

Autor: Kinga Nastalek-Fałowska, radca prawny, Kancelaria Jedynek Rogowska.

Publikacja: 14.12.2015

Źródło publikacji: PULS BIZNESU

Franczyza: pozornie łatwy chleb

Rynek franczyzy rośnie powoli, ale systematycznie. Swojej marki i wsparcia udziela obecnie ponad 1,1 tys. systemów. Przyciągają głównie tych, którzy chcą wziąć los we własne ręce, ale nie mają wystarczających pieniędzy na start, zamiast tego wiele obaw, czy sobie poradzą „na swoim”. Jednak biznes pod szyldem stabilnej marki to tylko pozornie łatwy chleb, chociażby z uwagi na uwarunkowania prawne, a właściwie brak prostej instrukcji w przepisach.

Przyszły francyzobiorca musi zadbać o swoje interesy od razu. Franczyza to rodzaj współpracy dwóch przedsiębiorców, których łączy strategia gospodarcza, tyle że wypracowana i narzucona przez francyzodawcę, bo to jego logo powinno przyciągnąć klientów od razu.

Coś za coś...

— Francyzodawca, tzw. organizator sieci, udziela francyzobiorcy zezwolenia na posługiwanie się znakiem towarowym, marką firmy, udostępnia know-how. W zamian francyzobiorca ma obowiązek zapłacić francyzodawcy wynagrodzenie i prowadzić działalność gospodarczą w ściśle określony sposób — streszcza ten układ biznesowy Daria Wojtczak, prawnik w kancelarii KSP Legal & Tax Advice. Coś za coś. Ale to nie znaczy, że obie strony nie mogą ustalić zakresu nie tylko wzajemnych zobowiązań, ale również uprawnień. Problem jednak w tym, że umowa franczyzy nie została prawnie uregulowana. Jej zawarcie jest dopuszczalne zgodnie z zasadą swobody umów, zapisanej w art. 353[1] Kodeksu cywilnego.

— Stworzenie stosunku prawnego, w którym prawa francyzobiorcy zostaną ukształtowane z poszanowaniem jego interesów, jest zadaniem trudnym i wymagającym od występujących w jego imieniu negocjatorów ogromnego doświadczenia. Ponieważ wiele postanowień umowy jest narzucanych przez francyzodawcę, francyzobiorca powinien godzić się wyłącznie na te, które jest w stanie wypełnić. Powinien on również zwrócić szczególną uwagę na zapisy regulujące jego odpowiedzialność za naruszenie postanowień umowy, w tym obowiązek zapłaty ewentualnych kar umownych — mówi Kinga Nastalek-Fałowska, radca prawny w kancelarii prawnej R. Jedynek, A. Rogowska.

Wyjaśnia, że umowa franczyzy powinna przede wszystkim określać wzajemne prawa i obowiązki stron, w tym w zakresie praw własności przemysłowej i intelektualnej, wynagrodzenia. Powinna też zawierać postanowienia przewidujące możliwość oraz okoliczności rozwiązania umowy. Uregulowanie tych kwestii nierzadko ma kluczowe znaczenie dla francyzobiorcy, istotne, gdy prowadzona działalność okaże się nierentowna albo, gdy rezygnacja z niej będzie konieczna z uwagi na zmianę sytuacji życiowej francyzobiorcy. Powinien on zadbać, aby w umowie znalazły się zapisy o prawie

wypowiedzenia, czy też odstąpienia od umowy, m.in. wobec niewywiązania się przez francyzodawcę z jego obowiązków.

Bezpieczne rozstanie

— Brak takich ustaleń, co prawda nie wyklucza możliwości rozwiązania umowy za porozumieniem stron, ale w praktyce osiągnięcie konsensu w tych sprawach może okazać się niemożliwe — podkreśla Kinga Nastątek-Fałowska.

Daria Wojtczak zwraca uwagę, że na skutek wcześniejszego rozwiązania umowy francyzobiorca może zostać pozbawiony korzyści z poczynionych nakładów. Dlatego chociażby ewentualne powody wypowiedzenia umowy przez każdą ze stron muszą być dokładnie uregulowane.

Przyczynami, dla której francyzobiorca mógłby chcieć rozwiązać umowę, mogą być na przykład: brak spodziewanych zysków, chęć budowania przez francyzobiorcę własnej marki lub naruszenie warunków umowy przez francyzodawcę. W ocenie prawników, przygotowanie umowy wymaga bardzo szerokiej wiedzy — zarówno o ogólnych przepisach dotyczących czynności prawnych i wzajemnych zobowiązań, jak i szczególnych, odnoszących się do kodeksowych typów umów.

— W umowie franczyzy może pojawić się wiele różnych zagadnień, jak np. zasady korzystania z nieruchomości francyzodawcy, reklamy produktów, dochowania tajemnicy przedsiębiorstwa, których ukształtowanie wymaga analogicznego zastosowania przepisów dotyczących np. najmu. Bardzo pomocna jest zdobyta wiedza praktyczna związana z prowadzeniem biznesu, która pozwala przewidzieć problemy, jakie mogą pojawić się w trakcie realizowania umowy i uniknąć ich dzięki wprowadzeniu odpowiednich postanowień do umowy — mówi Daria Wojtczak.

Specyfika franczyzy nie daje możliwości przygotowania uniwersalnej umowy dla każdej takiej współpracy. Jednak wspomniane elementy można określić, jako konieczne i stałe, których nie może zabraknąć w takiej umowie. Francyzobiorcy powinni liczyć się też z tym, że francyzodawca zechce uregulować w niej możliwość kontrolowania sposobu wykonywania działalności przez francyzobiorcę.

Daria Wojtczak podpowiada także, aby próbować ustalić, jak przebiega współpraca francyzodawcy z innymi francyzobiorcami. Warto też, aby przedsiębiorca przystępujący do współpracy przewidział możliwość przeniesienia praw wynikających z umowy franczyzy na osobę trzecią. Musi się on przygotować na wiele nieprzewidzianych sytuacji.

Niezależny mimo wszystko

Franczyza ze względu na jej inwestycyjny charakter oraz cel współpracy jest przede wszystkim umową długoterminową. Decyzja o jej podjęciu nie powinna być podejmowana pochopnie. Przedstawicielka kancelarii KSP Legal & Tax Advice przypomina, że francyzobiorca jest niezależnym podmiotem. Prowadzi on działalność we własnym imieniu i na własny rachunek, ale na podstawie koncepcji i renomy, którą wypracował francyzodawca.

Tego rodzaju współpraca oznacza dla franczyzobiorcy obowiązek wnoszenia opłat, np. za korzystanie z marki oraz najczęściej zaopatrywanie się, zarówno w towar, jak i wyposażenie, u franczyzodawcy. Należności wobec franczyzodawcy w wielu przypadkach są zabezpieczane zastawem na sprzęcie zakupionym przez franczyzobiorcę od franczyzodawcy.

— Dlatego należy mieć świadomość, że takie przedsięwzięcie jest ryzykowne. Franczyzodawca nakłada na franczyzobiorcę wiele wymagań, zapewne obiecuje zyski, natomiast nigdy ich nie gwarantuje. W przypadku niepowodzenia biznesu to franczyzobiorca poniesie straty i będzie wyłącznie odpowiadał za zobowiązania nie tylko wobec franczyzodawcy, ale także innych kontrahentów, np. wynajmujących lokal — podkreśla Daria Wojtczak. Franczyzodawca sam też rozlicza podatek dochodowy od uzyskanych przychodów oraz podatek od towarów i usług (VAT). Reguły są takie jak przy prowadzeniu biznesu na własny rachunek pod własnym szyldem. Dotyczy to także kosztów uzyskania przychodów, w których można też uwzględnić wspomniane opłaty dla franczyzodawcy.

— Opłaty okresowe są rozliczane, jako koszty podatkowe. Natomiast usługi świadczone w ramach umowy franczyzy powinny być uznawane za usługi udzielania licencji lub sublicencji — podlegające VAT na zasadach ogólnych — mówi Paweł Mazurkiewicz, doradca podatkowy i partner w kancelarii MDDP Michalik Dłuska Dziejic i Partnerzy.

Zwraca jednak uwagę na zróżnicowane zasady traktowania jednorazowej opłaty tzw. za przystąpienie, pobieranej przy podpisywaniu umowy franczyzowej.

— Może być ona uznana przez organy podatkowe za opłatę za udostępnienie licencji. Jeżeli jej wysokość jest równa 3,5 tys. zł lub przekracza tę kwotę, a prawa wynikające z umowy będą wykorzystywane dłużej niż przez rok, to opłata ta powinna być zakwalifikowana, jako wydatek na nabycie wartości niematerialnych i prawnych, czyli rozliczany, jako koszt podlegający amortyzacji — wyjaśnia Paweł Mazurkiewicz.

Zwraca też uwagę na skutki zawarcia umowy franczyzy z podmiotem zagranicznym. Opłata podstawowa pobrana przez franczyzodawcę jest zapłatą za udostępnienie licencji, czyli odpowiada definicji należności licencyjnej. To oznacza konieczność pobrania przez franczyzobiorcę zryczałtowanego podatku dochodowego w wysokości 20 proc. lub niższej, jeśli taka stawka wynika z odpowiedniego traktatu o unikaniu podwójnego opodatkowania.