 milioane de euro în 2019, arată o analiză de specialitate din 2025 realizată de Franchise, jucător din sectorul consultanței în francize din România.

Francizele sunt populare în retailul alimentar, conform informațiilor furnizate anul trecut. Printre acestea sunt foarte cunoscute: Ahold-Delhaize, care deține Mega Image și Profi; LaDoiPasi dezvoltată de Metro România; 5 to go etc.

Există și francize în domeniul educației, precum Logischool, Saga Kids sau SmartyKids.

În ultimii ani, francizele au trecut de la fast-food și haine la know-how, tech și servicii smart.