

Univerzita Palackého v Olomouci
Právnická fakulta

Anna Toporcerová

Právní režimy mezinárodních franchisingových smluv

Diplomová práce

Olomouc 2021

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „*Právní režimy mezinárodních franchisingových smluv*“ vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.

V Olomouci dne 2. září 2021

Anna Toporcerová

Tímto bych velice ráda poděkovala panu JUDr. Mag. iur. Michalu Malackovi, Ph.D., MBA, za jeho čas, cenné rady, připomínky a vedení mé diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala mé rodinně a přátelům za veškerou podporu při psaní práce.

Obsah

OBSAH	4
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	6
ÚVOD	7
1 FRANCHISINGOVÁ SMLOUVA A JEJÍ VZTAH K OSTATNÍM SMLUVNÍM TYPŮM	9
1.1 FRANCHISINGOVÁ SMLOUVA	9
1.2 VZTAH K LICENČNÍ SMLOUVĚ	10
1.3 VZTAH KE KOMISIONÁŘSKÉ SMLOUVĚ	11
1.4 VZTAH KE SMLOUVĚ O OBCHODNÍM ZASTOUPENÍ	11
2 PRÁVNÍ ÚPRAVY FRANCHISINGU V EVROPĚ	13
2.1 NĚMECKO	13
2.2 ŠVÉDSKO	14
3 VSTUP NA MEZINÁRODNÍ TRH	16
3.1 JEDNOTLIVÉ DRUHY EXPANDACE	16
3.1.1 <i>Master franchising</i>	16
3.1.2 <i>Area development</i>	18
3.1.3 <i>Joint venture</i>	18
3.1.4 <i>Dceřiná společnost</i>	19
3.1.5 <i>Přeshraniční franchisingová smlouva</i>	20
3.2 ROLE PRÁVA EVROPSKÉ UNIE	21
3.2.1 <i>Problematika kartelových dohod</i>	23
3.2.2 <i>Ochrana know-how</i>	23
3.2.3 <i>Vertikální nařízení o blokových výjimkách</i>	24
3.2.4 <i>Vertikální cenová ujednání</i>	25
3.2.5 <i>Omezení distribuce</i>	26
4 PROCES UZAVÍRÁNÍ FRANCHISINGOVÉ SMLOUVY	27
4.1 SMLOUVA O SMLOUVĚ BUDOUCÍ	28
4.2 ÚVODNÍ USTANOVENÍ, STRUKTURA A PŘEDMĚT SMLOUVY	28
4.3 PRÁVA O POVINNOSTI FRANCHISORA	31
4.4 PRÁVA A POVINNOSTI FRANCHISANTA	32
4.4.1 <i>Dodržování rozvrhu rozvoje</i>	32
4.4.2 <i>Placení poplatků</i>	32
4.4.3 <i>Splnění požadavků franchisora směrem k dodržení kvality</i>	33
4.4.4 <i>Požadavek mlčenlivosti</i>	34
4.5 KONKURENČNÍ DOLOŽKA A DÉLKA TRVÁNÍ SMLOUVY	34
4.6 UKONČENÍ SMLUVNÍHO VZTAHU	35
4.6.1 <i>Porušení smlouvy ze strany franchisora</i>	35
4.6.2 <i>Porušení smlouvy ze strany franchisanta</i>	35
4.6.3 <i>Převod franchisingové smlouvy</i>	36
4.7 TYPICKÁ UJEDNÁNÍ PRO MEZINÁRODNÍ FRANCHISINGOVÉ SMLOUVY	37
5 ŘEŠENÍ SPORŮ Z FRANCHISINGOVÝCH SMLUV	39
5.1 SPORY	39
5.1.1 <i>Před soudem</i>	39
5.1.2 <i>Před rozhodcem a mediátorem</i>	41
ZÁVĚR	44
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	46
SHRNUTÍ	50
KLÍČOVÁ SLOVA	51

SUMMARY	52
KEY WORDS	53

Seznam použitých zkratk

BGB	Burgerliches Gesetzbuch (německý občanský zákoník)
DFV	Deutscher Franchise Verband
EFF	European Franchise Federation (Evropská Franchisová Federace)
ESD	Soudní dvůr Evropské unie
EU	Evropská unie
OZ	Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník
SFA	Swedish Franchise Association (Švédská Franchisová Asociace)
SFEU	Smlouva o fungování Evropské unie
UNICITRAL	The United Nations Commission on International Trade Law
UNIDROIT	The International Institute for the Unification of Private Law
ZMPS	Zákon č. 91/2012 Sb. O mezinárodním právu soukromém

Úvod

Franchising nemůže mít své kořeny nikde jinde než v USA. Tam začal vznikat na přelomu 19. a 20. století a svůj největší rozmach zažíval po druhé světové válce především v USA, ale ani západní Evropa nezůstala pozadu. Prvním uživatelem franchisingu byla dle všeho firma Singer Sewing Machine Company. Kdo by neznal jejich šicí stroje?¹ Autorka si toto téma vybrala, protože má za to, že ač se jedná o hojně užívaný pojem, v české literatuře se mu moc pozornosti nedostává.

V souvislosti s internacionalizací, globalizací a růstem mezinárodní spolupráce se na poli mezinárodního práva objevují různé smluvní typy, které stojí za povšimnutí. Pojem „franšíza“ rozhodně není pojmem neznámým. Na území České republiky se můžeme bavit o některých velkých řetězcích jako je McDonald, Yves Rocher a Burger King nebo KFC. Čím rychleji padají pomyslné hranice mezi jednotlivými státy, tím více se setkáváme s rozšiřováním franchisingu do zahraničí. Není to ovšem jednoduchý proces a franchisor se na cestě za internacionalizací může setkat s mnoha překážkami, jako je výběr vhodného franchisanta nebo problémy spojené s jinými právními úpravami.

Práce si klade za cíl odpovědět na otázku, který z procesů internacionalizace je pro franchisora nejlepší a jak postupovat při uzavírání smlouvy, tak aby obsahovala vše podstatné a mohla tudíž bezpečně reagovat i na případné spory. Autorka chce potenciální zájemce o mezinárodní franchising seznámit se základními pojmy, s fungováním franchisingu a problematickými aspekty, které bývají v případech přeshraničních smluv časté.

Autorka při psaní diplomové práce užije několik vědeckých metod, a sice analýzu, syntézu, klasifikaci a okrajově komparaci.

Tato diplomová práce je vyjma úvodu a závěru členěna do pěti kapitol. Kromě zdrojů z české literatury bude autorka čerpat i ze zdrojů cizojazyčných. Autorka nejprve rozebere franchisingovou smlouvu jako takovou na národní úrovni a srovná ji s některými smluvními typy, které jsou obdobné a mají společný základ. V následujících kapitolách se přesune do mezinárodního prostoru a zanalyzuje právní úpravy některých vybraných států a proces uzavírání smluv včetně sporů z nich vycházejících a jejich řešení.

Autorka se dále zaměří na proces internacionalizace, kdy jednotlivě rozebere způsoby vstupu do nadnárodního prostoru, a poté se je pokusí zhodnotit. Součástí této kapitoly bude také vliv práva Evropské unie na mezinárodní franchisingové smlouvy. Mimo jiné se zaměří i na

¹ BRZOBOHATÁ-ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. Lze podnikat pod cizím jménem? *Bulletin advokacie*. 1994, č. 9, s. 7.

problematická ustanovení, která bývají součástí smluv, a která právo EU vnímá jako problematická ve vztahu k ochraně hospodářské soutěže.

Stěžejními kapitolami této práce budou především poslední dvě. V předposlední kapitole autorka popíše jednotlivé kroky před a při uzavírání franchisingové smlouvy, zmíní její podstatné náležitosti, specifická ustanovení a doložky typické pro mezinárodní franchisingovou smlouvu. Problematika franchisingové smlouvy bude popsána vyčerpávajícím způsobem, aby případný čtenář této diplomové práce věděl, co přesně má smlouva obsahovat. V poslední kapitole se bude autorka věnovat sporům, které u franchisingových smluv mohou nastat, způsobům jejich řešení, přičemž nevynechá ani důležitá hlediska při výběru rozhodného práva. V této kapitole se mimo jiné zaměří také na klady a zápory řešení sporů před soudy nebo rozhodci a pokusí se zhodnotit, který způsob je pro strany franchisingové smlouvy nejrozumnější.

1 Franchisingová smlouva a její vztah k ostatním smluvním typům

V této kapitole se autorka bude věnovat franchisingové smlouvě jako takové a jejím vztahem k podobným smluvním typům. Nejprve se zaměří na vztah ke smlouvě licenční, z níž franchisingová smlouva vychází a v minulosti tak byla označována, poté na vztah franchisingové smlouvy se smlouvou komisionářskou a jejich odlišnosti, a také na vztah ke smlouvě o obchodním zastoupení.

1.1 Franchisingová smlouva

Franchisingová smlouva je právním jednáním mezi dvěma stranami – smlouvou – která je uzavřena dvěma právně i ekonomicky individuálními subjekty, které jsou označovány jako franchisor a franchisant. Je to smlouva kombinovaná, obsahuje elementy nejrůznějších smluvních typů a dotýká se tak řady právních oblastí.

Obsahuje zejména prvky licenčních smluv, dále smluv o využití know-how, smluv nájemních a případně smluv leasingových nebo těch o obchodním zastoupení. Přesné určení tohoto smluvního typu proto není snadné.²

Franchisingová smlouva je smlouvou inominátní, což znamená, že nemá přímou zákonnou úpravu. České právo proto poskytuje oběma smluvním stranám možnost se na náležitostech dohodnout víceméně volně, neboť neexistuje výslovná zákonná úprava, která by stanovovala náležitosti a podobu smlouvy.³ Není to ovšem nic neobvyklého ani v okolních zemích, kde se pro doplnění této inominátní smlouvy často užívá nástrojů *soft law*.⁴

Doposud neexistuje žádná oficiální definice franchisingové smlouvy, je zde však možnost nahlédnout do zahraničních právních úprav, a pokud tak učiníme, tak například v německé literatuře nalezneme tuto definici: „*Franchising je vertikální dlouhotrvající kooperace na smluvní bázi, vztah mezi jedním podnikatelem (franchisegeber) a jedním nebo více podnikateli (franchisenehmer) zavazující se vložit svůj kapitál a práci a naproti tomu jsou oprávněni používat značku poskytovatele franchisy (franchisegeber), jeho symboly, znalosti, určité vybavení a zvláštní práva na specifikované zboží nebo služby. Příjemci franchisingu jsou povinni platit pravidelný poplatek a podřídit se kontrole poskytovatele.*“⁵

² ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. s. 31.

³ ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU. *Franchising v České republice*. Praha : Daranus, 2008. s. 38.

⁴ BEJČEK, Josef, ŠILHÁN Josef a kol. *Obchodní smlouvy. Závazky v podnikání*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. s. 426.

⁵ BUREŠOVÁ, Jana. Franchising – Znaky. *Právní rozhledy*, 1997, roč. 5, č. 7, s. 386.

1.2 Vztah k licenční smlouvě

V rámci rekonstrukce Občanského zákoníku se právní základ pro licenční smlouvu nachází v § 2358 až § 2389 zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník (dále jen OZ). § 2358 vymezuje licenční smlouvu takto: „*Licenční smlouvou poskytuje poskytovatel nabyvateli oprávnění k výkonu práva duševního vlastnictví (licenci) v ujednaném omezeném nebo neomezeném rozsahu a nabyvatel se zavazuje, není-li ujednáno jinak, poskytnout poskytovateli odměnu.*“⁶

Právě ono samotné poskytnutí licence k danému duševnímu vlastnictví nebo know-how je základem velké škály franchisingových smluv. Z toho vyplývá, že licenční smlouva stojí nad smlouvou o franchisingu. Franchisingová smlouva je tedy jakýmsi poddruhem tohoto smluvního typu. Mimo prvky licenčních smluv obsahuje také určité prvky smluv o dílo či smluv o obchodním zastoupení.⁷

Charakteristickým obsahovým prvkem franchisingových smluv je licenční dohoda, jejímž předmětem je možnost užití duševního vlastnictví jiné osoby. Bez tohoto velmi důležitého prvku by franšíza jako taková nemohla plnit daný hospodářský účel. Hospodářský smysl duševního vlastnictví je důrazem licenční podstaty franchisingové smlouvy. Pokud tedy máme zhodnotit právní povahu franchisingových smluv, musíme se zaměřit i na obsahový základ a hospodářský význam.⁸ Dále se nabízí otázka formy smlouvy o franchisingu. § 2358 odst. 2 OZ nám určuje, ve kterých případech musí být smlouva o licenci uzavřena v písemné formě. Jedná se o poskytování licence výhradní nebo licence, která má být zapsána do příslušného veřejného seznamu.⁹

Franchisor tak uzavřením smlouvy poskytne franchisantovi dispoziční majetkové oprávnění k danému know-how nebo jinému právu. Mimoto je toto právo spojeno i s právem jiným, např. různá školení, technická výpomoc či metodické poradenství. Toto právo by se dalo považovat za podstatnou náležitost franchisingové smlouvy, a tak by měla tato ujednání obsahovat. Krom daného know-how může franchisant využívat i označení obchodní provozovny nebo uniformy zaměstnanců.¹⁰ Je nutno dodat, že obsahově smlouva o franchisingu přesahuje licenční smlouvu. Zatímco prof. Telec je toho názoru, že franchisingová smlouva je podtypem smlouvy licenční, autorka zastává názor, že vzhledem ke kombinaci ostatních druhů smluv v rámci této jedné smlouvy a celkově vzhledem ke specialitě smluv o franchisingu, by se již dnes dala považovat za samostatný smluvní typ, kterému se minimálně v mezinárodním prostoru dostává velké pozornosti.

⁶ Aktuální znění: Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

⁷ TELEEC, Ivo. Licenční základy frančizové smlouvy. *Časopis pro právní vědu a praxi*, roč. 11, č. 4, s. 288–293.

⁸ Tamtéž

⁹ § 2358 odst. 2 aktuální znění: Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁰ TELEEC, Ivo. Licenční základy frančizové smlouvy. *Časopis pro právní vědu a praxi*, roč. 11, č. 4, s. 288–293.

Je také potřeba dodat, že v 80. letech bylo Mezinárodní advokátní komorou a Mezinárodní franchisovou asociací vytvořeno Kompendium franchisingových pojmů, jehož hlavní úlohou mělo být sjednocení terminologie a mělo se tak zamezit přebírání pojmů ze smluv licenčních do smluv franchisingových. Toto kompendium mělo velkou zásluhu na vytváření franchisingových smluv jakožto samostatného smluvního typu.¹¹

1.3 Vztah ke komisionářské smlouvě

Komisionářská smlouva je upravena v OZ, a to konkrétně v § 2455 až § 2470.

Komisionářská smlouva je v § 2455 vymezena jako smlouva, kdy se „komisionář *zavazuje obstarat pro komitenta na jeho účet vlastním jménem určitou záležitost, a komitent se zavazuje zaplatit mu odměnu*“.¹²

Bezpochyby nejvýraznějším rozdílem mezi franchisingovou a komisionářskou smlouvou je způsob jednání, a sice jednání na vlastní účet, nebo jednání na účet jiného. V rámci komisionářské smlouvy jedná komisionář na účet komitenta, kdežto v případě smlouvy o franchisingu hovoříme o jednání na vlastní účet. Z právního jednání učiněného komisionářem vůči třetí osobě mu pak nevznikají žádná práva ani povinnosti¹³, kdežto v případě smlouvy o franchisingu je tomu naopak. Dalším rozdílem je také délka uzavření jednotlivých smluv. Z povahy komisionářské smlouvy vyplývá, že se bude jednat o smlouvu uzavíranou na krátkou dobu. Naproti tomu franchisingová smlouva je smlouvou dlouhodobého charakteru, což mimo jiné vyplývá z definice výše uvedené. V případě franchisingových smluv má tak franchisant daleko větší volnost.

1.4 Vztah ke smlouvě o obchodním zastoupení

Tento smluvní typ nalezneme v OZ, a sice v § 2483 an., jež je definován následovně:

„Smlouvou o obchodním zastoupení se obchodní zástupce jako nezávislý podnikatel zavazuje dlouhodobě vyvíjet pro zastoupeného činnost směřující k uzavírání určitého druhu obchodů zastoupeným nebo k ujednání obchodů jménem zastoupeného a na jeho účet a zastoupený se zavazuje platit obchodnímu zástupci provizi.“¹⁴

Osoby uzavírající smlouvu o obchodním zastoupení se vyznačují svou nezávislostí, což je typický znak i pro franchising. Jedná se o vztah dlouhodobého charakteru mající podobný cíl jako franchisingové smlouvy, jímž je zajištění odbytu služeb nebo zboží osoby, která je zastupována. Jediný rozdíl spočívá v tom, že při právním jednání jedná obchodní zástupce jménem zastoupeného a na jeho účet, kdežto ve franchisingu je to naopak.¹⁵ Kromě toho je v případě

¹¹ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 32.

¹² Aktuální znění: Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

¹³ § 2456 aktuální znění: Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁴ § 2483 aktuální znění: Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁵ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 32.

smlouvy o obchodním zastoupení stanovena povinná písemná forma, kdežto franchisingová smlouva jakožto smlouva inominátní tuto podmínku splňovat nemusí.

2 Právní úpravy franchisingu v Evropě

Franchising na evropské úrovni nemá žádnou jednotnou úpravu. Úprava tak zůstává v díkcí jednotlivých států EU. Je ovšem nutno dodat, že existuje velice nízké procento států, které by franchisingové smlouvy jako takové přímo upravovaly ve svých právních rádech. Franchising tak zůstává ve většině zemí smlouvou inominátní.¹⁶

Důležitým dokumentem na poli EU je Evropský kodex etiky franchisingu. Jeho role je podstatná, neboť jak již autorka několikrát uvedla, samotná smlouva o franchisingu je ve státech EU převážně inominátní smlouvou. Kodex stanovuje množství principů, které mají za úkol chránit postavení jak franchisora, tak franchisanta. Další významnou roli hraje Evropská franchisingová federace (EFF), jejíž členové se zavázali k dodržování principů a podstaty kodexu. V praxi to funguje dvojím způsobem. Buď si obě strany smlouvy jednotlivé principy do smlouvy zahrnou, čímž se pro smluvní strany stává kodex závazným, nebo si připojí ke smlouvě svou národní přílohu.¹⁷ Autorka si pro svou práci vybrala komparaci právních úprav dvou zemí, a sice Německo a Švédsko.

2.1 Německo

Stejně jako v České republice nemá ani Německo doslovnou právní úpravu franchisingové smlouvy a jedná se o smlouvu inominátní. Uzavření franchisingové smlouvy se tak řídí obecnými ustanoveními závazkového práva, která jsou obsažena v německém občanském zákoníku (*BGB*), dále pak obchodního práva, soutěžního práva a ustanoveními o nekalé soutěži.¹⁸

Chybějící právní úpravu franchisingu v Německu nahrazuje velice bohatá judikatura, která se začala rozvíjet od 80. let 20. století. Vzhledem k podobnosti právních úprav České republiky a Německa je případné přihlídnutí k jejich judikatuře žádané, neboť nám může určovat směr, kterým se případná úprava franchisingu v ČR může ubírat a pomáhat při jejím výkladu.¹⁹

Obzvláště důležitá jsou ustanovení § 305 BGB, jež zakotvuje pravidla pro použití obchodních podmínek v rámci smlouvy, a § 307 BGB, kde je ustanoven požadavek dobré víry mezi oběma stranami smlouvy, přičemž tato zásada je stěžejní pro německé občanské právo, a také požadavek přiměřenosti jednotlivých ujednání, která nesmí znevýhodňovat druhou stranu nepřiměřeným způsobem. V případě porušení § 307 BGB je smlouva neplatná.²⁰ V praxi se velmi

¹⁶ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 131.

¹⁷ *Franchising v České republice*. Praha : Daranus, 2008.

¹⁸ BILLING, Tom. *Germany: Franchise laws and regulations* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://iclg.com/practice-areas/franchise-laws-and-regulations/germany>

¹⁹ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. 150 s.

²⁰ BILLING, Tom. *Germany: Franchise laws and regulations* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://iclg.com/practice-areas/franchise-laws-and-regulations/germany>

obsáhle uplatňuje etický kodex Německého svazu franchisingu (*Deutscher Franchise Verband*), který stranám smlouvy udává široké množství pravidel ohledně žádaného chování při uzavírání smlouvy. Dodržování pravidel DFV vyžaduje a je tím podmíněno členství ve svazu.²¹

Jako příklad pravidel stanovených etickým kodexem může autorka zmínit povinnost franchisora vést úspěšně podnikatelský koncept po určitou a přijatelnou dobu a mít za sebou alespoň jeden pilotní projekt před tím, než začne svou franchisingovou síť. Dále má franchisor povinnost být vlastníkem nebo oprávněným uživatelem názvu společnosti, ochranné známky či jiného speciálního označení své sítě. Jako poslední by autorka ráda uvedla povinnost franchisora poskytnout individuální školení pro franchisanta, vedle tohoto požadavku je také povinen zajišťovat technickou a reklamní podporu, a to po celou dobu trvání smlouvy. Tato jednotlivá pravidla jsou důležitým předpokladem pro vznik a zachování členství v DFV, kdy se tímto prokazuje rovněž dodržování pravidel hospodářské soutěže, neboť je ustanovení etického kodexu v sobě zahrnují.²²

2.2 Švédsko

Švédsko je jedním z mála států, které přijaly zvláštní zákon k úpravě franchisingu. Jedná se o nepřilíš dlouhý zákon z května roku 2006, který upravuje franchisorovu informační povinnost. Franchisingová smlouva jako taková, včetně náležitostí, v něm však upravena není. Zákon se zaměřuje především na předmluvní informační povinnost, přičemž její porušení automaticky nezpůsobuje neplatnost smlouvy. Pokud je předmluvní informační odpovědnost franchisorem porušena, tak má franchisant možnost se domáhat jejího splnění soudní cestou. Koncepce tohoto zákona je inspirována vzorovou úpravou předmluvní informační povinnosti UNIDROIT.²³

UNIDROIT je Mezinárodní ústav pro sjednocení mezinárodního práva soukromého, má sídlo v Římě. Jeho hlavním cílem je studovat potřeby a metody, které přispějí k harmonizaci a koordinaci soukromého a především obchodního práva mezi státy a skupinami států, a formulovat jednotné právní nástroje, principy a zásady k dosažení tohoto cíle. Mimo Švédsko je jejím členem také ČR.²⁴

Definice franchisingové smlouvy byla ve Švédsku přijata v roce 2006 a její znění je v hrubém překladu následující: „Franchisingovou smlouvou se rozumí smlouva, kterou franchisor souhlasí

²¹ KAVĚNA, Martin a kol. *Právní úprava franchisingu – právo EU, modelový zákon UNCITRAL a právní úprava ve vybraných evropských státech: Studie č. 5.329*. Praha : Poslanecká sněmovna parlamentu ČR, červen 2012. s. 25.

²² METZLAFF, Karsten, BILLING, Tom. *Franchise 2011: Franchise in 32 jurisdictions worldwide*. London: Law business research, 2010. s. 55.

²³ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 162.

²⁴ UNIDROIT *History and overview* [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <https://www.unidroit.org/about-unidroit/overview>

s franchisantem v tom, že ten, na základě určité kompenzace vyplácené franchisorovi, použije určitý podnikatelský nápad či myšlenku franchisora pro marketing a prodej zboží a služeb. Dalšími podmínkami smlouvy jsou užití ochranné známky a ostatních práv duševního vlastnictví franchisora, kdy franchisant bude na oplátku spolupracovat při náhodných kontrolách dodržování dohody.²⁵

Co se týče franchisingu jako takového, podléhá švédskému smluvnímu právu a obecným smluvním principům a zásadám. Švédská franchisingová asociace (SFA) požaduje, aby její členové dodržovali etické standardy, které jsou v zásadě založeny na Evropském etickém kodexu pro franchising. Členství je na rozdíl od Německa nepovinné a ti, kteří nejsou jejími členy se jimi nemusí řídit. Tyto standardy vyžadují, aby franchisor před zahájením franchisingového podniku provedl jeho zkušební provoz, prokázal se jako vlastník všeho duševního vlastnictví spojeného s předmětem franchisingové smlouvy a franchisantovi poskytl počáteční a průběžné školení.²⁶

²⁵ ORANDER, Peter, SCHEDVIN, Mikael von. *Franchise 2012: Franchise in 30 jurisdictions worldwide*. London: Law business research, 2010. s. 169.

²⁶ Tamtéž

3 Vstup na mezinárodní trh

V momentě, kdy se franchisor rozhodne, že by svou franchisu rád expandoval na mezinárodní trh, má na výběr několik možností a je jen na něm, kterou z nich použije. Na cestě procesu internacionalizace se však musí vyrovnat s řadou překážek. Autorka v práci nastíní několik stěžejních postupů, které může franchisor využít.

Problémy, s nimiž se franchisor může setkat jsou dvojí, jednak organizační, a pak problémy spojené s prostředím. Mezi ty organizační patří například velikost společnosti, provozní zkušenosti, mezinárodní orientace vrcholového managementu, tolerance vedení k riziku a konkurenční výhody/nevýhody společnosti. Pod problémy spojené s prostředím dané země spadá nátlak místní konkurence, vnímání příznivosti daného prostředí a vlivy změn způsobených daným prostředím. Ve finále jsou to právě tyto překážky, které ovlivňují franchisorovu intenci k internacionalizaci a podle těchto aspektů si vybírá, kde expandovat.²⁷

3.1 Jednotlivé druhy expandace

3.1.1 Master franchising

Master franchising neboli sublicence je typem franchisingové smlouvy, která opravňuje franchisanta k poskytování franchisingu třetím subjektům na předem stanoveném území, většinou pro celý stát. Takový franchisant je poté označen jako „*master franchisant*“.²⁸

V zásadě nejdůležitějším úkolem master franchisanta je najít a zaškolit sub-franchisanta (což je za normálních okolností povinností franchisora) a poskytnout mu know-how přizpůsobené místnímu trhu.²⁹

Najít kvalifikovaného master franchisanta pro vstup na mezinárodní trh ušetří franchisorovi spoustu problémů a výdajů se zakládáním infrastruktury v zahraničí. Trénink a veškerou podporu musí jinak budoucímu franchisantovi při běžné franchisingové smlouvě poskytnout on sám. Dále to řeší problémy spojené s jazykovou bariérou jiného státu, kulturními rozdíly, hledáním zaměstnanců mezi místními, dodávkami zboží apod. Tento typ kooperace není ovšem pro každého. Master franchising vyžaduje objemný kapitál, jelikož výdaje spojené s propagací nové značky či produktu v cizím státě mohou být vysoké.³⁰

²⁷ EROGLU, Evgin. The Internationalization Process of Franchise System: A Conceptual Model. *International marketing review*. Emerald Group Publishing, 1992, s. 22.

²⁸ ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 50.

²⁹ CEBRIÁN SALVAT, María Asunción. Jurisdiction in Franchising Agreements: In Search of Efficiency. In: *Journal of International Dispute Settlement*. Oxford University Press, 2018, s. 612.

³⁰ GOLBERG, Eddy. Master franchising: Entering the game at a higher level. *Franchising.com* [online]. Franchise Update Media [cit. 2021-03-12]. Dostupné z:

<https://www.franchising.com/guides/master-franchising-entering-the-game-at-a-higher-level.html>

Nevýhodou tohoto systému je beze sporu fakt, že mezi franchisorem a třetími subjekty neexistuje lineární vztah. Ten totiž existuje jen mezi franchisantem a třetími subjekty, neboť franchisor má přímý smluvní vztah pouze s master franchisantem. To se poté odráží v možnostech kontroly ze strany franchisora, přičemž kontrolní mechanismus je důležitým předpokladem pro správné fungování franchisingového systému.³¹

Dalším osobitým problémem může být případný zánik smluvního vztahu mezi franchisorem a master franchisantem. Ukončení této smlouvy se nevztahuje na smlouvy uzavřené mezi master franchisantem a třetími subjekty, ty zůstávají netknuty. Nastává zde otázka, jak tento případný zádrhel řešit? Jednou z možností je ujednání právního nástupnictví franchisora ve smlouvě, který by se tak při ukončení smluvního vztahu s master franchisantem stal smluvní stranou master franchisingové smlouvy namísto master franchisanta.³²

Autorka by v rámci sporů, které z master franchisingové smlouvy vyplývají, ráda zmínila případ *Dayan v. McDonald's Corp.*³³, který ukazuje, jak těžká může být kontrola správného fungování franchisy v jiném než domovském státě. Raymond Dayan (dále jen *žalobce*) zde žaluje McDonald's (dále jen *žalovaný*) v rámci provozování několika restaurací McDonald's ve Francii. Nutno dodat, že subjekty měly mezi sebou uzavřenou právě master franchisingovou smlouvu. Smlouva kladla důrazné požadavky na udržování tzv. QSC (*quality, service, ceanliness*), což v překladu znamená kvalita, servis a čistota, kdy zachování těchto jednotlivých požadavků souvisí s dobrým jménem společnosti a musí být dodržovány bez ohledu na zemi, kde se restaurace žalovaného nachází. Žalobce se musel zavázat, že tyto standardy nebude porušovat bez výslovného písemného povolení a bude je dodržovat. Po několika letech porušování QSC se žalovaný rozhodl smlouvu vypovědět a poté s tímto uspěl i u soudu, který konstatoval, že žalovaný jednal plně v dobré víře a poskytoval vše potřebné k hladkému chodu restaurace, zatímco žalobce opakovaně porušoval jednotlivá ustanovení smlouvy. Docházelo mimo jiné i k problémům jazykové bariéry. Žalobce opakovaně požadoval francouzsky mluvícího provozního a žalovaný na tento požadavek vždy odpověděl, že najít někoho s požadovanými znalostmi franchisingového systému a francouzského jazyka by bylo velice obtížné, načež vždy nabídl kvalifikovaného provozního, který ovšem hovořil anglicky. Soud se i v tomto případě přiklonil na stranu žalovaného, kdy konstatoval, že k tomu, aby žalobce udržoval provozovnu v čistotě a chápal základní požadavky na hygienu, není nezbytný francouzsky hovořící provozní.

³¹ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 140.

³² Tamtéž

³³ *Dayan v. McDonald's Corp.*, 78 Ill. App. 3d 194, 397 N.E.2d 101 (Ill. App. Ct. 1979)

Žalobce byl oprávněn nadále udržovat chod restaurací, ale již bez ochranné známky McDonald's či jiných označení.³⁴

3.1.2 Area development

Area development je pojem, který charakterizuje dvě situace. První je případ, v němž by franchisor rád expandoval do zahraničí a master franchising není pro něj tou nejlepší volbou, a tak využije pomoci osoby (tzv. area developera) na území, kde by rád expandoval. Area development mu pomůže s výběrem případných franchisantů a starostmi okolo. Druhým případem area developmentu, který je hojně využíván ve Velké Británii, je speciální oprávnění franchisanta k otevření další franchisingové prodejny. Cílevědomý a spolehlivý franchisant se tak nemusí spokojit s vedením jen jedné provozovny, ale může jich spravovat víc, a na více územích.³⁵

Zásadním rozdílem mezi master franchisingem a area developmentem spočívá ve smluvním vztahu. Zatímco v master franchisingu neexistuje přímý vztah mezi franchisorem a ostatními franchisanty, ve smlouvě o area developmentu má franchisor smluvní vztahy dva. Nejprve s area developerem, a poté, co se najde perfektní kandidát na post franchisanta, uzavře smlouvu i s ním, čímž vznikne druhý smluvní vztah a area developer v tomto smluvním vztahu nehraje žádnou roli, franchisor si zbytek obstarává osobně. To ovšem neznamená, že smlouva výběrem franchisanta končí, area developer franchisorovi pomáhá i po uzavření franchisingové smlouvy.³⁶ Dalším rozdílem je délka smlouvy. Master franchising je smlouvou, která je uzavírána na delší časový úsek, obvykle 20 let a víc. Area development je většinou uzavírán na období, které nebývá delší než 5 let.³⁷

3.1.3 Joint venture

Franchisor má dále na výběr tzv. joint venture neboli společný podnik. V tomto případě se lze mezinárodnímu prvku vyhnout, a to tak, že si franchisor v zemi, kde by rád expandoval najde vhodný subjekt, se kterým se spojí ke společnému podnikání a tam se usadí. Takový podnik má pak ve vztahu k poskytnutému franchisingovému systému postavení sub-poskytovatele.³⁸

Jde o smlouvu, kterou mohou uzavřít dva a více podnikajících subjektů. V této situaci se bude jednat o franchisora a vhodného kandidáta na post partnera. Strany se pak podílejí na

³⁴ SCHAFFER, R., F. AUGUSTI and L. J. DHOOGHE. *International Business Law and its Environment*. Boston: Cengage Learning, Inc., 2018. s. 9. ISBN: 978-1-305-97259-9.

³⁵ PRATT, John. What's an area development franchise? *What-franchise.com* [online]. Aceville Publications TLD [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://www.what-franchise.com/questions/whats-an-area-development-franchise>

³⁶ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising* Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 141.

³⁷ KROCCO, Kerry. Area Developer. *Franchise.com* [online]. 2018 [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://www.franchise.com/blog/word-of-wednesday-area-developer/>

³⁸ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 140.

ziscích i ztrátách a veškerém chodu společnosti, to vše podle toho, jak je smlouva o společném podnikání nastavena.³⁹

Pro franchisora tento systém přináší řadu výhod. V první řadě profituje ze znalostí, které mu společník do tohoto vztahu vnese, neboť nová země a nové místo skýtá řadu neznámých, s nimiž se franchisor nebude muset vypořádat sám. Největší výhodou je bezesporu podíl na odpovědnosti a nákladech. Na druhou stranu se ale musí dělit i o své zisky, a to více, než by musel v klasickém vztahu franchisant – franchisor.⁴⁰

Pokud si však franchisor nevybere správného smluvního partnera, tento druh podnikání se může snadno změnit v noční můru. Konkrétně ukončení smluvního vztahu nebude nic jednoduchého. Mendelsohn a Acheson jsou toho názoru, že pokud franchisor nemá v místě podnikání podnik jiného druhu, anebo nebude schopen nahradit problematického partnera jiným (což je podle nich skoro nemožná varianta), je pozice franchisora v obtížném postavení. Nejschůdnější možností by zde bylo ukončit společné podnikání a vyplatit partnera. Autorka je toho názoru, že bez správného smluvního partnera je tato varianta velkým rizikem, neboť franchisor zde není natolik svobodný ve svém rozhodování a nemá tak výsostné postavení jako v jiných druzích vstupů na zahraniční trh.⁴¹

3.1.4 Dceřiná společnost

Franchisor může dále využít možnost založit v dané zemi dceřinou společnost, která může fungovat čtyřmi způsoby. Prvním z nich je možnost franchisora poskytovat franchising přímo ze své země do zamýšlené cílové země a dceřiná společnost bude v tomto případě hrát roli poskytovatele služeb. Druhou možností je udělení práv dceřiné společnosti jako by byla franchisantem, a ta by pak provozovala svou vlastní provozovnu nebo sub-franchising. Třetí možností je joint venture smlouva, v níž by dceřiná společnost hrála roli společníka. Poslední možností je využití dceřiné společnosti jako místní základny na daném území, která bude poskytovatelem služeb nebo franchisingového systému.⁴²

Dceřiná společnost bude na území plnit stejné funkce jako by je plnil franchisor sám, například poskytovat školení personálu.⁴³

³⁹ MARTIN, Becky. Is there really such a thing as a joint venture franchise? *Pointfranchise.co.uk* [online]. 18.03.2019 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.pointfranchise.co.uk/articles/joint-venture-franchise-741/>

⁴⁰ TUFFERY, Alice. What should you choose: Franchise or joint venture? *Pointfranchise.co.uk* [online]. 13.05.2019 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.pointfranchise.co.uk/articles/which-is-better-franchising-or-a-joint-venture-4771/>

⁴¹ MENDELSON, Martin, ACHESON, David. *Franchising - moderní forma prodeje*. Praha : Management Press, 1994. s. 95.

⁴² Tamtéž, strana 91.

⁴³ Tamtéž, strana 92.

3.1.5 Přeshraniční franchisingová smlouva

Tento typ se někdy označuje také jako přímý franchising a jedná se o situaci, kdy franchisor uzavírá smlouvu osobně a bezprostředně s každým franchisantem zvlášť.⁴⁴ Avšak tím, že se jedná o franchisanta z jiného než domovského státu, půjde o smlouvu mezinárodní, u které je třeba výslovně upravit některé základní předpoklady. Konkrétně jde o volbu rozhodného práva, které se použije v případě vzniklých sporů z dané smlouvy, nebo začlenění rozhodčí doložky.

Rozehnalová má za to, že vzhledem k vysoké právní informovanosti se tyto situace budou vyskytovat zřídka, ovšem poskytuje řešení pro případ, kdy taková situace nastane. Jako při každé mezinárodní smlouvě zde budou v kolizi právní režimy dvou zemí a je nutno vyřešit, který z nich bude ten rozhodný.⁴⁵

Je třeba vzít v potaz několik způsobů, jimiž se právo určuje. Nařízení Řím I. v článku 4 odst. 1 písmene e) uvádí, že pro případy, kdy nebylo rozhodné právo stanoveno smluvně, se pro franchisingovou smlouvu užije práva země, v níž má franchisant obvyklé bydliště.⁴⁶ Je však potřeba mít na paměti, že toto ustanovení se použije pouze v případech smluv uzavíraných mezi subjekty států Evropského společenství, s výjimkou Dánska.⁴⁷

Zákon o mezinárodním právu soukromém naopak v § 87 odst. 1 klade důraz na rozhodné právo toho státu, se kterým smlouva nejužejí souvisí, pro případ, že si smluvní strany rozhodné právo ne zvolily.⁴⁸ Naši pozornosti by však neměly uniknout ani mezinárodní smlouvy, zejména Vídeňská úmluva, která je pro stanovení rozhodného práva franchisingových smluv neméně důležitá. Tato úmluva reaguje na smlouvy o koupi, které byly uzavřeny mezi smluvními stranami Úmluvy, jakožto i na práva a povinnosti z nich vyplývající. Reaguje tak na širší skupinu států, než je Evropské společenství. Zde je ovšem třeba dát pozor na článek 3 odst. 2, který říká, že: „*Tato Úmluva se nepoužije na smlouvy, v nichž převažující část závazků strany, která dodává zboží, spočívá ve vykonávání prací nebo poskytování služeb.*“⁴⁹ Vzhledem k tomu, že velké množství franchisingových smluv obsahuje právě tato ujednání, není možné toto ustanovení používat obecně, ale je nutné každou smlouvu posoudit individuálně. Tomuto tématu se však autorka bude více věnovat v kapitole 5.

⁴⁴ MENDELSON, Martin, ACHESON, David. *Franchising - moderní forma prodeje*. Praha : Management Press, 1994. s. 90.

⁴⁵ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Právo mezinárodního obchodu*. 3. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2010. s. 538.

⁴⁶ Čl. 4 odst. 1 písm. e) nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy

⁴⁷ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 139.

⁴⁸ Aktuální znění: Zákon č. 91/2012 Sb., o mezinárodním právu soukromém, ve znění pozdějších předpisů.

⁴⁹ Sdělení Federálního ministerstva zahraničních věcí č. 160/1991 Sb., O sjednání úmluvy OSN o smlouvách o mezinárodní koupi zboží

Někteří odborníci doporučují uzavírat tento typ smluv v případech, kdy se jedná o sousední státy, a to právě z důvodů zeměpisné blízkosti, shodnému typu zákazníků, snadnějšímu dohledu a podpoře franchisantů.⁵⁰

Po zhodnocení jednotlivých druhů expanze do mezinárodního prostoru dospěla autorka k závěru, že pokud franchisor neplánuje velký rozmach a chtěl by např. své know-how či práva z průmyslového vlastnictví poskytnout jen malému počtu subjektů, nad kterými by měl relativně velkou kontrolu, měl by přistoupit právě k přímému franchisingu. Franchisor bude pravděpodobně chtít expandovat pouze do okolních zemí, kde jsou zpravidla obdobné právní systémy a podmínky pro podnikání, což je zpočátku schopen korigovat. Při zvolení rozhodného práva v případě sporu se tak nemusí obávat komplikovaných problémů a pro začátek je to vhodná možnost.

Kdyby však franchisor plánoval velký rozmach na všechny světové strany, je pro něj dle autorky nejlepší možností area development. Má velmi podobné prvky jako master franchising, až na to, že zde má franchisor jistý vztah s novými franchisanty, kdežto v master franchisingu tento smluvní vztah vůbec nevzniká, a může tak způsobit komplikace v případě sporů s master franchisantem. Dalším potenciálním problémem je objemný kapitál, který je v master franchisingu potřeba, a ne každý těmito prostředky disponuje. Franchisor má dále také pojistku pro případ, že vztah s master franchisantem nedopadne dle plánu, a nemusí tak řešit problematiku neexistujícího vztahu se sub-franchisanty. Není totiž náhodou, že giganti typu McDonald's a Burger King se v rámci své expanze master franchisingu vyhýbají, ač právě tyto společnosti disponují objemným kapitálem. Je to právě ona neexistence smluvního vztahu se sub-franchisanty, která může být v reálném sporu skutečným problémem.⁵¹

Pokud by se ovšem franchisor chtěl vyhnout i tomuto druhu internacionalizace, je dle autorky schůdným řešením založení dceřiné přeshraniční společnosti.

3.2 Role práva Evropské Unie

V rámci Evropy docházelo především na konci 80. let k velkému rozmachu franchisingu a s touto expanzí tak nastala potřeba úpravy franchisingu v souladu s právem EU, konkrétně s právem na ochranu hospodářské soutěže. Ochrana hospodářské soutěže se dá obecně považovat za jednu z nejdůležitějších politik EU, jelikož EU je prostorem s velice specifickým vnitřním trhem, jehož součástí je volný pohyb zboží, služeb, osob a kapitálu.⁵²

⁵⁰ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 139.

⁵¹ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 140.

⁵² ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 121.

Od roku 2004 je ČR oficiálním členem Evropské unie, což s sebou přineslo několik změn, a to především právních. Momentem vstupu se totiž právo EU stalo součástí právního řádu ČR. Jedná se o právo nadnárodní, na jehož tvorbě se podílejí všechny členské státy tohoto společenství včetně orgánů EU, a vyznačuje se svou předností před právem vnitrostátním.⁵³

Právem EU se má na mysli právo primární, což obsahuje všechny zakladatelské smlouvy, a právo sekundární. Právo sekundární se skládá především z nařízení, která jsou pro všechny členské státy závazná ode dne vstupu do EU, a směrnic, které však nejsou přímo závazné, ovšem vyžadují implementaci do právních řádů jednotlivých států. Kromě nařízení a směrnic jsou součástí sekundárního práva i doporučení, stanoviska a rozhodnutí.⁵⁴

Co to však znamená pro franchising? Právo evropského společenství bude ve vztahu mezi franchisantem a franchisorem použito vždy, když bude jejich jednání jakkoliv působit na hospodářskou soutěž v rámci vnitřního trhu. Není vůbec podstatné, zda jsou oba subjekty ze stejného členského státu nebo každý z jiného, stejně tak mohou být oba subjekty ze třetích států. Jediné, co hraje v tomto případě roli, jsou konsekvence, které se na vnitřním trhu projeví, a dokud chtějí subjekty fungovat na poli EU, musí dodržovat pravidla, která jsou stanovena.⁵⁵

Nesmíme opomenout ani Soudní dvůr EU (dále jen *ESD*) a jeho rozhodovací pravomoci, které nám taktéž poskytují nejedno vodítko. Za zmínku stojí konkrétně rozhodování v případech souběžnosti vnitrostátního a komunitárního práva. V minulosti soud judikoval, že zahájení řízení ze strany Komise ve věci kartelových dohod nebrání členskému státu v zahájení řízení v té samé věci dle práva vnitrostátního. V praxi to tedy znamená, že strany jedné franchisingové smlouvy mohou být v rámci jednoho správního deliktu narušujícího hospodářskou soutěž sankcionovány jak dle práva komunitárního, tak dle práva vnitrostátního. Je však nutné, aby k tomuto protiprávnímu jednání došlo před vstupem do EU.⁵⁶

V rámci franchisingu je velmi důležité zmínit Smlouvu o fungování Evropské unie (dále jen *SFEU*), a to konkrétně články 101 (bývalý článek 81 Smlouvy o Evropském společenství) a 103 (bývalý článek 83 Smlouvy o Evropském společenství), které obsahují pravidla pro hospodářskou soutěž.

Smlouvy o franchisingu podléhají plnému přezkumu unijního práva o hospodářské soutěži. Autorka v následujících odstavcích nastíní několik problematik v rámci franchisingu, na které právo EU o hospodářské soutěži reaguje.

⁵³ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 119.

⁵⁴ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 38.

⁵⁵ Tamtéž, strana 41.

⁵⁶ Tamtéž, strana 45.

3.2.1 Problematika kartelových dohod

Čl. 101 odst. 1 SFEU výslovně zakazuje jakékoliv dohody mezi podniky, které by mohly narušit vnitřní trh a hospodářskou soutěž. Tímto se mají na mysli dohody mezi podniky a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly omezit či narušit hospodářskou soutěž na vnitřním trhu EU.

V následujícím odstavci je poté stanoveno, že porušení tohoto článku má za následek počáteční neplatnost takovýchto dohod, načež však článek ve svém finálním odstavci kumulativně vymezuje podmínky, při jejichž splnění je použití odst. 1 vyloučeno.

Aby bylo možné použít čl. 101 SFEU, musí dojít ke splnění následujících podmínek, a to hromadně:

- pluralita subjektů
- dohoda či jednání ve vzájemné shodě mezi těmito subjekty
- tato dohoda či jednání musí být způsobilá ovlivnit obchod mezi členskými státy
- účelem či důsledkem takovéto dohody či jednání je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu.⁵⁷

Franchisingové smlouvy v Evropě jsou bez ohledu na volbu práva a soudu předmětem práva EU o ochraně hospodářské soutěže. Důvodem je to, že čl. 101 SFEU je Soudním dvorem EU považován za pravidlo veřejného pořádku, a tudíž jej vnitrostátní soudy musí aplikovat bez ohledu na výběr rozhodného práva, který může smlouva obsahovat. Reálně se tak čl. 101 SFEU použije pouze v situaci, kdy má smlouva znatelný vliv na obchod mezi členskými státy. Pokud se účinky smlouvy projeví pouze na vnitrostátním trhu, přichází na řadu použití vnitrostátního práva, které však obvykle odráží právo EU.⁵⁸

3.2.2 Ochrana know-how

Jedním z hlavních prvků franchisingové smlouvy je poskytnutí licence k právům duševního vlastnictví, jako je např. know-how. Ochranou know-how se v minulosti zabýval ESD v rozhodnutí *Pronuptia*⁵⁹, kdy v rámci předběžné otázky, kterou vznesl Spolkový soud, řešil použití čl. 101 SFEU v rámci franchisingových smluv. ESD rozhodl, že ustanovení, která jsou ve smlouvě nezbytně nutná pro ochranu know-how a asistenci poskytovanou franchisorem před konkurencí, jsou přípustná a nepředstavují zásah do pravidel hospodářské soutěže. Dále jsou přípustná ustanovení, která vytváří kontrolu nezbytně nutnou pro udržení identity a pověsti, a taktéž nejsou zásahem do pravidel hospodářské soutěže.

⁵⁷ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 49.

⁵⁸ VAN DER LAAN, Kennedy. *Franchising in EU Competition Law* [online]. July 31 2020 [cit. 2021-7-21]. Dostupné z: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=500ddb51-85e6-42c5-bdeb-0d0e221e24cd>

⁵⁹ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 28. ledna 1986, *Pronuptia de Paris GmbH, Frankfurt am Main v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgalis, Hamburg*, 161/84 (v el. Sb. rozh.)

Mimo know-how se v rozsudku zabýval i cenovými doporučeními a dohodami o distribuci zboží. Dle ESD nemusí být skutečnost, že franchisor poskytne cenové doporučení franchisantovi nutně zásahem, dokud neexistuje jednání ve vzájemné shodě spočívající v dodržování takových cen mezi franchisorem a franchisantem nebo franchisanty navzájem. Dohody o distribuci zboží, které obsahují ustanovení o sdílení trhů mezi franchisorem a franchisantem nebo mezi franchisanty, mohou vzájemně ovlivnit obchod mezi členskými státy. Je tady však nutno zdůraznit slovo mohou, dané dohody je třeba zkoumat individuálně právě z toho důvodu, že některé z nich mohou být v pořádku.

3.2.3 Vertikální nařízení o blokových výjimkách

Neméně důležité je v rámci práva EU nařízení Komise (EU) č. 330/2010, o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě⁶⁰ (dále jen *blokovaná výjimka pro vertikální dohody*). Platnost tohoto nařízení vyprší 31. května 2022, do té doby Evropská komise rozhodne, zda jej nechá zrušené, anebo prodlouží platnost, případně přidá nějaké úpravy.⁶¹

Toto nařízení bylo dále doplněno sdělením Komise 2010/C 130/01, o pokynech k vertikálním omezením, které měly takovým dohodám usnadnit interpretaci nařízení a poskytnout jim „bezpečný přístav“. Pokyny mimo jiné obsahují také výčet nejběžnějších typů vertikálních omezení, a franchising je právě jedním z uvedených.

Jak již autorka výše zmínila, dle soutěžního práva EU je franchisingová smlouva považována za vertikální dohodu. Vertikálními dohodami se dle blokované výjimky pro vertikální dohody rozumí „*dohody nebo jednání ve vzájemné shodě, jež byly uzavřeny mezi dvěma nebo více podniky, z nichž každý pro účely dohody nebo jednání ve vzájemné shodě jedná na různé úrovni výrobního nebo distribučního řetězce, a které se týkají podmínek, za kterých mohou strany nakupovat, prodávat nebo dále prodávat určité zboží nebo služby.*“⁶² Vzhledem k tomu, že franchisingové dohody jsou kvalifikovány jako vertikální, mohou často z tohoto nařízení profitovat. Na základě nařízení se čl. 101 odst. 1 SFEU nevztahuje na vertikální omezení franchisingové dohody, pokud tržní podíl franchisora a franchisanta nepřesahuje 30 % na relevantním trhu a dohoda neobsahuje tvrdá omezení, která jsou pak obsažena v čl. 4 blokované výjimky pro vertikální dohody. Jsou-li taková omezení v dohodě obsažena, nemůže franchisor profitovat z blokovaných výjimek pro vertikální dohody. V takovémto

⁶⁰ Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. Vest. L 102, 1. června 2010, s. 1 a násl.

⁶¹ VAN DER LAAN, Kennedy. *Franchising in EU Competition Law* [online]. July 31 2020 [cit. 2021-7-21]. Dostupné z: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=500ddb51-85e6-42c5-bdeb-0d0e221e24cd>

⁶² Čl. 1 odst. 1 písm. a) nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. Vest. L 102, 1. června 2010, s. 1 a násl.

případě se musí individuálně posoudit, zda omezení představují porušení práva hospodářské soutěže dle čl. 101 odst. 1 SFEU a zda se výjimka obsažená v čl. 101 odst. 3 SFEU použije nebo ne. V tomto ohledu pokyny Komise k vertikálním omezením explicitně stanoví, že „čím důležitější je převod know-how, tím je pravděpodobnější, že omezení povedou ke zvýšení hospodářské účinnosti a/nebo že jsou nezbytná k ochraně know-how a že vertikální omezení splňují podmínky čl. 101 odst. 3 SFEU.“ Tvrdá omezení jsou však považována za opravdu závažná a nemají žádný pro soutěžní efekt. Skoro vždy porušují soutěžní právo unie a mohou být postižena pokutami a jakožto absolutně neplatné nejsou ani vymahatelné.⁶³

3.2.4 Vertikální cenová ujednání

Vertikální cenová ujednání jsou dle soutěžního práva EU považována za tvrdá omezení. Čl. 101 odst. 1 písm. a) SFEU stanovuje, že dohody, které přímo či nepřímo určují nákupní nebo prodejní ceny, jsou dohodami zakázanými a s vnitřním trhem neslučitelnými.⁶⁴ Franchisant musí mít vždy možnost a volnost nastavit si ceny pro další prodej a franchisant jej stanovením cen nesmí omezovat. Doporučení cen pro další prodej a stanovení stropu pro takové ceny je však povoleno. Franchisor též nesmí zavádět minimální cenu pro další prodej skrz nepřímé prostředky. Některými příklady takových nepřímých prostředků jsou: dohoda, která stanoví distribuční rozpětí; stanovení maximální hranice slevy, kterou franchisant může poskytnout ze stanovené cenové hranice; omezení uplatňování slev franchisantem; hrozby, zastrašování a varování či pokuty; opoždění nebo pozastavování dodávek apod.⁶⁵

Avšak Ctibor a Horáčková⁶⁶ ve své publikaci odkazují na již zmiňované sdělení Komise o pokynech k vertikálním omezením, které z tohoto tvrdého omezení skýtají výjimku. Některá vertikální cenová ujednání totiž mohou mít pozitivní vliv na hospodářskou soutěž. Ve sdělení⁶⁷ je uvedeno, že čl. 101 odst. 3 SFEU umožňuje, aby některé dohody, jejichž výhody znatelně převažují nad protisoutěžními účinky, dostaly výjimku ze zákazu uvedeném v čl. 101 odst. 1 SFEU.

Komise ve svém sdělení také uvádí příklady, kdy stanovení cen přispívá ke zvýšení účinnosti hospodářské soutěže. Bude to zejména v případě, kdy iniciativa ke stanovení cen přijde ze strany dodavatele. Jedná se o situaci, kdy ze strany výrobce dojde k zavedení nového výrobku a

⁶³ VAN DER LAAN, Kennedy. *Franchising in EU Competition Law* [online]. July 31 2020 [cit. 2021-7-21]. Dostupné z: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=500ddb51-85e6-42c5-bdeb-0d0e221e24cd>

⁶⁴ Článek 101 odst. 1 písm. a), Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. prosince 2012, Úř. Vest. EU C 326, 26. října 2012

⁶⁵ VAN DER LAAN, Kennedy. *Franchising in EU Competition Law* [online]. July 31 2020 [cit. 2021-7-21]. Dostupné z: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=500ddb51-85e6-42c5-bdeb-0d0e221e24cd>

⁶⁶ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 63.

⁶⁷ Bod 225 Sdělení Komise (ES) 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením. Úř. Vest. C 130, s. 1 a násl.

stanovení cen se v tomto případě ukáže jako výhodné, zejména během období propagace nového výrobku, kdy dochází ke zvyšování poptávky. V případech franchisingových dohod je tak možné na krátkodobé období, které trvá obvykle 2 až 6 týdnů, stanovit si pevné ceny, které budou nízké, a tudíž ku prospěchu spotřebitelů.⁶⁸

3.2.5 Omezení distribuce

Součástí mezinárodních franchisingových smluv bývají velmi často také ujednání, kterými je franchisantovo poskytování služeb či jeho prodej ohraničen přesně vymezenou oblastí, kde je mu umožněno franchising provozovat, nebo skupinou zákazníků, se nimiž může obchodovat. Zpravidla to bývá odůvodněno ochranou franchisanta před ztrátou počátečních investic, ale i zde se bude jednat o tvrdé omezení hospodářské soutěže, a to konkrétně dle čl. 4 písm. b) blokové výjimky pro vertikální dohody.⁶⁹ Důvodem je zřejmý rozpor se svobodou zboží a služeb v rámci EU, což je jeden ze základních pilířů, na kterém EU staví. Bloková výjimka v čl. 4 písm. b) vymezuje pět případů, kdy budou tato ustanovení v souladu s pravidly hospodářské soutěže, ale i zde bude třeba každou takovou smlouvu individuálně posoudit. Je však nutno dodat, že i přes čl. 4 písm. b) obsahuje omezení distribuce velké procento mezinárodních franchisingových smluv, a to i přes to, že se jedná o vážný zásah do pravidel hospodářské soutěže. Je-li však ujednání ve smlouvě nezbytné pro ochranu know-how a franchisingového systému jako takového, bude to vyžadovat velmi schopného advokáta, který by smlouvu nastavil tak, aby byla v souladu s čl. 4 písm. b) blokové výjimky pro vertikální dohody, a tudíž právně v pořádku.⁷⁰

Na závěr této kapitoly by autorka ráda dodala, že přemýšlí-li franchisor nad expandováním v rámci EU, musí pamatovat nejen na mezinárodní smlouvy a jiná právní odvětví, která franchisingovou smlouvu ovlivňují, ale také na právo EU, které je v mnoha věcech nekompromisní a může v případném sporu hrát velkou roli. Zejména pak, pokud franchisingová smlouva obsahuje některé z výše zmíněných zakázaných ujednání, která se mohou zdát na první pohled jako potřebná, ale na druhý pohled je bude lepší ze smlouvy vynechat.

⁶⁸ Bod 225 Sdělení Komise (ES) 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením. Úř. Vest. C 130, s. 1 a násl..

⁶⁹ Čl. 4 písm. b) nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. Vest. L 102, 1. června 2010, s. 1 a násl.

⁷⁰ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 67.

4 Proces uzavírání franchisingové smlouvy

Samotné jednání a proces uzavírání smlouvy by se dal rozdělit do několika částí.

Tou první bude rozhodně nalezení nejvhodnějšího smluvního partnera. Smluvním partnerem může být jak osoba fyzická, tak osoba právnická. Způsobů, kterými může franchisor najít perfektního franchisanta je v dnešní době několik. Může jej objevit v rámci inzerátů či internetu, nebo také na společenských událostech, které se v rámci franchisingu konají. Asi nejtýpější však bude seznámení se skrz jiného franchisora či franchisanta. Druhou částí bude kontaktování případného franchisanta a vyplnění žádosti o poskytnutí licence franchisantem.⁷¹ V rámci žádosti se zpravidla vyplňují osobní údaje o franchisantovi, dále informace o předchozích zkušenostech v podnikání a finančním zázemí.⁷² V třetí části franchisor vyhodnotí formulář a čtvrtou částí je pohovor. V momentě, kdy franchisant úspěšně projde všemi těmito fázemi, nastává ta úplně poslední, a tou je uzavření smlouvy o budoucí franchisingové smlouvě. Tato upravuje vztahy mezi franchisorem a franchisantem do doby, než bude uzavřena smlouva hlavní.⁷³

Franchisorem bude v tomto smluvním vztahu nejpravděpodobněji zkušený podnikatel, který je vlastníkem know-how a vyvinul koncepci, která je použitelná ve více provozovnách. Tu samou koncepci musí chtít předat jinému franchisantovi v rámci poskytnutých rad a školení, čímž zajistí správný chod provozovny dle pravidel, která si franchisor nastaví. Tím mimo jiné zajistí nepřetržitý vývoj a stálost této koncepce. Na druhé straně pak stojí již zmiňovaný franchisant, kterým bude pravděpodobně nezávislý podnikatel vybraný franchisorem. Franchisant musí splňovat požadavky stanovené franchisorem, a sice musí mít chuť se prosadit a být úspěšný, musí projevit vůli spolupracovat a podřízovat se již stanoveným podmínkám a pravidlům v rámci franchisingové sítě. Neméně důležitý je dostatečný kapitál pro rozvoj provozovny a ochota převzít za ni potřebnou zodpovědnost.⁷⁴

Při uzavírání franchisingové smlouvy je však kromě vlivů práva soukromého třeba zohlednit i dopady jiných právních odvětví, zejména normy správního práva, normy práva duševního vlastnictví, kde je obzvlášť důležitá problematika obchodních známek, normy soutěžního práva, a nakonec normy z oblasti daňového práva, včetně problematiky cel a poplatků, které mohou být podstatné pro dovoz materiálů, strojů či jiných zařízení.⁷⁵

⁷¹ ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 34.

⁷² JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Franchising*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1997. s. 69.

⁷³ ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 35.

⁷⁴ BEJČEK, Josef, ŠILHÁN, Josef, a kolektiv. *Obchodní smlouvy. Závazky v podnikání*. 1. vydání. Praha : C.H. Beck, 2015. s. 432.

⁷⁵ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Právo mezinárodního obchodu*. 3. vydání. Praha : Wolters Kluwer, ČR, a. s., 2010. s. 539.

4.1 Smlouva o smlouvě budoucí

Tato smlouva je řešením do doby, než bude mezi franchisorem a franchisantem uzavřena smlouva hlavní. Je důležitým bodem z hlediska dočasné úpravy vztahů mezi stranami. Alfou a omegou této smlouvy je především ochrana informací, které budou sděleny před uzavřením smlouvy hlavní, a také zavázání se k jejímu uzavření ve stanovené lhůtě. Základním předpokladem uzavření smlouvy hlavní je absolvování úvodních školení, která provádí franchisor, a nalezení vhodného prostoru k výstavbě provozovny nebo podniku, ve kterém bude franchisant podnikat a který bude součástí franchisingové sítě. Smyslem úvodních školení je zachování kvality, standardů a dobrého jména franchisingového systému franchisantem a hladký průběh podnikání dle pravidel, která franchisor stanoví.

Dalším důležitým bodem smlouvy o smlouvě budoucí je i předběžná podnájemní smlouva k užívání prostor, kde se bude realizovat podnikání franchisanta.⁷⁶

Forma smlouvy je čistě v dispozici stran závazku, neboť zákon povinnost písemné formy neukládá. Je však žádoucí, stejně jako v případě smlouvy hlavní, aby si strany i budoucí smlouvu uzavřely v písemné podobě, a to z důvodu složitosti a komplexnosti závazku. Mimo jiné tak bude mít franchisor větší jistotu i z hlediska ochrany sdělených informací, než kdyby strany smlouvu ponechaly ve formě ústní.⁷⁷

Co se týče lhůty k uzavření hlavní smlouvy, možností je více. Pokud není ve smlouvě lhůta stanovena, nastupuje v tomto případě § 1785 OZ, který stanovuje, že k uzavření smlouvy je třeba vyzvat druhou stranu do jednoho roku. Zákon ale nezmiňuje, odkdy taková lhůta běží. Nebude-li však ze smlouvy vyplývat něco jiného, lhůta běží ode dne účinnosti smlouvy.⁷⁸ Druhou možností je, že si strany ve smlouvě lhůtu určí odlišně od zákona, dle potřeb a druhu franchisingového systému. Závěrem je však nutno dodat, že existují také franchisingové systémy, které institut smlouvy o smlouvě budoucí nevyužívají a přistupují rovnou ke smlouvě hlavní.⁷⁹

4.2 Úvodní ustanovení, struktura a předmět smlouvy

Úvodní ustanovení by mělo obsahovat záhlaví a preambuli. V záhlaví musí každá smlouva přesně specifikovat strany smlouvy, kterými jsou autorkou již zmiňovaní franchisor a franchisant. Informace uváděné ke stranám smlouvy pak vychází z jejich povahy. Právníckou osobu bude třeba specifikovat jinými údaji než fyzickou. U osoby právnické je ideální uvést mimo základní

⁷⁶ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 35.

⁷⁷ HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721–2054)*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 281-285.

⁷⁸ Tamtéž

⁷⁹ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 36.

označení i identifikační a registrační číslo, pod kterým je zapsána v obchodním rejstříku, a taktéž jméno, příjmení a funkci statutárního zástupce, který má pravomoc za právnickou osobu jednat. Na škodu nebude ani uvedení bankovního spojení, elektronické adresy či datové schránky. U fyzické osoby jsou to především údaje o osobě, jako jméno, příjmení, datum narození a trvalé bydliště i rodné číslo. Pokud se jedná o podnikatele, který je zapsán v obchodním rejstříku, je nutno specifikovat i toto. Pokud zapsán není, je třeba zmínit, co je základem k jeho oprávnění podnikat, kdo byl vydavatelem a pod jakým registračním číslem je veden. Mimoto se i zde uvádí bankovní spojení.⁸⁰

V preambuli se uvádí definice poskytovaného franchisingu. Tato nemusí být nutně jednoznačná, neboť jsou zde často ustanovení, z nichž tato definice franchisingu pouze vyplývá. Preambule je důležitá především pro interpretaci smlouvy, jelikož na jejím základě se dá určit, o jaký druh spolupráce se bude jednat. Nutným bodem preambule je také označení franchisingového systému a jeho stručná charakteristika, tento systém bude totiž předmětem smlouvy. Z toho všeho pak musí být zřejmá vůle ze strany franchisora poskytnout své know-how a vůle franchisanta toto přijmout.⁸¹

Vzhledem k faktu, že tento smluvní typ se doposud nedočkal právní úpravy, bude třeba co nejobsáhleji upravit všechny potřebné náležitosti ve smlouvě, čímž se může předejít mnoha sporům. V každé smlouvě by proto měly být následující body:

- stanovení typu spolupráce stran smlouvy
- předmět smlouvy a teritoriální vymezení franchisingu
- uvedení práv na označení a specifikace vzhledu provozoven, obchodů a identifikačních znaků franchisora
- práva a povinnosti franchisora
- práva a povinnosti franchisanta
- práva franchisora dále rozvíjet a aktualizovat franchisingový systém
- vztahy v rámci franchisingové sítě
- vztahy ke konkurenci a třetím osobám
- dodací a platební podmínky, vedení účetnictví
- úvodní a průběžná školení franchisanta a jeho zaměstnanců
- poplatková povinnost a její specifikace
- předkupní právo franchisora, podmínky prodeje a postoupení franchisingového podniku

⁸⁰ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 38.

⁸¹ BEJČEK, Josef, ŠILHÁN, Josef, a kolektiv. *Obchodní smlouvy. Závazky v podnikání*. 1. vydání. Praha : C.H. Beck, 2015. s. 433.

- právní nástupnictví
- délka trvání smlouvy a možné prodloužení
- podmínky a následky předčasného ukončení smlouvy
- výpovědní důvody
- podmínky a následky ukončení smlouvy a vzájemné vypořádání⁸²

Předmětem neboli jakýmsi jádrem celé smlouvy je poskytnutí práv franchisora franchisantovi. Tato práva zahrnují celou škálu práv jako např. využití ochranných známek, užívání jména společnosti, předepsaných uniforem neboli dress code společnosti, uplatňování průmyslových vzorů, vynálezů, děl chráněných autorskými právy, know-how, obchodního tajemství nebo výrobních údajů. Základním prvkem pak bude licenční smlouva, která je součástí hlavní franchisingové smlouvy, a skrz níž je franchisant oprávněn k využívání těchto práv.

Franchisor, jakožto poskytovatel práv, je taktéž povinen přesně identifikovat, jaká práva poskytuje a způsob jejich využití. To vše se uvede v hlavní franchisingové smlouvě, jejích přílohách a podpůrných dokumentech.⁸³ Nedílnou součástí smlouvy by měla být i specifikace služeb, výrobků anebo technologií franchisora, ke kterým se výše uvedená práva vztahují.⁸⁴

Součástí smlouvy budou taktéž ustanovení na ochranu práv franchisora, neboť poskytnutím svých práv duševního vlastnictví franchisantovi potencionálně ohrožuje své postavení na trhu v rámci konkurence. Práva duševního vlastnictví jsou stanovena a dodržována v souladu s vnitrostátními právními předpisy. Vzhledem k tomu, že úspěšný franchising závisí na zřízení, udržování a pokud je potřeba tak i na silném prosazování práv na ochranu duševního vlastnictví, smlouva by měla specifikovat, že se jedná o franchisorovo právo i povinnost tato práva vynucovat. Smlouva by taktéž měla obsahovat informaci o tom, kdo se bude účastnit případných správních a jiných řízení před místními orgány za účelem ochrany takovýchto práv a mít tyto věci na starost. Strany se mohou například dohodnout tak, že franchisor tvrdě postihne každého, kdo jedná v rozporu s těmito právy, ale franchisant musí poskytnout kooperaci a pomoc.⁸⁵

⁸² BEJČEK, Josef, ŠILHÁN, Josef, a kolektiv. *Obchodní smlouvy. Závazky v podnikání*. 1. vydání. Praha : C.H. Beck, 2015. s. 433.

⁸³ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

⁸⁴ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 39.

⁸⁵ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

4.3 Práva o povinnosti franchisora

Vymezení práv a povinností stran je velice důležitým bodem každé smlouvy a ani ve franchisingové smlouvě by tato ustanovení neměla chybět.

Povinnosti franchisora vůči franchisantovi se dají rozdělit do dvou oblastí. První z nich zahrnuje povinnosti licencovat práva k duševnímu vlastnictví a další relevantní práva franchisantovi, čímž mu umožní používat franchisingový systém. Druhá oblast zahrnuje povinnost franchisora sdělit franchisantovi fungování franchisingového systému, aby jej mohl uplatňovat efektivně v praxi. Takže sečteno podtrženo má franchisor nejen povinnost poskytnout právo, které je klíčem k fungování franchisingového systému, ale také mu sdělit, jak se to dělá.

K tématu poskytnutí práv franchisorem ve vztahu k franchisantovi se autorka dostatečně vyjadřuje o podkapitole výše a toto téma již není třeba více rozvádět. Co je však důležitou a již zmiňovanou povinností franchisora, je objasnění správného fungování franchisingového systému franchisantovi.

Podstatnou součástí smlouvy je tzv. manuál, který by měl obsahovat vše podstatné pro správné fungování franchisového podniku. Například společnost Vespucci vyvinula manuál, který obsahuje detailní popis všech aspektů fungování daného franchisingového systému včetně informací pro správný výběr místa, kde se bude podnik provozovat, jaký má být nábor zaměstnanců, a to včetně jejich školení, dále jak má fungovat účetnictví, zásobování a jeho plánování, součástí manuálu jsou také recepty na přípravu jídel, plány úklidu, plány prodeje a politika obchodu. Ve shrnutí tento manuál obsahuje vše podstatné k tomu, aby mohla restaurace Vespucci otevřít další úspěšný článek franchisingového řetězce.

Mimo jiné se však od franchisora očekává, že poskytne franchisantovi a jeho budoucím zaměstnancům školení, a to jak před spuštěním provozu, tak podle potřeby i po spuštění. Poté se od něj předpokládá též pomoc s otevřením podniku. Na závěr je třeba ještě zmínit poskytování podpory po dobu fungování franchisového podniku. Franchisor má být po celou dobu v kontaktu s franchisantem a poskytovat mu zpětnou vazbu, načež franchisant by měl mít v případě problémů možnost požádat franchisora o pomoc. Franchisingová smlouva by měla bezesporu obsahovat, jakým způsobem si franchisant o pomoc požádá, a jakým způsobem a skrze jakou osobu bude na jeho žádost zareagováno.⁸⁶

⁸⁶ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

4.4 Práva a povinnosti franchisanta

Práva a povinnosti franchisanta lze rozdělit do čtyř základních skupin. Tou první je dodržování rozvrhu rozvoje franchisingu, druhou skupinou je placení poplatků stanovených franchisingovou smlouvou, třetí se týká splnění požadavků stanovených franchisorem směrem k dodržení a kontrole kvality produktů, a poslední skupinou je dodržování povinnosti mlčenlivosti.

4.4.1 Dodržování rozvrhu rozvoje

V případech area developmentu a master franchisingu bude rozvrh rozvoje zahrnut do franchisingové smlouvy. Rozvrh specifikuje počet franchisingových jednotek, obchodů nebo jiných prodejen, které musí franchisant nebo sub-franchisant v dohodnutém čase zprovoznit a otevřít. Na jeho dodržení závisí jak příjmy obou stran, tak i vytvoření klientely a rozsah podílu na trhu bude záviset na včasném otevření nových franchisingových provozoven na stanoveném místě. Vážné případy nedodržení plánu rozvoje by mohly být důvodem ukončení franchisingové smlouvy mezi franchisorem a area developerem. To by však nutně neovlivnilo sub-franchisy nebo franchisy dohodnuté v rámci master franchisingu.⁸⁷

4.4.2 Placení poplatků

Franchisingová smlouva je smlouvou úplatnou a placení různých druhů poplatků ze strany franchisanta je pro ni velmi charakteristické. Uzavírá-li se mezinárodní franchisingová smlouva, je vhodné tuto tematiku konzultovat s místními daňovými odborníky, protože právní řády jiných států mohou v souvislosti s licencováním některých práv poskytovat daňové zvýhodnění, a to zejména v rozvojových zemích.

Smlouva musí mít výslovně uvedeny druhy poplatků a způsob jejich placení. Neméně častá je také inflační doložka, která je typická pro smlouvy na delší časový úsek a reflektuje tak obecný růst cen. Smlouva by měla taktéž obsahovat výši částky, kterou bude potřeba vynaložit hned při startu ze strany franchisanta. Např. franchisanti, kteří uzavřeli smlouvu se společností McDonald's, musí vynaložit počáteční investici ve výši 19 000 000 korun českých, u společnosti Subway se částka pohybuje od 500 000 do 2 500 000 korun českých.⁸⁸

Jednotlivé poplatky se odlišují na základě druhu franchisingové smlouvy, ale co je všem smlouvám společné, je *vstupní poplatek*. Tento poplatek je jednorázový a obsahuje zejména pořízení licence od franchisora. Vstupní poplatek zahrnuje také počáteční školení, výdaje spojené

⁸⁷ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

⁸⁸ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 23.

s administrativou a uzavřením samotné franchisingové smlouvy. Dalším druhem poplatku, který je velmi častý, je *úbrada za jednorázová plnění*, kterou hradí franchisant franchisorovi zejména v souvislosti s počátečním zařízením provozovny. Takové počáteční zařízení může zahrnovat návrhy architekta, speciální vybavení provozovny a dodávky zařízení potřebných pro chod provozovny. Typickým opakujícím se poplatkem je *průběžný poplatek*. Ten franchisant hradí v pravidelných intervalech a jeho výše bývá stanovena jako určité procento z obrátu franchisanta za stanovené období, jež se vypočítá z jeho hrubého obrátu. Období bývá čtvrtletní nebo měsíční.⁸⁹ Dalším z pravidelných poplatků je *příspěvek na reklamu*. Povinnost je stanovena všem franchisantům daného franchisingového systému a poplatek je placen do tzv. fondu reklamy. Franchisor pak může dané peníze využít jen a pouze na výdaje spojené s reklamou, marketingem a s tvorbou reklamních materiálů pro celý franchisingový systém. I zde se poplatek odvodí procentuálně z hrubého příjmu franchisanta.⁹⁰

Je čistě na domluvě stran, jak si dané poplatky pojmenují a které druhy poplatků si ve smlouvě ustanoví. Některé smlouvy obsahují také nájem nebytových prostor, kde se provozovna nachází,⁹¹ poplatky spojené s vedením účetnictví nebo poplatky za marketing a obstarávání logistiky.⁹²

4.4.3 Splnění požadavků franchisora směrem k dodržení kvality

Pro osobu franchisora je více než žádané, aby franchisingové jednotky, které fungují na základě jeho licencovaných práv, dodržovaly stanovené postupy a standardy, neboť je to právě jeho jméno, které je s celou sítí franchisingu obvykle spojováno. Pokud hovoříme o kontrole kvality zboží a služeb, které franchisor vyrábí či poskytuje, bude franchisor trvat na dodržování pokynů a doporučení uvedených v provozní příručce ze strany franchisanta. Příkladem mohou být jednotlivá restaurační zařízení společnosti KFC. Každý zaměstnanec před nástupem do zaměstnání obdrží tzv. standardy, které přesně vymezují pravidla pro kontakt se zákazníkem, vzhled uniformy, zacházení s jídlem, přesný postup pro přípravu jídla apod. Proto je nezbytné, aby franchisingová smlouva obsahovala systém kontroly ze strany franchisora. Vedle těchto požadavků na kontrolu kvality je také nutné dbát na to, aby tyto neporušovaly vnitrostátní zákony o hospodářské soutěži.⁹³

⁸⁹ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 24.

⁹⁰ ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 42.

⁹¹ Tamtéž.

⁹² CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 24.

⁹³ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

4.4.4 Požadavek mlčenlivosti

Každá franchisingová smlouva by měla obsahovat ustanovení o zachování mlčenlivosti o určitých prvcích franchisingového systému. Pro zachování obchodního tajemství je toto opravdu klíčové a žádoucí, a to jak pro stranu franchisanta, který do provozu podniku vynaloží nemalé výdaje, tak pro stranu franchisora, který poskytuje svá výlučná práva k duševnímu vlastnictví. Výjimkou z této mlčenlivosti jsou samozřejmě zaměstnanci podniku. Franchisant by však měl zaměstnance zavázat doložkou o mlčenlivosti v rámci pracovní smlouvy, aby tak zamezil vyzrazení obchodního tajemství konkurenci.⁹⁴

4.5 Konkurenční doložka a délka trvání smlouvy

Jedním z charakteristických znaků franchisingové smlouvy je dlouhodobost. Ta je v zájmu obou stran, neboť franchisor zpravidla vynaloží velké úsilí a nemalé finance při zácviku franchisanta a franchisantovi by se zase v krátkém čase nevrátila jeho počáteční investice, která se taktéž pohybuje ve velkých číslech. Příliš se nedoporučuje uzavírat franchisingové smlouvy na dobu neurčitou s krátkou výpovědní lhůtou, a to vzhledem k potížím, které mohou nastat s likvidací zásob, omezováním investic apod.⁹⁵

Je velice obvyklé uzavírat franchisingové smlouvy na minimálně pětileté až sedmileté období. Strany smluvního závazku by měly taktéž myslet na úpravu prodloužení či opětovného udělení licence včetně ceny za takové udělení. Ve smlouvě by taktéž neměla chybět úprava předčasného ukončení smlouvy a vypořádání smluvních stran, včetně porušení franchisingové smlouvy jednou ze stran závazku.⁹⁶

Ne příliš jednoduchá je následná otázka využití nabytých znalostí a zkušeností franchisantem. Je více než žádoucí, aby si strany ujednaly režim po skončení platnosti smlouvy. Nevylučuje se role právního řádu místa, kterým se smlouva řídí, nebo dopad veřejnoprávních norem státu, kde se franchising realizuje. Tím se určitá práva realizují i po skončení platnosti franchisingové smlouvy.

Jinou a zaručeně hojně využívanou možností je implementovat do smlouvy konkurenční doložku. Ta franchisantovi zakazuje po skončení franchisingové smlouvy vykonávat činnost, která je svou povahou konkurenční ve vztahu k předchozímu franchisingovému systému. Nejvyšší možná doba, na kterou lze konkurenční doložku sjednat je období pěti let a franchisant

⁹⁴ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

⁹⁵ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Právo mezinárodního obchodu*. 3. vydání. Praha : Wolters Kluwer, ČR, a. s., 2010. s. 542.

⁹⁶ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 27.

touto doložkou nemůže být omezen více, než to vyžaduje ochrana franchisingového systému či know-how franchisora.⁹⁷

4.6 Ukončení smluvního vztahu

Možností ukončení franchisingové smlouvy je několik. Jako první se nabízí zánik smluvního vztahu samovolně, tudíž momentem vypršení lhůty, na kterou byla smlouva uzavřena. Strany závazku však musí pamatovat i na situace, kdy k ukončení smlouvy dojde před uplynutím této lhůty. To může nastat v případech odstoupení od smlouvy a vypovězením smlouvy. Pokud nejsou smluvní strany s dohodou spokojeny a přejí si ji ukončit nebo upravit, lze tak učinit. Podmínky franchisingové smlouvy by však měly pamatovat i na případ, kdy jedna ze stran smlouvu vypoví, a na důsledky spojené s takovým jednáním. Smlouva by měla být schopna reagovat i na případy podstatného porušení smlouvy jednou ze stran závazku a definovat, jakým jednáním dojde k naplnění podmínek podstatného porušení.

4.6.1 Porušení smlouvy ze strany franchisora

Za podstatné porušení ze strany franchisora může být považováno jednání, které zneplatní ochrannou známku franchisora nebo také dodávka nestandardních produktů franchisantovi, pokud je dodání správných a vysoce kvalitních produktů klíčové k úspěšnému fungování franchisingového systému. Dalším příkladem takového porušení by mohlo být slíbení podpory ve vývoji nového produktu, reklamy a jeho pozdější propagace, kdyby následně franchisor tento slib porušil. Anebo příslib podpory při otevření nové provozovny v rámci jiné oblasti, který by ani v tomto případě nebyl franchisorem dodržen.

Porušení smlouvy podstatným způsobem ze strany franchisora může být napraveno i jinak než vypovězením smlouvy franchisantem. Ve smlouvě je možné si stanovit, že pokud dojde k podstatnému porušení smlouvy, franchisor bude vyzván k nápravě a určí se mu k tomu dostatečně dlouhá lhůta, například 30 dnů. Když dojde k nápravě, problém je vyřešen, jestliže však k nápravě nedojde, franchisant může smlouvu vypovědět.

4.6.2 Porušení smlouvy ze strany franchisanta

Franchisor má vždy velký zájem na ochraně svého franchisingového systému a zajištění stálého příjmu, tudíž je nutné ve smlouvě specifikovat, co je porušením smlouvy podstatným způsobem. V případech neschopnosti franchisanta řádně provozovat franchisingový podnik dochází k podstatnému porušení a může dojít k vypovězení smlouvy. Platební neschopnost je taktéž podstatným porušením a velmi častým jevem, který franchisingové smlouvy provází. Mimoto i porušení mlčenlivosti, neplacení licenčních poplatků nebo provozování

⁹⁷ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 26.

franchisingového systému způsobem, který nedosahuje standardů nastavených franchisorem, budou brány jako podstatné porušení smlouvy. Dochází-li k opakovaným přestupkům malého rozsahu ze strany franchisanta, tak i v tomto případě je franchisor oprávněn smlouvu vypovědět, zejména pokud franchisant neprojevuje snahu k nápravě.

Může také nastat situace, kdy se franchisant dopustí podvodu nebo trestného činu vůči franchisorovi. V této situaci je franchisant oprávněn smlouvu vypovědět s okamžitou platností, neboť zde nemůže dojít k nápravě a smluvní vztah je nenávratně narušen.⁹⁸

4.6.3 Převod franchisingové smlouvy

Převod smlouvy na jinou osobu se obvykle vztahuje ke dvěma situacím. Tou první je, že se franchisant rozhodne podnik či provozovnu prodat, druhá situace nastane, když franchisant zemře nebo je zdravotně indisponován natolik, že není schopen nadále vykonávat povinnosti franchisanta.

Dá se předpokládat, že pokud je franchisant úspěšný ve vedení své franchisingové jednotky, může nastat situace, kdy ji bude chtít prodat a zhodnotit tak své počáteční investice, nebo může jednoduše chtít odejít do penze. Pak zde ovšem nastává problém pro franchisora. Vztah franchisora a franchisanta je vztahem založeným na důvěře, že franchisant povede provozovnu žádaným způsobem, a to i díky zkušenostem, které za dobu podnikání nabyl. Dalším aspektem důvěry je fakt, že se franchisor podělil o své know-how a vystavil se tak určitému riziku. Z těchto důvodů je pro něj žádoucí, aby smlouva pamatovala i na situaci, kdy by se franchisant rozhodl k prodeji jednotky. Bez toho by se totiž franchisor mohl ocitnout v situaci, kdy bude nucen přijmout nástupce, který nebude splňovat jeho předpoklady, a došlo by tak k ohrožení správného fungování franchisingového řetězce.

Jedním řešením může být klasický institut předkupního práva. Pokud by se tedy franchisant rozhodl jednotku prodat, nejprve by ji musel nabídnout franchisorovi, a ten by si mohl rozmyslet, zda ji odkoupí, či přenechá koupěchtivému. Mimo jiné si ve smlouvě mohou též ujednat souhlas franchisora s prodejem jednotky, čímž si franchisor zajistí právo říct koupěchtivému ne. Dalším řešením je poskytnutí předkupního práva franchisorovi v případě jakékoliv nabídky učiněné v dobré víře třetí stranou. Na základě tohoto ujednání je franchisant povinen jakoukoliv kvalifikovanou nabídku předložit franchisorovi, a ten v přiměřené lhůtě nabídku schválí, anebo odmítne, a sám jednotku odkoupí. Pokud by ve stanovené lhůtě nijak nezareagoval, má se za to,

⁹⁸ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

že prodej schválil. Avšak v mezinárodní franchisingové smlouvě musí strany vždy pamatovat na legislativu země, v níž se franchisingová provozovna nachází.

Pro případ smrti franchisanta by si měly strany ujednat, co se stane, pokud franchisant zemře. Franchisor by měl mít možnost franchisingovou jednotku odkoupit v případě, kdy je schopen prokázat, že dědici nejsou schopni řádného provozu jednotky.⁹⁹

Po skončení franchisingového vztahu dochází k vypořádání nebo odškodnění obou stran. Franchisingovou jednotku je pak franchisant povinen ve stanovené lhůtě vyklidit a přenechat k dalšímu fungování. Franchisant již nadále nesmí prodávat zboží či poskytovat služby pod značkou franchisingového systému, stejně jako používat obchodní logo, ochrannou známku či jiné znaky, které byly uvedeny v preambuli smlouvy.

4.7 Typická ujednání pro mezinárodní franchisingové smlouvy

Franchisingové smlouvy, které se uzavírají mezi stranami se sídly v rozdílných zemích, obsahují obvykle kromě základních ustanovení také prvky, které řeší specifika těchto smluv.

Prvním typickým ujednáním je *měnová doložka*, která uvádí druh měny, v níž se bude uskutečňovat plnění. Mimo jiné má tato doložka řešit i změnu devizového kurzu, která může mít závažný ekonomický dopad, a to zejména hovoříme-li o dlouhodobých smluvních vztazích. Franchisingové smlouvy, které upravují podnikání franchisanta v problematických státech, by měly obsahovat *reakci na omezení mezinárodního obchodu*. Toto ustanovení předchází případnému uzákonění veřejnoprávních opatření, která by redukovala mezinárodní obchod.

Další častou doložkou je ujednání *nákladů na překlady*, která reflektuje náklady, jenž bývají vynaloženy na překládání marketingových akcí. Je důležité, aby bylo předem dohodnuto, kdo tyto náklady ponese, a mimoto by se měl mezi oběma stranami stanovit jazyk, ve kterém bude probíhat jejich komunikace. Doložka *vyšší moci* bývá ve smlouvě zahrnuta pro případy událostí, které nemůže žádná ze stran předvídat a ani jim nijak zabránit. V důsledku zásahu vyšší moci může totiž dojít k nemožnosti plnění jedné ze stran a u smluv s nadnárodním přesahem bývá tento zásah větším rizikem. Může se projevit špatnou bezpečnostní situací, kolapsem dopravy nebo mezinárodními sankcemi či embargem, ty všechny mohou ovlivnit obchod mezi určitými zeměmi.

Mimo všechna tato ustanovení je více než žádoucí, aby si strany mezinárodní franchisingové smlouvy ujednaly též *rozhodné právo a příslušnost soudu*. Tomuto tématu se bude autorka věnovat

⁹⁹ World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf

v kapitole 5.3.1. Velmi častou doložkou bývá i *rozhodčí doložka* nebo *interpretační doložka*. Rozhodčí doložkou se pak autorka bude zabývat v kapitole 5.3.2. této práce.¹⁰⁰

¹⁰⁰ CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 29.

5 Řešení sporů z franchisingových smluv

Na vztah franchisora a franchisanta je nutné se dívat jako na vztah silnějšího a slabšího. Do tohoto vztahu vstupuje franchisant vždy z pozice slabší strany jejíž autonomie vůle je podstatně omezena, a z toho důvodu může smlouva obsahovat klauzule, které ho stavějí do méně výhodného postavení, a značně omezeny jsou i jeho vyjednávací schopnosti. Přece jen franchisor je ten, který do tohoto vztahu vnáší tu základní esenci, jíž je know-how.

Co se týče problematických aspektů, které mezinárodní franchisingové smlouvy skýtají, autorka je v rámci této práce zmínila především v kapitolách 3.1. a 3.2., kde se věnuje to, že v rámci expandování na mezinárodní trh se franchisor při hledání vhodného franchisanta může setkat s prvotními problémy včetně role práva EU, které je nutno brát v potaz, a dále v kapitole 4., v níž zmiňuje mnoho problémů, které mohou nastat při uzavírání franchisingové smlouvy a které musí být franchisor schopen předvídat. Jak už totiž autorka mnohokrát zmínila, jedná se o inominátní smlouvu, a proto by její obsah měl být tvořen vyčerpávajícím způsobem.

5.1 Spory

5.1.1 Před soudem

Jak již bylo mnohokrát řečeno, mezinárodní franchisingová smlouva je smlouvou inominátní. Hlavním předpokladem „úspěšné“ smlouvy bude především určení rozhodného práva pro případ sporu. Primárně je vždy si třeba ujednat, zda se daný spor bude rozhodovat před rozhodčím orgánem nebo soudem. Pokud by se však stalo, že se takové ustanovení ve smlouvě neobjeví, budou v případě sporu proti sobě stát dva různé právní řády, právní řád franchisora a franchisanta. V praxi se toto však často neděje, neboť v rámci franchisingových smluv mívají strany velmi dobrou právní informovanost.¹⁰¹ Jak se tedy v případě absence jakékoliv doložky řešící pravomoc soudu či rozhodce bude postupovat?

V úvahu přichází Úmluva o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (dále jen *Římská úmluva*), a to konkrétně čl. 4. V odst. 1 Římská úmluva stanoví, že bude v případě sporu smlouva podléhat právu země, s níž „nejúžeji souvisí“. V odst. 2 je pak dále stanovena domněnka k tomuto pojmu, a sice nejúžeji souvisí s tou zemí, kde má strana, která má povinnost plnit, obvyklé bydliště či sídlo společnosti, jedná-li se o právnickou osobu.¹⁰²

Je však třeba pamatovat i na případ, kdy se Římská úmluva nepoužije. Stane-li se tak, nabízí se § 87 odst. 1 zákona č. 91/2012 Sb., o mezinárodním právu soukromém (dále jen *ZMPS*).

¹⁰¹ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Právo mezinárodního obchodu*. 3. vydání. Praha : Wolters Kluwer, ČR, a. s., 2010. s. 538.

¹⁰² Čl. 4 Úmluvy o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy ze dne 19. června 1980. Úř. Vest. C 169, str. 10 a násled.

Důvodová zpráva k ZMPS v § 87¹⁰³ hovoří o použitelnosti tohoto paragrafu právě pro ty případy, kdy nařízení Řím I nepřichází v úvahu. Smlouvy se v případě neexistence rozhodného práva budou řídit právem státu, s nímž smlouva „nejúžeji souvisí“. Na rozdíl od nařízení Řím I však § 87 ZMPS dále nestanovuje, co „nejúžeji souvisí“ znamená. Komentářová literatura je k tomuto tématu naštěstí více konkrétní. § 87 odst. 1 je obecnou kolizní normou pro případ, kdy smlouva není kryta předpisy EU, a stranám smlouvy se přednostně nabízí volba práva. Kritérium „nejúžeji souvisí“ bylo v tomto případě převzato z nařízení Řím I, kterým se zákonodárce nechal inspirovat. Je tak na místě, aby se dané kritérium vykládalo shodně s nařízením Řím I. Rozhodným tak bude právo země, kde má obvyklé bydliště strana, která je ze smlouvy povinna plnit. Výjimkou zde bude případ, kdy je zřejmé, že má franchisingová smlouva užší vazbu k jinému státu, a v úvahu přichází i užší vazba k jiné smlouvě či smlouvám. Je-li problém s určením plnění, je třeba najít jiný rozhodný faktor, jako např. bydliště, místo podnikání stran, místo plnění nebo místo, kde byla smlouva uzavřena či ujednána.¹⁰⁴ K tomuto bude vždy třeba individuální posouzení smluv jako takových.

Ve věcech mezinárodních franchisingových smluv doslovně hovoří čl. 4 nařízení Evropského parlamentu a Rady, o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (dále jen *nařízení Řím I*), který v odst. 1 písm. e) stanoví, že „franchisingová smlouva se řídí právem země, v níž má osoba, již je franchíza udělena obvyklé bydliště.“¹⁰⁵

Nesmíme však při volbě rozhodného práva opomenout existenci tzv. imperativních ustanovení. O těchto hovoří čl. 9 nařízení Řím I, ale zmiňuje se o nich v čl. 7 i Římská úmluva. V zásadě se jedná o ustanovení, která se použijí bez ohledu na právo zvolené. Není však jimi vyloučeno užití imperativních ustanovení země soudu. Mají se zde na mysli „ustanovení, jejichž dodržování je pro stát při ochraně veřejných zájmů, jako např. jeho politického, společenského a hospodářského uspořádání zásadní do té míry, že se vyžaduje jejich použití na jakoukoliv situaci. A to bez ohledu na zvolené právo za současného přihlednutí k jejich povaze a účelu. Stejně tak se užije imperativních ustanovení té země, v níž má být ze smlouvy plněno, a ona ustanovení činí to dané plnění protiprávním.“¹⁰⁶

Je také možné si do smlouvy začlenit rozhodčí doložku, která bude upravovat, jaké konkrétní záležitosti se budou řešit před rozhodcem, a jaké před soudcem, neboť u některých

¹⁰³ Vláda: Důvodová zpráva k zákonu č. 91/2012 Sb. o mezinárodním právu soukromém, č. 91/2012 Dz

¹⁰⁴ BRÍZA, Petr, BRICHÁČEK, Tomáš, FIŠEROVÁ, Zuzana, HORÁK, Pavel, PTÁČEK, Lubomír, SVOBODA, Jiří. *Zákon o mezinárodním právu soukromém*. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2014. s. 525-543.

¹⁰⁵ Čl.4 odst.1 písm. e) nařízení Evropského parlamentu a Rady č. ES/593/2008 ze dne 17. června 2008, o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy (Řím I). Úř. Vest. L 309, 17. prosince 2009, str. 87 a násl.

¹⁰⁶ Tamtéž, čl. 9

franchisingových systémů franchisor nemusí souhlasit s tím, aby některé záležitosti byly před rozhodcem řešeny.¹⁰⁷

5.1.2 Před rozhodcem a mediátorem

Vzhledem ke složitosti a komplexnosti soudního procesu, včetně vysokých nákladů a trvání, je rozumné hledat alternativu, která by byla ve všech ohledech jednodušší než řešení sporu před soudy. Nejběžněji využívanými, zejména ve franchisingu, jsou mediace a arbitráž, některé zahraniční právní předpisy tuto metodu dokonce vyžadují. Obě tyto metody jsou méně náročné jak na čas, tak finance, a navíc také jednoinstanční a neveřejné.

Nejvíce žádaná je arbitráž, zejména pokud se franchisor a franchisant nacházejí v rozdílných zemích. Ve srovnání s mediací se při rozhodčím řízení vydává formální rozhodnutí, které bývá uznatelné a vykonatelné i v zemích, kde nebylo vydáno. Musí ovšem splňovat všechny náležitosti a předpoklady dle daného tuzemského práva.¹⁰⁸ V ČR je to § 121 ZMPS, který stanoví, kdy cizí rozhodčí nález nebude uznán nebo vykonán. Jsou to případy, kdy nález není pravomocný ani vykonatelný podle práva státu, kde byl vydán, nález byl zrušen ve státě, kde byl vydán, nález je stížen vadou, která je důvodem pro jeho zrušení soudem, a taktéž nález, který odporuje veřejnému pořádku.¹⁰⁹ Mimo jiné musí být mezi státy zaručena vzájemnost.

Přenos pravomoci na rozhodce se koná prostřednictvím tzv. rozhodčí doložky, která bývá součástí hlavní smlouvy. Je však možné si rozhodčí smlouvu uzavřít ještě před uzavřením smlouvy hlavní, a to zejména u složitých franchisingových systémů, kde může být dlouhá doba mezi smlouvou o franchisingové smlouvě budoucí a hlavní franchisingovou smlouvou. Zde je potřeba být skeptikem a předpokládat, že i v tomto období může dojít k různým druhům neshod a problémů, a proto je třeba se chránit.

Bez sporu největší výhodou rozhodčího řízení je fakt, že se strany nemusejí řízení podřídit, jak je tomu v soudním procesu, ale naopak se samy podílejí na vytváření podmínek, za kterých se rozhodčí řízení bude konat. Strany mají možnost volby místa sudiště, kde a kdy bude probíhat, v jakém jazyce či jazycích se řízení povede a volí i osobu rozhodce. Volba toho „správného“ rozhodce je pak určitě volbou nejdůležitější.¹¹⁰ V případě jmenování rozhodce pro případný spor je stranám ponechána velká autonomie, je omezena pouze zachováním principu rovnosti stran a neutrálnosti soudnictví. Je tak naprosto vyloučeno, aby se na výběru osoby rozhodce podílel jen

¹⁰⁷ ŘEZNIČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 48.

¹⁰⁸ World Intellectual Property Organization. *In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising* [online]. Geneva: WIPO Publication, 2006 [cit. 2021-9-01]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf

¹⁰⁹ § 121 aktuální znění: Zákon č. 91/2012 Sb. o mezinárodním právu soukromém, ve znění pozdějších předpisů.

¹¹⁰ HRNČIŘÍKOVÁ, Miluše. *Řešení přeshraničních sporů – pravomoc a autonomie vůle*. Praha : Leges, 2017. s. 20.

franchisor nebo jen franchisant. Buďto každá ze stran navrhne svého rozhodce a třetí rozhodce (předseda senátu) se jmenuje ze seznamu rozhodců při vymezené instituci, anebo se na jeho osobě musí dohodnout konsensem, to pak řízení povede jen jeden rozhodce a ne senát. Výběr je opět na stranách smlouvy.¹¹¹ K dalším pozitivům řízení patří fakt, že rozhodci nejsou orgánem státu a jejich rozhodování nemusí být vázáno právními normami jako u soudce. V rozhodčí doložce tak lze sjednat, že rozhodce nebude rozhodovat dle norem hmotného práva, nýbrž dle zásad spravedlnosti (*ex aequo et bono*), což je vhodným řešením zejména skutkově obtížných případů.¹¹² V rozhodčí doložce by taktéž nemělo chybět ustanovení, že strany sporu mohou rovnocenně předkládat návrhy a důkazy k dané věci, a to obdobným způsobem jako u civilního procesu, a tím byla zachována zásada rovnosti. Strany totiž nesmí opomenout fakt, že je v rámci rozhodčího řízení vydán nález, který je vykonatelný.¹¹³

V zásadě se nabízí možnost volby mezi dvěma druhy rozhodčího řízení. Buďto rozhodce ad hoc nebo institucionální, u stálých rozhodčích soudů. Každá z těchto forem skýtá mnohé klady a zápory, a záleží tedy na stranách, který typ si zvolí. Největší druh autonomie je ale dle všeho u rozhodců ad hoc, neboť zde chybí prvek stálosti jakožto instituce, a tudíž je zde větší volnost oproti institucionálním rozhodcům.¹¹⁴ Co se týče stálých rozhodčích soudů, nabízí se jich v rámci EU několik. Za ČR je to bezsporu Rozhodčí soud při Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR Praha, WIPO Arbitration Center v Ženevě, Francouzský Arbitration Court at the International Chamber of Commerce v Paříži nebo Německý Deutscher Institut für Schiedsgerichtswesen E. V. v Kolíně. Kromě zmíněných je ale nutno dodat, že prakticky každý stát EU má svůj stálý rozhodčí soud, takže výběr je velký. Mimo EU stojí za zmínku rozhodně také The American Arbitration Association v New Yorku.¹¹⁵

V rámci mezinárodních franchisingových smluv by autorka ještě ráda zmínila podstatné prameny rozhodčího řízení. Velmi důležitá je bezsporu Úmluva o uznání a výkonu cizích rozhodčích nálezů (dále jen *Nenyorská úmluva*), která byla přijata v roce 1958, a dodnes ji přijalo za svou okolo 130 smluvních stran. V rámci mezinárodní arbitráže se jedná o zásadní dokument, který napomáhá ke sjednocování stanovisek ohledně otázek cizích rozhodčích nálezů. Další neméně důležitý dokument je Evropská úmluva o mezinárodní obchodní arbitráži, která se vyjadřuje např. k problematice rozhodčích smluv a obsahuje ucelenou úpravu zrušování nálezů

¹¹¹ Tamtéž, strana 27.

¹¹² CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. s. 29.

¹¹³ ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vydání. Praha : C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. s. 47.

¹¹⁴ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Mezinárodní právo obchodní. II. Díl – řešení sporů*. 2. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1999. s. 35.

¹¹⁵ Tamtéž, strana 37.

vydaných v rámci rozhodčího řízení.¹¹⁶ Mezi další prameny rozhodčího řízení samozřejmě patří také *soft law*. Pokud jde o tvorbu *soft law*, významnou roli hraje Komise OSN pro právo mezinárodního obchodu (dále jen *UNICTRAL*). Na půdě UNICTRALU byl zformován Vzorový zákon UNICTRALU o mezinárodní obchodní arbitráži, který má svým způsobem doplnit Newyorskou úmluvu a uvést v soulad mezinárodní obchodní arbitráž jako takovou. Později byl tento zákon ještě doplněn o vzorová pravidla pro rozhodčí řízení a poznámkami, které se týkají organizace a průběhu rozhodčího řízení.¹¹⁷ Mimo výše zmíněné se k pramenům budou řadit i dvoustranné mezinárodní smlouvy anebo normy národní povahy.

Mediace je ve srovnání s arbitráží málo formální. Mezi její další pozitiva patří nízké náklady, kratší délka sporu, zachování dobrého vztahu mezi obchodními partnery a ve finále řešení sporu nemusí být v „souladu s právním řádem,“ nýbrž v souladu se zájmy obou stran.¹¹⁸ Strany sporu si konsensem vyberou mediátora, jehož úkolem je spor vyřešit tím, že stranám pomůže dosáhnout vzájemně přijatelné dohody. Mediátorovi není dána pravomoc rozhodnout, jeho role je pouze omezena na pomoc najít stranám společné řešení a tím spor zažehnat. V průběhu mediačního procesu mají strany možnost před mediátorem prezentovat svůj pohled na věc a celý tento proces je neveřejný. Strany smlouvy by vždy měly primárně usilovat o alternativní vyřešení sporu, zejména pak mediací. V momentě, kdy tato varianta selže, je možné obrátit se na rozhodce nebo soudce. Ale vždy se doporučuje jít cestou nejmenšího odporu.

¹¹⁶ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Mezinárodní právo obchodní. II. Díl – řešení sporů*. 2. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1999. s. 39.

¹¹⁷ HRNČÍŘÍKOVÁ, Miluše, VALENTOVÁ, Lucia. *Judiciální trendy v mimosoudním řešení přeshraničních sporů*. Praha : Leges, 2016. s. 67

¹¹⁸ ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Mezinárodní právo obchodní. II. Díl – řešení sporů*. 2. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1999. s. 13.

Závěr

Autorka se v této diplomové práci věnovala mezinárodnímu franchisingu a v rámci své práce si dala za úkol zodpovědět na dvě výzkumné otázky.

Součástí první výzkumné otázky byly druhy vstupu na mezinárodní trh, a která z těchto forem by měla být pro franchisora nejlepší volbou. Autorka v rámci výzkumu čerpala jak z národní, tak i zahraniční literatury, kdy však k tématu nebyla schopna najít dostatek judikatury. Franchisorovi, který se rozhodne pro vstup na mezinárodní trh, se nabízí několik možností, přičemž autorka se v práci zabývala pěti možnými formami.

Každá z těchto forem má svá pozitiva i negativa a nelze tak jednoznačně říct, která je tou nejlepší volbou. V rámci mezinárodního franchisingu se totiž může franchisor setkat s několika druhy franchisingových systémů, a právě proto je nutné vybírat na základě několika aspektů. Musí vždy myslet především na geografické umístění, a sice zda chce expandovat jen do sousedního státu nebo na jiný kontinent. Podle toho by autorka zvolila tu nejvhodnější formu vstupu na mezinárodní trh.

Pokud se franchisor rozhodne rozšířit svůj franchisingový systém pouze do sousedního státu a neplánuje velký rozmach, autorka by doporučila zvolit přímý franchising. Mezi výhody patří především to, že si celý proces uzavírání nového partnerství s franchisantem koriguje sám a má nad vším přehled. Pokud ale číslo provozoven naroste, mohl by se v tom začít ztrácet, a pak by hrozily problémy.

Rozhodne-li se tedy franchisor pro velký rozmach, je dle autorky tím správným vstupem na mezinárodní trh area development, neboť má pozitiva master franchisingu, ale neobsahuje problém neexistence vztahu mezi franchisorem a novými franchisanty, což je největším negativem master franchisingu. Area developer tak spolehlivě vyřeší hledání vhodného smluvního partnera a překoná překážky, které v dané zemi mohou pro franchisora jakožto cizince nastat.

V rámci druhé výzkumné otázky se autorka věnovala mezinárodní franchisingové smlouvě, jak ji nastavit tak, aby zvládla spolehlivě reagovat na všechny budoucí problémy, které ve vztahu franchisor – franchisant mohou nastat. Jednou z nejdůležitějších částí smlouvy bude jednoznačně volba formy řešení sporů a výběr rozhodného práva. Autorka by doporučila vyhnout se soudnímu sporu a přenechat záležitost rozhodcům, což je nejen méně formálním, ale i časově úspornějším řešením, a nedochází natolik k poškození smluvního vztahu. Strany mají navíc velkou autonomii při volbě rozhodce i místa sudiště, a mohou si mimo jiné zvolit i rozhodování podle zásad spravedlnosti.

Rozhodčí řízení by autorka rozhodně doporučila doplnit mediací. Rozhodčí doložka bude tudíž nejlepším řešením. Pokud se však strany rozhodnou své neshody svěřit do rukou soudu, je

velmi nutné si zároveň upravit rozhodné právo, na základě kterého se spor bude rozhodovat, včetně místa soudu.

Kromě rozhodčí doložky by smlouva měla bezesporu obsahovat povinnost mlčenlivosti a konkurenční doložku. Smlouva by taktéž měla vyčerpávajícím způsobem obsáhnout práva a povinnosti obou stran, včetně způsobů ukončení smluvního vztahu.

Autorka se v rámci práce několikrát zamyslela nad otázkou úpravy franchisingu v ČR, především nakolik je potřeba tento smluvní typ upravit na zákonné úrovni. Je toho názoru, že ač se jedná o smlouvu velmi specifickou, která by si jistě zasloužila větší pozornost zákonodárce, tak vzhledem k tomu, že na franchising pamatují různé mezinárodní smlouvy a úmluvy, to není vyloženě nutné.

Za nejhodnotnější zdroj v českém prostředí považuje autorka jednoznačně širokou publikaci paní doktorky Řezníčkové, která je v tomto oboru velice aktivní uznávanou odbornicí. Autorka má také za to, že toto téma se v české literatuře a judikatuře bude ještě vyvíjet, neboť expandování svého podniku do zahraničí je čím dál častějším jevem, a je tímto dán prostor pro další výzkum.

Seznam použitých zdrojů

Monografie

1. BEJČEK, Josef, ŠILHÁN Josef a kol. *Obchodní smlouvy. Závazky v podnikání*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. 426 s.
2. CTIBOR, Jiří, HORÁČKOVÁ, Iva. *Franchising*. Praha : Wolters Kluwer ČR, 2017. 200 s.
3. ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU. *Franchising v České republice*. Praha : Daranus, 2008. 147 s.
4. HRNČIŘÍKOVÁ, Miluše, VALENTOVÁ, Lucia. *Judiciální trendy v mimosoudním řešení přeshraničních sporů*. Praha : Leges, 2016. 176 s.
5. HRNČIŘÍKOVÁ, Miluše. *Řešení přeshraničních sporů – pravomoc a autonomie vůle*. Praha : Leges, 2017. 192 s.
6. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Franchising*. Plzeň: Západočeská univerzita, 1997. 76 s.
7. MENDELSON, Martin, ACHESON, David. *Franchising - moderní forma prodeje*. Praha : Management Press, 1994. 122 s.
8. ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Mezinárodní právo obchodní. II. Díl – řešení sporů*. 2. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1999. s. 13.
9. ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Mezinárodní právo obchodní. II. Díl – řešení sporů*. 2. vyd. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 1999. 181 s.
10. ROZEHNALOVÁ, Naděžda. *Právo mezinárodního obchodu*. 3. vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2010. 552 s.
11. ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising: podnikání pod cizím jménem*. 3. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009. Beckova edice právo a hospodářství. 222 s.
12. SCHAFFER, R., F. AUGUSTI and L. J. DHOOGHE. *International Business Law and its Environment*. Boston: Cengage Learning, Inc., 2018. 696 s.

Komentářová literatura

1. BŘÍZA, Petr, BŘICHÁČEK, Tomáš, FIŠEROVÁ, Zuzana, HORÁK, Pavel, PTÁČEK, Lubomír, SVOBODA, Jiří. *Zákon o mezinárodním právu soukromém*. 1. vydání. Praha : C. H. Beck, 2014. s. 525-543.
2. HULMÁK, Milan a kol. *Občanský zákoník V. Závazkové právo. Obecná část (§ 1721–2054)*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 281-285.

Odborné časopisy:

1. BUREŠOVÁ, Jana. Franchising – Znaky. *Právní rozhledy*. 1997, roč. 5, č. 7, s. 386.

2. BRZOBOHATÁ-ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. Lze podnikat pod cizím jménem? *Bulletin advokacie*. 1994, č. 9, s. 7.
3. CEBRIÁN SALVAT, María Asunción. Jurisdiction in Franchising Agreements: In Search of Efficiency. In: *Journal of International Dispute Settlement*. Oxford University Press, 2018, 609 – 627 s.
4. EROGLU, Evgin. The Internationalization Process of Franchise System: A Conceptual Model. *International marketing review*. Emerald Group Publishing, 1992, 19 – 30 s.
5. METZLAFF, Karsten, BILLING, Tom. *Franchise 2011: Franchise in 32 jurisdictions worldwide*. London: Law business research, 2010. 54 – 59 s.
6. ORANDER, Peter, SCHEDVIN, Mikael von. *Franchise 2012: Franchise in 30 jurisdictions worldwide*. London: Law business research, 2010. 167 – 174 s.
7. TELEC, Ivo. Licenční základy frančizové smlouvy. *Časopis pro právní vědu a praxi*, roč. 11, č. 4, s. 288 – 293 s.

Právní předpisy

1. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 593/2008 ze dne 17. června 2008 o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy.
2. Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.
3. Sdělení Federálního ministerstva zahraničních věcí č. 160/1991 Sb., O sjednání úmluvy OSN o smlouvách o mezinárodní koupi zboží.
4. Sdělení Komise (ES) 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením.
5. Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. prosince 2012.
6. Úmluva o právu rozhodném pro smluvní závazkové vztahy ze dne 19. června 1980.
7. Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník.
8. Zákon č. 91/2012 Sb., O mezinárodním právu soukromém.

Internetové zdroje

1. BILLING, Tom. *Germany: Franchise laws and regulations* [online]. [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://iclg.com/practice-areas/franchise-laws-and-regulations/germany>

2. GOLBERG, Eddy. Master franchising: Entering the game at a higher level. *Franchising.com* [online]. Franchise Update Media [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://www.franchising.com/guides/master-franchising-entering-the-game-at-a-higher-level.html>
3. KROCCO, Kerry. Area Developer. *Franchise.com* [online]. 2018 [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://www.franchise.com/blog/word-of-wednesday-area-developer/>
4. MARTIN, Becky. Is there really such a thing as a joint venture franchise? *Pointfranchise.co.uk* [online]. 18.03.2019 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.pointfranchise.co.uk/articles/joint-venture-franchise-741/>
5. PRATT, John. What's an area development franchise? *What-franchise.com* [online]. Aceville Publications TLD [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://www.what-franchise.com/questions/whats-an-area-development-franchise>
6. TUFFERY, Alice. What should you choose: Franchise or joint venture? *Pointfranchise.co.uk* [online]. 13.05.2019 [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.pointfranchise.co.uk/articles/which-is-better-franchising-or-a-joint-venture-4771/>
7. UNIDROIT *History and overview* [online]. [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <https://www.unidroit.org/about-unidroit/overview>
8. VAN DER LAAN, Kennedy. *Franchising in EU Competition Law* [online]. July 31 2020 [cit. 2021-7-21]. Dostupné z: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=500ddb51-85e6-42c5-bdeb-0d0e221e24cd>
9. World Intellectual Property Organization: International Bureau of WIPO. *Franchising Guide* [online]. Geneva: WIPO Publication, 1994 [cit. 2021-7-27]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_480.pdf
10. World Intellectual Property Organization. *In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising* [online]. Geneva: WIPO Publication, 2006 [cit. 2021-9-01]. Dostupné z: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf

Studie

1. KAVĚNA, Martin a kol. *Právní úprava franchisingu – právo EU, modelový zákon UNCITRAL a právní úprava ve vybraných evropských státech: Studie č. 5.329*. Praha : Poslanecká sněmovna parlamentu ČR, červen 2012. 42 s.

Důvodová zpráva

1. Vláda: Důvodová zpráva k zákonu č. 91/2012 Sb. o mezinárodním právu soukromém, č. 91/2012 Dz

Soudní rozhodnutí

1. *Dayan v. McDonald's Corp.*, 78 Ill. App. 3d 194, 397 N.E.2d 101 (Ill. App. Ct. 1979)
2. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 28. ledna 1986, *Pronuptia de Paris GmbH, Frankfurt am Main v. Pronuptia de Paris Irmgard Schillgalis, Hamburg*, 161/84 (v el. Sb. rozh.)

Shrnutí

Tato diplomová práce se zabývá mezinárodním franchisingem. Práce specifikuje základní charakteristiku franchisingové smlouvy jako takové, zejména které smluvní typy se do ní promítají. Autorka se dále rychle zastaví u legislativních úprav franchisingu v jiných evropských státech – Německu a Švédsku. Poté se podrobněji zaměří na proces internacionalizace, kdy se snaží výstižně popsat, který z procesů je pro franchisora nejvýhodnější, čímž se snaží odpovědět na první výzkumnou otázku.

Další část práce rozebírá role práva EU na mezinárodní franchising a postup při uzavírání smlouvy, kde se zaměří na celou strukturu smlouvy a jednotlivá práva a povinnosti franchisora a franchisanta, včetně typických doložek, které by mezinárodní franchisingová smlouva měla obsahovat. Zde autorka odpovídá na druhou výzkumnou otázku, a sice jak postupovat, aby franchisingová smlouva byla co nejúspěšnější a mohla tak reagovat na případné spory.

V poslední kapitole se práce věnuje výběru rozhodného práva v rámci sporů, které mohou nastat, mimo jiné i pozitivily a negativily soudního a rozhodčího řízení včetně mediace.

Klíčová slova

Franchising, franchisingová smlouva, mezinárodní franchisingová smlouva, vertikální dohoda o blokových výjimkách, mezinárodní franchising, mezinárodní právo soukromé

Summary

This thesis deals with international franchising. This work specifies the basic characteristics of franchising agreements and elaborates the different types of contracts which the agreements might consist of. The author also briefly covers the franchising legislations at other European countries - Germany and Sweden. Afterwards the author focuses on the process of internationalization, in which she is answering the first research question by describing the different processes and determining which is the most advantageous for the franchisor.

The next part of the work discusses the role of the EU law regarding international franchising and the procedures for concluding a contract while focusing on its structure, on the rights and obligations of both the franchisor and the franchisee and on typical clauses that an international franchise agreement should contain. In this part the author answers the second research question – how to construct a successful franchise agreement which will settle any possible future disputes.

The last part deals with the choice of law in disputes that may arise and with the advantages and disadvantages of litigation, arbitration and mediation.

Key words

Franchising, franchise agreement, international franchise agreement, vertical block exemption regulation, international franchising, private international law