

Др *Стирахинџа* Д. МИЉКОВИЋ  
доцент Правног факултета Универзитета у Приштини  
са привременим седиштем у Косовској Митровици

## ЗНАЧАЈ ЗАКОНА БР. 129/2004 РЕПУБЛИКЕ ИТАЛИЈЕ У ОБЛАСТИ ПРАВНОГ НОРМИРАЊА УГОВОРА О ФРАНШИЗИНГУ

### Резиме

Закон бр. 129/04 од 6. маја 2004. године Републику Италију сврстава у ред земаља која уговор о франшизингу непосредно правно нормира. Значај наведеног закона се огледа у томе што је њиме усвојављен свеобухватан правни оквир регулативе уговора о франшизингу. Законским одредбама одређена је основна садржина уговора, с тим да се предвиђају права и обавезе уговорних страна (предуговорне обавезе), с посебним освртом на заштитну правну положаја примаоца франшизе. Руководећи се искуствима и следећи законодавну праксу земаља са развијеним франшизиним пословањем донећи закон карактерише концизношћу и сажетост, а и сада у ред изузетно крајких законских аката, иј. има свега девет чланова. Значај доношења овог закона огледа се и у томе што прокламује принцип транспарентности предуговорних обавеза, иј. сада у реду disclosure law-а. Иако се веома често у законодавној пракси civil law-а тежи ка томе да се одређени уговорни однос регулише у пошитоношћу, доношењем наведеног закона још једном се доказало да је немогуће у пошитоношћу регулисати аутономно – флуидне послове савремене трговинског права.

**Кључне речи:** уговор о франшизингу, давалац франшизе, прималац франшизе, предуговорне информације, disclosure law.

## I Појам франшизинга

Франшизинг<sup>1</sup> као метод уговорне кооперације омогућава даваоцу франшизе<sup>2</sup> да кроз минимална инвестициона улагања уђе на циљано тржиште и на тај начин прошири своје пословање. Користећи се франшизингом као инвестиционим методом ширења пословања на циљаном тржишту давалац користи ресурсе примаоца франшизе,<sup>3</sup> и то у првом реду: а) финансијске; б) персоналне и в) ресурсе познавање тржишних правила (правних норматива) циљаног тржишта. Искоришћавајући ресурсе потенцијалног примаоца франшизе, давалац франшизе остварује минимизирање инвестиционих трошкова уз истовремене минималне инвестиционе ризике.

Значај који франшизинг као инвестициони метод за потенцијалног примаоца франшизе има огледа се у томе да у тренутку закључења уговора приступа развијеној франшизинг мрежи (енгл. *franchising network*).<sup>4</sup> Пословање у оквиру франшизинг мреже примаоцу франшизе пружа могућност да послује под познатим брендом, уз могућност остваривања профита и избегавања одређених инвестиционих ризика.<sup>5</sup> Прималац

- 1 Појам „*franchise*“ – франшиза први пут је употребљена у средњовековној Француској. У то време франшиза је била назив за уговор закључен између краља и градског савета, на основу кога се градском савету гарантује право управљања у оквиру својих активности, као и у односу између града и државе, а такав франшизни град познат је под именом „*Ville Franche*“. Вид. Martin Mendelsohn, *Franchising in Europe*, London, 1992, стр. 107.
- 2 Аутор заступа став да је „франшиза – *franchise*“ (представља скуп елемената: права, услуга и метода пословања) предмет уговора о франшизингу, а да лице које на основу уговора о франшизингу уступа предмет треба називати „давалац франшизе“.
- 3 Аутор се опредељује за термин „прималац франшизе“, а не за термин „корисник франшизе“ из разлога што се као „корисник“ јавља крајњи корисник услуга и потрошач производа чија су права једносмерна. За разлику од „корисника“, „прималац франшизе“ је лице које се налази у правном односу према даваоцу франшизе, с једне стране, тако да се налази и у правном односу према кориснику услуга – крајњем потрошачу, с друге стране. Прималац франшизе има одређена права и обавезе у односу на даваоца франшизе, а такође има и одређена права и обавезе према кориснику услуга.
- 4 Франшизни систем чине давалац франшизе и сви примаоци његове франшизе. На даваоцу франшизе је да осигура рад и раст система те препознатљивост и квалитету марке. Захваљујући заједничкој марци, франшизни систем гради идентитет и репутацију у очима својих купаца. Главни чувар репутације, препознатљивости и вредности је давалац франшизе. Франшизни системи су изграђени на односу који давалац франшизе заснива са примаоцима франшизе. Више података доступно на адреси: [www.pks.rs/fransizing](http://www.pks.rs/fransizing).
- 5 Инвестициони ризици нису искључени они и даље постоје, али умногоме су мањи него да прималац франшизе започиње самостално са развојем свог пословања, омогућавајући му релаксираније тржишно позиционирање.

франшизе наступа, тј. иступа на тржишту под брендом мреже користећи *image* и *goodwill* које је давалац франшизе развио током пословања, а који представљају синониме квалитета производа или услуга. Иако се користи бенефитима пословања у оквиру франшизинг мреже, диспозитив му је знатно ограничен у односу на самостално пословање, тј. мора се повинovati методологији пословања даваоца франшизе. И поред тога што је *de facto* подређен даваоцу франшизе, прималац франшизе ужива правну самосталност.<sup>6</sup>

Разлози који се сигурно могу идентификовати, а који утичу на експанзију франшизинг пословања јесу: а) потреба за растом успешних пословних операција и б) способност постизања таквог раста повезивањем са другима који поседују капитал и радну снагу за тако нешто.<sup>7</sup>

## II Закон бр. 129/2004 – значај и специфичности правног нормирања уговора о франшизингу

Доношењем закона бр. 129/04<sup>8</sup> Република Италија се сврстава у ред земаља која уговор о франшизингу (ит. *l'affiliazione commerciale*) непосредно правно нормира. Значај наведеног акта огледа се у томе што се њиме успоставља свеобухватан правни оквир регулативе уговора о франшизингу. Одредбама се, с једне стране, одређује основна садржина уговора, док су, с друге стране, одређују права и обавезе (предуговорне обавезе) уговорних страна с посебним освртом на заштиту правног положаја примаоца франшизе. Наведени законски акт карактерише концизност и сажетост, а по свом обиму спада у ред изузетно кратких акта, односно има свега девет чланова.

И поред кратког садржаја, закон представља значајан искорак у погледу правне регулативе уговора о франшизингу на територији Републике Италије. Доношењем овог закона прокламује се принцип транспарентности предуговорних обавеза, тј. овај закон спада у групу *disclosure law*-а. Информације које се односе на франшизинг пословање, а које је давалац франшизе (ит. *dell'affiliante*) у обавези да открије потенцијалном примаоцу франшизе (ит. *dell'affiliato*) првенствено представљају „збир основних информација“.

6 Прималац франшизе – *franchisee* у односима са трећим лицима наступа самостално и одговара као независан правни субјект.

7 Martin Mendelsohn, *Franchising law*, 2<sup>nd</sup> edition, Richmond, 2004, стр. 1.

8 Legge 6. maggio 2004, n. 129 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale (*Gazzetta Ufficiale*, n. 120 del 24 maggio 2004), доступно на адреси: <http://www.camera.it/parlam/leggi/04129l.htm>, март 2015. године.

## 1. Дефиниција

Одредбама закона предвиђа се да је уговор о франшизингу „...уговор између две правно и економски независне стране, при чему једна страна другој страни даје у замену за накнаду право да користи скуп индустријских или других права интелектуалне својине у вези са жиговима, робним маркама, знацима, корисним моделима, индустријским дизајном, ауторским правима, *know-how*-ом, патентима, техничким и комерцијалним консалтингом (подршком) и помоћи, да ради на територији у циљу дистрибуције (специфичних) појединих врста робе и услуга“.<sup>9</sup> Примећује се да је наведена дефиниција инспирисана дефиницијом франшизинга садржаној у Commission Regulation (EEC) No. 4087/88.<sup>10</sup> Законском одредбом не предвиђа се ограничење у којим се све то областима пословања може закључити уговор о франшизингу, већ се прокламује став да се уговор о франшизингу „...може закључити у било ком сектору економске активности“,<sup>11</sup> под којим се подразумева целокупан „тржишни сектор“. Поред одређивања дефиниције уговора о франшизингу, треба истаћи да су законским одредбама наведене релевантне дефиниције шта је *know-how*,<sup>12</sup> *entry fee*,<sup>13</sup> *royalties*<sup>14</sup> и франшизинг робе.<sup>15</sup> Значај одређивања наведених института садржан је у томе да се уговорним странама не оставља могућност слободног тумачења наведених института како у тренутку закључења уговора, тако и у случају настанка спора.

9 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale n. 129/2004, art. 1(1).

10 Art. 1(3)(b): „franchise agreement’ means an agreement whereby one undertaking, the franchisor, grants the other, the franchisee, in exchange for direct or indirect financial consideration, the right to exploit a franchise for the purposes of marketing specified types of goods and/or services; it includes at least obligations relating to:

- the use of a common name or shop sign and a uniform presentation of contract premises and/or means of transport,
- the communication by the franchisor to the franchisee of know-how,
- the continuing provision by the franchisor to the franchisee of commercial or technical assistance during the life of the agreement“.

Commission Regulation (EEC) No 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85 (3) of the Treaty to categories of franchise agreements – OJ L 359, 28.12.1988, стр. 46-52, доступно на адреси: [http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnumdoc&numdoc=31988R4087&lg=en](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!CELEXnumdoc&numdoc=31988R4087&lg=en), мап 2015.

11 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale n. 129/2004, art. 1(2).

12 *Ibidem*, art. 1(3)(a).

13 *Ibidem*, art. 1(3)(b).

14 *Ibidem*, art. 1(3)(c).

15 *Ibidem*, art. 1(3)(d).

## 2. Форма и садржина уговора

Оно што чини *specificum* овог законског акта је услов да без обзира да ли се ради о домаћим или иностраним даваоцу франшизе, а који жели да закључи уговор на територији Републике Италије, мора пре уговорног уступања франшизе обавезно спровести тржишно тестирање франшизинг концепта.<sup>16</sup> Иако услов тестирања франшизинг концепта представља ограничење слободе даваоца франшизе да шири своје пословање на циљаном тржишту, сматра се оправданим из разлога заштите интереса примаоца франшизе.<sup>17</sup> Претходним спровођењем пилот операција штите се економски интереси потенцијалног примаоца франшизе<sup>18</sup> и то на начин што му се пружа сигурност да ће приступити франшизинг систему који има перспективу тржишног развоја. Уговор о франшизингу мора бити сачињен у писаној форми, у супротном, сматраће се неважећим.<sup>19</sup> Поред услова да уговор о франшизингу мора да буде сачињен у писаној форми и услова да давалац франшизе мора спровести пилот операције, трећи кумулативни услов пуноважности уговора о франшизингу је и период трајања уговора. Одредбама закона предвиђа се да уговор о франшизингу не сме бити закључен на период краћи од три године.<sup>20</sup> Одређивање минималног законског рока на који се уговор закључује условљено је фактичким периодом, периодом амортизације уложених инвестиција.<sup>21</sup> Изузетно, уговор о франшизингу може трајати и краће, а то само услед престанка уговора који настаје као последица једностраног неизвршења уговорних обавеза.<sup>22</sup>

Закон предвиђа обавезну минималну садржину уговора о франшизингу, предвиђајући следеће елементе и то: 1) износ инвестиције и

16 *Ibidem*, art. 3(2).

17 Период педесетих година прошлог века је период експанзије франшизинг пословања на територији Велике Британије, док су већ шездесете године, године стагнација, а то из разлога појаве пирамидалне продаја (енгл. *pyramid selling*) и других преварних маркетиншких шема (енгл. *fraudulent marketing scheme*) које су биле везане за франшизу.

18 Приступањем франшизинг мрежи прималац франшизе мора да улаже одређена финансијска средства у пословни систем, тј. мора да располаже одређеним иницијалним износом капитала како би могао да послује у оквиру франшизинг мреже. Прималац франшизе даваоцу франшизе плаћа иницијалну накнаду (енгл. *initial fee*) и *royalti*. Иницијална франшизна накнада се може окарактерисати као „цена уласка“ – улазница у франшизинг мрежу, а која најчешће и предствала услов отпочињања преговора даваоца франшизе и потенцијалног примаоца франшизе.

19 *Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale* n. 129/2004, art. 3(1).

20 *Ibidem*, art. 3(3).

21 Период амортизације је онај у оквиру кога давалац франшизе или прималац франшизе економски амортизује своја улагања у франшизинг пословање.

22 *Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale* n. 129/2004, art. 3(3).

других могућих почетних трошкова које прималац франшизе сноси пред почетак својих активности; 2) начин обрачунавања и плаћања накнаде, као и могући показатељ минималног промета који ће реализовати прималац франшизе; 3) обим могућих ексклузивних територијалних права која су *vis-a-vis* других франшизинг мрежа или *vis-a-vis* продајних канала које је директно покренуо давалац франшизе; 4) податке о *know-how*-у које давалац франшизе пружа – даје примаоцу франшизе; 5) могућа средства признавања доприноса *know-how*-у од стране примаоца франшизе; 6) податке о услугама које давалац франшизе пружа у погледу техничке и комерцијалне помоћи, успостављања и опремања, и обуке; и 7) услове за обнову, престанак или евентуални трансфер (пренос) уговора.<sup>23</sup>

### 3. Обавезе уговорних страна

#### а) Обавезе даваоца франшизе (*dell'affiliante*)

Закон бр. 129/04 спада у групу *disclosure law*-а па самим тим тежиште се ставља на нормирање предуговорних обавезе даваоца франшизе. Давалац франшизе у обавези је да у складу са прокламованим принципима лојалности, поштења и добре вере, достави све оне податке и информације које потенцијални прималац франшизе сматра неопходним или корисним за закључење уговора.<sup>24</sup> Иако на страни даваоца франшизе, а у складу са принципима транспарентности, постоји обавеза предуговорног обавештавања, треба истаћи да он пружа информације само ако то од њега потенцијални прималац франшизе изричито захтева.

Предуговорне информације које морају обавезно бити садржане у уговору су: 1) основне информације у вези са даваоцем франшизе, укључујући корпоративно име и корпоративни капитал, а на захтев потенцијалног примаоца франшизе копију биланса за последње три године, односно од дана почетка активности ако је активност краћа од три године; 2) назначење жига који се користи у систему, са појединостима његове регистрације или депозита, или лиценце додељене даваоцу франшизе; 3) кратак опис делатности који карактерише франшизинг; 4) списак „филијала“ (даваоца франшизе) које тренутно раде у систему и директна места пословања даваоца франшизе; 5) назначење варијације, из године у годину, број филијала са њиховим местом пословања у последње три године, или датум почетка франшизе ако послује краће од три године и 6) кратак опис судског или арбитражног поступка у

<sup>23</sup> *Ibidem*, art. 3(4).

<sup>24</sup> *Ibidem*, art. 6(1).

вези са франшизинг системом који су покренути против даваоца франшизе закључно у последње три године, а покренули су их прималац франшизе, трећа лица и државни органи у складу са важећом политиком приватности.<sup>25</sup> Давалац франшизе у обавези је да тридесет дана пре потписивања уговора потенцијалном примаоцу франшизе достави примерак уговора са неопходним прилозима – анексима.<sup>26</sup>

Треба истаћи да и поред изричитог захтева потенцијалног примаоца франшизе за предуговорним информацијама, давалац франшизе задржава дискреционо право да одређене информације и податке који првенствено имају карактер поверљивости (информације о пословању) или чијим би се откривањем повредила (наступила штета) права трећих лица не објављује. Ипак, иако има дискреционо право неоткривања одређених тражених информација, у обавези је да примаоцу франшизе наведе и оправда разлог таквог поступања.<sup>27</sup>

#### б) Обавезе примаоца франшизе (*dell'affiliato*)

Поред обавеза даваоца франшизе које се односе на предуговорно објављивање података, треба истаћи да су законским одредбама предвиђене и одређене обавезе примаоца франшизе. Потенцијални прималац франшизе у обавези је да, у складу са истим принципима понашања који важе за даваоца франшизе, благовремено му обезбеди, тачне и потпуне, информације неопходне за закључење уговора.<sup>28</sup> Потенцијални прималац франшизе у обавези је да пружа потребне информације даваоцу франшизе чак иако овај то од њега изричито не захтева.

Прималац франшизе не сме изместити своје седиште без претходне сагласности даваоца франшизе, изузев у случају више силе – *vis maiore*.<sup>29</sup> Поред забране измештања седишта, прималац франшизе, његови сарадници и особље обавезују се на поштовање поверљивости садржине уговора.<sup>30</sup> Иако се одредбама закона предвиђа чување поверљивости података у току трајања уговора, треба истаћи да закон није предвидео временски оквир чувања података по престанку уговора о франшизингу. У таквим околностима препоручљиво је да давалац франшизе уношењем уговорне клаузуле одређује период чувања пословне тајне по престанку уговора.

25 *Ibidem*, art. 4(1)(a, b, c, d, e, f).

26 *Ibidem*, art. 4(1).

27 *Ibidem*, art. 6(2).

28 *Ibidem*, art. 6(3).

29 *Ibidem*, art. 5(1).

30 *Ibidem*, art. 5(2).

Уговор ће се поништити ако је једна од уговорних страна пружила „лажне информације“, а друга страна основу тако лажних информација приступила закључењу уговора. Друга уговорна страна може затражити поништај (раскид) уговора у складу са одредбама Грађанског законика<sup>31</sup> и захтевати накнаду штете ако ју је претрпела.<sup>32</sup>

### III Оправданост додатног нормирања предуговорне обавезе пружања информација иностраног даваоца франшизе

Иако је уговор о франшизингу регулисан непосредно, треба истаћи да доношење Декрета бр. 204<sup>33</sup> посао франшизинга посредно регулише, тј. њен значај је у томе да се она непосредно односи на члан 4 став 2 Закона бр. 129/04. Доношење Декрета сматра се оправданим ради правног регулисања обавеза иностраног даваоца франшизе да потенцијалном домаћем примаоцу франшизе учини доступним информације и податке значајне за закључење уговора. Да би се објаснила сврха Декрета бр. 204, неопходно је вратити се на члан 4 Закона бр. 129/2004. Чланом 4 Закона предвиђа се да је давалац франшизе у обавези да у року од најмање 30 дана пре закључења уговора потенцијалном примаоцу франшизе достави будући уговор који садржи следеће податке:

- а) релевантне информације о франшизи;
- б) жигове који ће се користити у пословању;
- в) карактеристике пословања;
- г) списак постојећих франшиза;
- д) годишње варијације о броју франшиза са локацијам и адресама у последње три године;
- ђ) резиме судских или арбитражних спорова у вези са франшизинг мрежом.<sup>34</sup>

Чланом 4 став 2 предвиђа се да давалац франшизе који послује на територији Р. Италије је у обавези да информације из тачака д, е и

31 Codice Civile Italiano (*Publicato nella edizione straordinaria della Gazzetta Ufficiale*, n. 79 del 4 aprile 1942), art. 1439 II, доступно на адреси: [http://www.jus.unitn.it/cardozo/obiter\\_dictum/codciv/Codciv.htm](http://www.jus.unitn.it/cardozo/obiter_dictum/codciv/Codciv.htm), фебруар 2015. године.

32 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale n. 129/2004, art. 8.

33 DECRETO 2 settembre 2005, n. 204, Regolamento recante norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale di cui all'articolo 4, comma 2, della legge 6 maggio 2004, n. 129 (*Gazzetta Ufficiale*, n. 231 del 4 ottobre 2005), доступно на адреси: <http://www.altalex.com/index.php?idnot=1616>, март 2015. године.

34 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale n. 129/2004, art. 4(1).



f учини доступним потенцијалном примаоцу франшизе. Обавеза иностраног даваоца франшизе да учини доступним информације из тачака d, e и f детаљније су регулисана одлуком *Ministero delle Attività Produttive* (МРА).<sup>35</sup>

Декретом бр. 204/2005 коју је донело МРА регулисана је обавеза објављивања информација од стране иностраног даваоца франшизе. Одребе Декрета примењиваће се на сваког даваоца франшизе који је пре тренутка извршења уговора своје франшизно пословање спроводио само у иностранству.<sup>36</sup> Значај наведене одредбе управо је у томе што се она примењује само на оне даваоце франшизе који у тренутку закључења уговора о франшизингу послују ван територије Италије. Поред одређивања да се Декрет примењује на даваоце франшизе који послују у иностранству, одредбама Декрета се предвиђа још једно ограничење његове примене, а то је да се он примењује само онда и само на оне уговоре – споразуме који су према правилима Међународног приватног права регулисани италијанским законом.<sup>37</sup> Управо предвиђањем наведене одредбе ствара се могућност злоупотребе од стране иностраног даваоца франшизе. Предвиђањем клаузуле да ће се уговор регулисати одредбама неког иностраног права а не одредбама домаћег права, давалац франшизе се ослобађа обавезе пружања релевантних предговорних информација потенцијалном примаоцу франшизе. У правној теорији заступљен је став да је избор иностраног права приликом регулисања обавезе пружања релевантних информација оправдано једино у случају да заштита која се пружа на основу меродавног изабраног права је једнака или већа од заштите предвиђене Законом бр. 129/2004 и Декретом бр. 204/2005.<sup>38</sup>

Давалац франшизе је у обавези да потенцијалном примаоцу франшизе најмање тридесет дана пре закључења уговора о франшизингу достави примерак уговора о франшизингу са анексима.<sup>39</sup> Давалац франшизе у обавези је да примаоцу франшизе достави списак укупног броја франшиза које тренутно послују у оквиру франшизинг мреже, од земље до земље.<sup>40</sup> Потенцијални прималац франшизе може изричито захте-

35 *Ibidem*, art. 4(2).

36 Regolamento recante norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale di cui all'articolo 4, comma 2, della legge 6 maggio 2004, n. 129. n. 204, art. 1(1).

37 Regolamento recante norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale di cui all'articolo 4, comma 2, della legge 6 maggio 2004, n. 129. n. 204, art. 1(2).

38 Aldo Frignani, *Overview of the recent legislative and judicial developments on franchising in Italy*, joint conference organized by IFA and Iba, Washington, June 2006.

39 Regolamento recante norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale di cui all'articolo 4, comma 2, della legge 6 maggio 2004, n. 129. n. 204, art. 2(1).

40 *Ibidem*, art. 2(2).

вати од даваоца франшизе да му достави листу која садржи податке о локацији и контакт референце најмање двадесет тренутних прималаца франшизе, с тим ако је број прималаца франшизе мањи од наведеног броја, неопходно је да обезбеди комплетну листу.<sup>41</sup> Поред тога што давалац франшизе може непосредно да достави захтевану листу која садржи неопходне податке о тренутним примаоцима франшизе, предвиђа се и могућност да листа коју захтева потенцијални прималац франшизе буде достављена електронским путем или давалац франшизе листу може објавити на свом сајту.

Давалац франшизе има обавезу да потенцијалном примаоцу франшизе обезбеди податке о „...варијацијама из године у годину од земље до земље о броју прималаца франшизе укључујући и њихову локацију у последње три календарске године“.<sup>42</sup> Значај наведене одредбе је у томе да се њоме потпуније прецизира период о неопходним подацима, тј. варијацијама прималаца франшизе из године у годину користећи се управо термином „календарска година“, док члан 4 став 1 Закона бр. 129/2004 не познаје термин „календарска година“. И на крају, давалац франшизе у обавези је да потенцијалном примаоцу франшизе достави резиме судског или арбитражног поступка.<sup>43</sup>

Иностранци давалац франшизе уговор о франшизингу и анексе може саставити како на свом матичном језику, тако и на неком другом језику. Да не би дошло до злоупотребе од стране даваоца франшизе зато што потенцијални прималац франшизе не разуме језик на којем је састављен уговор, одредбама Декрета предвиђа се заштита потенцијалног примаоца франшизе. На изричит захтев потенцијалног примаоца франшизе, давалац франшизе је у обавези да обезбеди информације у вези са уговором и анексом уговора на италијанском језику.<sup>44</sup> Коришћењем језичко-аналитичког метода долази се до закључка да је давалац франшизе у обавези да обезбеди превод само „основних информација из уговора“, а не и превод комплетног уговора. Ипак, не би се требало придржавати дословног значења наведене одредбе. Приликом тумачења одредбе треба поћи од става да је давалац франшизе у обавези да потенцијалном примаоцу франшизе обезбеди преведен уговор и анексе уговора, у целости, на италијански језик, а на захтев потенцијалног примаоца франшизе. Иако се Декретом ставља акценат на заштиту потенцијалног примаоца франшизе, тј. примаоца франшизе, она предвиђа и заштиту иностраног даваоца франши-

41 *Ibidem*, art. 2(3).

42 *Ibidem*, art. 2(5).

43 *Ibidem*, art. 2(6)(7).

44 *Ibidem*, art. 3(1).

зе. Заштита иностраног даваоца франшизе остварује се на начин што потенцијални прималац франшизе може користити добијене „...податке из члана 2 ове уредбе само у циљу процене франшизе“.<sup>45</sup> Значај наведене одредбе управо је у томе што се даваоцу франшизе пружа заштита од могуће злоупотребе добијених података од стране потенцијалног примаоца франшизе. Информације које давалац франшизе чини доступним потенцијалном примаоцу франшизе често имају карактер поверљивих информација (енгл. *confidential information*) који се односе на пословање франшизинг мреже. Поједини подаци представљају бит самог франшизинг пословања, а потенцијални прималац франшизе могао би их злоупотребити, тј. могао би их учинити доступним конкуренцији наносећи штету даваоцу франшизе и франшизинг мрежи. Потенцијални прималац франшизе има ограничено право коришћења добијених података, може их користити само да процени да ли ће на основу њих приступити закључењу уговора или не, а у осталим случајевима одговараће даваоцу франшизе за насталу – причињену штету.

**Strahinja D. MILJKOVIĆ, PhD**

Assistant Professor at Faculty of Law University of Priština, Kosovska Mitrovica

## THE IMPORTANCE OF THE LAW No. 129/2004 OF THE REPUBLIC OF ITALY IN THE FIELD OF LEGAL NORMING OF A FRANCHISING AGREEMENT

### Summary

*Law No. 129/04 of 6 May 2004 aligns Italy among countries which directly regulated franchising agreement. Importance of the said Law is reflected in the fact that it establishes a comprehensive legal framework of franchising agreement regulations. Legal provisions determined the fundamental content of the agreement, while it also envisaged rights and obligations of the contracting parties (pre-contractual obligations), with the emphasis on protection of legal position of a franchisee. Guided by experiences and following legislative practice of countries with developed franchising business, the said Law is characterized by conciseness and brevity and it is considered as a very short legal act, including only nine articles. Another importance of the said Law is that it proclaims*

---

<sup>45</sup> *Ibidem*, art. 3(2).

*the principle of transparency of pre-contractual obligations, meaning that it falls within a group of disclosure laws. Although the legislative practice of civil law tends to completely regulate a contractual relationship, passing the said law has shown that it is impossible to completely regulate autonomous-fluid business operations of the contemporary trade law.*

**Key words:** *franchising agreement, franchisor, franchisee, pre-contractual information, disclosure law.*