

Prof. dr hab. Rafał Adamus

Uniwersytet Opolski

ORCID: 0000-0003-4968-459X

e-mail: radamus@uni.opole.pl

Konsekwencje prawne wymuszonej sprzedaży przedsiębiorstwa byłego franczyzobiorcy na rzecz organizatora sieci franczyzowej

Legal consequences of forced sale of the former franchisee's enterprise to the organizer of the franchise network

Streszczenie

W opracowaniu analizowany jest problem powstający w praktyce obrotu gospodarczego w związku z umową franczyzy. Niekiedy dochodzi do sytuacji, w której franczyzobiorca nie ma możliwości kontynuowania działalności franczyzowej, zwłaszcza po wypowiedzeniu stosunku prawnego przez organizatora sieci franczyzowej. Pozostaje wówczas z przedsiębiorstwem w rozumieniu przedmiotowym (art. 55¹ k.c.) nieprzydatnym dla niego z uwagi na brak franczyzy. W takich przypadkach dochodzi niekiedy do nabycia takiego przedsiębiorstwa – bezpośrednio albo pośrednio – przez organizatora sieci po zaniżonej wartości. Organizator sieci przejmuje wówczas rynek byłego franczyzobiorcy bez poniesienia adekwatnych kosztów jego wypracowania. Organizator sieci odnosi korzyści ekonomiczne na tym rynku. W kontekście takich zdarzeń powstają pewne roszczenia pieniężne, możliwe do podniesienia na podstawie różnych reżimów prawnych. Roszczenia te koncentrują się na różnych aspektach opisanego stanu faktycznego. Niekiedy mogą one alternatywnie chronić interes byłego franczyzobiorcy.

Słowa kluczowe: franczyza, wyzysk, sprzedaż przedsiębiorstwa, czyn nieuczciwej konkurencji

JEL: K12, K15, K29

Abstract

The study analyzes a problem arising in the practice of business transactions in connection with a franchise agreement. Sometimes there is a situation in which the franchisee is unable to continue the franchise business, especially after the termination of the legal relationship by the organizer of the franchise network. He then remains with the enterprise within the objective meaning (Article 55¹ of the Civil Code), which is of no use to him due to the lack of a franchise. In such cases, such an enterprise is sometimes purchased – directly or indirectly – by the network organizer at a lower value. The franchise chain organizer then takes over the former franchisee's market without incurring adequate costs of developing it. The network organizer benefits economically in this market. In the context of such events, certain monetary claims arise that can be raised under various legal regimes. These claims focus on various aspects of the facts described. Sometimes they can alternatively protect the interests of the former franchisee.

Keywords: franchising, exploitation, sale of an enterprise, act of unfair competition

Założenia wstępne

Umowa franczyzy daje początek dwustronnej relacji gospodarczej (B2B), opartej na szczególnie silnym wzajemnym zaufaniu jej stron (Ziółkowska, 2010, s. 24; Promińska, 2010, s. 748; Maciuszek, 2017, s. 17; Kowalczyk-Szymańska, 2019, s. 74). Faktycznie słabszą stroną takiej relacji prawnej

jest z zasady franczyzobiorca (Adamus, 2020, *passim*). Chodzi tu przy tym o słabość ekonomiczną, „płynnościową”, organizacyjną, merytoryczną itp. Z właściwości stosunku zobowiązaniowego (w kontekście art. 353¹ k.c.), mającego swe źródło w umowie franczyzy można wyciągnąć wniosek, że franczyzobiorca ma prawo do ekonomicznego „zamortyzowania” (pokrycia) poniesionych przez siebie nakładów

i uzyskiwania proporcjonalnych zysków (zarobku netto) z tytułu prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej w ramach relacji franczyzowej. Tymczasem, badając rynek franczyzy w Polsce, można zaobserwować następującą powtarzalną praktykę, która *in casu* może jednak różnić się w niektórych szczegółach (Adamus, 2020). Organizator sieci franczyzowej doprowadza do ustania stosunku prawnego franczyzy jeszcze przed ekonomicznym „zamortyzowaniem się” nakładów poniesionych przez franczyzobiorcę. Następnie wymusza przeprowadzenie transakcji odkupienia przedsiębiorstwa franczyzobiorcy po zaniżonej cenie (dla samego siebie albo dla swojej spółki zależnej bądź innego podmiotu zależnego). Jednocześnie przejmując rynek zbytu zorganizowany przez franczyzobiorcę i w miejsce franczyzobiorcy prowadzi (albo sam bezpośrednio, albo przez swoją spółkę zależną), działalność gospodarczą. Jest to tzw. franczyza nietolerująca sukcesu franczyzobiorcy.

Celem badawczym opracowania jest przeanalizowanie, czy co do zasady takie zachowanie organizatora sieci franczyzowej, jak opisane powyżej, podlega negatywnej ocenie z punktu widzenia prawa polskiego (zwłaszcza w kontekście międzynarodowego charakteru wielu franczyz), a jeżeli tak, to czy rodzi po stronie franczyzobiorcy odpowiednie roszczenia pieniężne i na jakich podstawach prawnych. Przedstawione roszczenia pieniężne będą dotyczyły bardzo różnych aspektów opisanej powyżej praktyki. Nie mogą one jednak być kumulowane ponad wartość interesu byłego franczyzobiorcy.

Prawo prywatne właściwe dla umowy franczyzy i praktyk podejmowanych w związku z umową franczyzy

W praktyce bardzo często franczyza ma aspekt międzynarodowy. Częsty jest schemat, w którym organizatorem sieci franczyzowej jest podmiot zagraniczny, a franczyzobiorcą jest podmiot polski. Na zasadach ogólnych prawa prywatnego międzynarodowego strony umowy franczyzy – korzystające ze swojej autonomii woli – mogą dokonać wyboru prawa prywatnego rządzącego kontraktem. W braku dokonania wyboru prawa rządzącego kontraktem prawo właściwe wskazuje prawo kolizyjne. Stosownie do art. 28 ustawy Prawo prywatne międzynarodowe, prawo właściwe dla zobowiązania umownego określa rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z 17.06.2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)¹. Przepis art. 4 tego rozporządzenia wskazuje, że w zakresie, w jakim nie dokonano wyboru prawa właściwego, umowa franczyzy podlega prawu państwa, w którym franczyzobiorca ma miejsce zwykłego pobytu. „W doktrynie podkreśla się, iż Komisja zdecydowała się na wyraźne uregulowanie problemu właściwości prawa dla umów franchisingu z uwagi na duże rozbieżności w kolizyjnoprawnej ocenie tych umów na gruncie konwencji rzymskiej. Przyjęcie co do zasady właściwości prawa kraju, w którym miejsce zwykłego pobytu ma uczestnik sieci (biorca), uzasadniono jed-

nak nie koncepcją świadczenia charakterystycznego, ale potrzebą ochrony tego podmiotu, który uważany jest za stronę słabszą. Pogląd, że przystępujący do sieci uczestnik jest stroną słabszą, której należy zagwarantować ochronę, wyrażony został także w polskiej doktrynie. Chodziło tu jednak nie o ochronę kolizyjnoprawną, ale regulację merytoryczną chroniącą uczestnika sieci, podobnie jak polski kodeks cywilny chroni agenta” (Fuchs, 2015, s. 209).

Sąd Okręgowy w Łodzi w wyroku z 2.02.2022, X GC 1007/19, wyraził trafny pogląd, że „umowy dotyczące dystrybucji, przedstawicielstwa oraz przedstawicielstwa handlowego, czy franczyzy, są wyłączone z zakresu stosowania (...) [Konwencji Narodów Zjednoczonych] o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów sporządzonej w (...) w dniu 11 kwietnia 1980 r.” Pogląd ten należy bez wątpienia uznać za prawidłowy.

W tym miejscu trzeba uczynić wyraźną dystynkcję pomiędzy: (a) prawem właściwym dla umowy franczyzy a (b) prawem właściwym dla praktyk podejmowanych przez stronę umowy franczyzy w związku z zawarciem umowy franczyzowej, jeżeli praktyki te podlegają innej właściwej regulacji prawnej. W grę może wchodzić na przykład, posługując się aparaturą pojęciową polskiego systemu prawnego, czyn nieuczciwej konkurencji, delikt związany z franczyzą, wyzysk (niedopuszczalna eksploatacja ekonomiczna drugiej strony kontraktu) w związku z odrębną umową sprzedaży przedsiębiorstwa franczyzowego, bezpodstawne wzbogacenie, itp. W tym ostatnim przypadku, gdy występuje tzw. element obcy, generalnie będzie właściwe prawo miejsca wystąpienia skutków wskazanego zachowania (np. w przypadku deliktów tradycyjnym łącznikiem będzie *lex loci delicti commisi*). Powstaje pytanie dotyczące tzw. wyzysku (który w przypadku prawa polskiego uregulowany został w treści art. 388 k.c.): czy jest to immanentny element statutu kontraktowego (a zatem czy podlega prawu właściwemu dla umowy przeniesienia przedsiębiorstwa franczyzobiorcy), czy rodzaj bezprawia kontraktowego (niedopuszczalnej praktyki) wymagającej osobnego rozpatrzenia. Natura prawna instytucji wyzysku nie jest oceniana jednolicie, np. wyzysk w prawie polskim został potraktowany jako rodzaj wady oświadczenia woli. Wydaje się, że wyzysk należałoby potraktować jako całkowicie osobne zjawisko, niemieszczące się w formacie statutu kontraktowego, niemniej szersze przedstawienie argumentacji za tym poglądem przekracza ramy niniejszego opracowania.

Dalszy wywód został podporządkowany założeniu, że właściwe łączniki kolizyjne jako prawo właściwe, we wszystkich dalej poruszanych aspektach, wskazują prawo polskie.

Prawo podmiotowe franczyzobiorcy do uzyskania zwrotu poniesionych kosztów i osiągnięcia zarobku

W dalszej kolejności należałoby przedstawić postać interesu byłego franczyzobiorcy. Dwustronnie gospodarcza umowa franczyzy charakteryzuje się tym, że obie jej strony

przystępują do wzajemnej współpracy, licząc na określony zysk. Niedopuszczalna byłaby franczyza „lwia”, zakładająca zyski wyłącznie po stronie organizatora sieci. Taka konstrukcja naruszałaby właściwość zobowiązania ze skutkami z art. 353¹ k.c. Otwarte jest pytanie o dopuszczalność konstrukcji z limitem zysków dla francyzobiorcy. Ta ostatnia kwestia wymagałaby szczegółowej, osobnej analizy. Oczywiście każda ze stron inaczej będzie definiowała zysk z tytułu współpracy, ponieważ inna jest pozycja stron w ramach umowy, a korzyści ekonomiczne, wyrażone w konkretnych kwotach pieniężnych, nie muszą być identyczne. Na przykład, im większa jest sieć francyzowa, tym większa jej reno-ma i lepsze są perspektywy jej rozwoju. Wzajemne więzi gospodarcze, jakie powstają przy umowie franczyzy, pozwalają ją kwalifikować jako kontrakt najwyższego zaufania (*bonissime fidei*). Francyzobiorca z zasady uzyskuje dostęp do tajemnic organizatora sieci. Jednocześnie francyzobiorca inwestuje swoją energię i zasoby w rozwój cudzej marki. Francyzobiorca jest samodzielnym przedsiębiorcą (bez względu na formę prawną, w jakiej wykonywana jest działalność gospodarcza), a co za tym idzie, jego oczekiwania co do zarobku na wykonywaniu umowy franczyzy są jak najbardziej naturalne i oczywiste. Francyzobiorca ma zatem prawo do, zdefiniowanego w odpowiedni sposób, sukcesu wynikającego z efektów jego zaangażowania ekonomicznego zarówno w postaci poniesienia nakładów (rzeczowych, pieniężnych), jak i w postaci nakładu pracy czy innych starań, a jako standard absolutnego minimum ma prawo do ekonomicznego „zamortyzowania” poniesionych przez siebie nakładów. Franczyza, która dawałaby szansę na pomyślność finansową wyłącznie organizatorowi sieci, a zatem podmiotowi z zasady zawsze silniejszemu ekonomicznie, byłaby franczyzą skonstruowaną na niewłaściwym założeniu. Można postawić tezę, że taki mechanizm franczyzy mógłby zostać dodatkowo zakwalifikowany jako czyn nieuczciwej konkurencji.

Strategiczne oczekiwania stron co do ekonomicznych efektów zaangażowania w umowę franczyzy mają charakter pierwszoplanowy w porównaniu z ustaleniem umowy co do czasu jej trwania i co do zasad wykonywania uprawnień kształtujących (wypowiedzenie umowy, odstąpienie od umowy).

Zawarcie i wykonywanie umowy franczyzy powinno pozwolić francyzobiorcy na osiągnięcie odpowiedniego do okoliczności efektu ekonomicznego. Przemawiają za tym następujące argumenty merytoryczne z zakresu komparaty-styki prawniczej.

Według dokumentu *Draft Common Frame of Reference (DCFR): Part E. Commercial agency, franchise and distributorship* (Study Group on a European Civil Code, 2009) samo zmniejszenie rozmiaru działalności francyzobiorcy na skutek okoliczności, za które ponosi odpowiedzialność organizator sieci, traktowane jest jako zaburzenie relacji kontraktowych. Zgodnie z pkt IV.E.-4:206 „gdy francyzobiorca jest zobowiązany do uzyskania produktów od francyzodawcy lub od dostawcy wyznaczonego przez francyzodawcę, francyzodawca musi ostrzec francyzobiorcę w roz-

sądnym czasie, gdy francyzodawca przewiduje, że możliwości dostawcze francyzodawcy lub możliwości dostawcze wyznaczonych dostawców będą znacznie mniejsze, niż francyzobiorca miał powody oczekiwać” (Adamus, 2022).

Europejski kodeks etyki franczyzy stanowi, że „istotne minimalne warunki umowy będą obejmować co najmniej: (...) (8) czas trwania umowy, który powinien być na tyle długi, aby indywidualni francyzobiorcy mogli odzyskać swoje początkowe i późniejsze inwestycje związane z daną franczyzą” (Adamus, 2022).

Z kolei Polski kodeks etyki w dziedzinie franczyzy wskazuje w art. 14, że „umowa franczyzy może być zawarta na czas oznaczony lub nieoznaczony, przy czym w przypadku umów zawartych na czas oznaczony, czas ten powinien być na tyle długi, aby francyzobiorcy i francyzodawcy mogli zamortyzować swoje początkowe i późniejsze inwestycje związane z daną franczyzą”. Dalej wskazano, że „rozwiązanie umowy franczyzy powinno być możliwe z zachowaniem rozsądnego i proporcjonalnego okresu wypowiedzenia, przy czym:

a) okres wypowiedzenia powinien być proporcjonalny do:

- czasu trwania umowy, tj. okresu, na jaki umowa została zawarta, albo okresu, jaki upłynął od zawarcia umowy, lub

- skali i charakteru nakładów poniesionych przez każdą ze stron umowy w związku z nawiązaniem współpracy, w tym ewentualnych zobowiązań finansowych zaciągniętych w związku z jej nawiązaniem;

b) ustalony w umowie franczyzy okres wypowiedzenia powinien odpowiadać uzasadnionym interesom każdej ze stron” (Adamus, 2022).

Włoska ustawa z 6.05.2004 r. nr 129 „Zasady regulujące przynależność handlową”, opublikowana w Dzienniku Urzędowym nr 120 z 24.05.2004 r., zawiera art. 3 ust. 3, zgodnie z którym: „Jeżeli umowa jest zawarta na czas określony, francyzodawca musi w każdym przypadku zagwarantować francyzobiorcy minimalny okres wystarczający na amortyzację inwestycji, a w każdym razie nie krótszy niż trzy lata. Zastrzeżona jest możliwość wcześniejszego rozwiązania umowy z powodu niewykonania zobowiązania przez jedną ze stron” (Adamus, 2022).

W litewskim kodeksie cywilnym z 18.07.2000 r., w rozdziale XXXVII, gdzie uregulowano franczyzę, kładzie się szczególny nacisk na kontynuowanie umowy (art. 6.774). „Prawo francyzobiorcy do zawarcia umowy franczyzy na nowy okres: 1. Francyzobiorca, który należycie wykonał swoje obowiązki wynikające z umowy franczyzy, ma prawo po upływie czasu trwania umowy franczyzy zawrzeć nową umowę na nowy okres na tych samych warunkach. 2. Francyzodawca ma prawo odmówić zawarcia umowy franczyzy na nowy okres pod warunkiem, że w ciągu trzech lat od dnia upływu okresu umowy nie zawrze umowy franczyzy z innymi osobami, która obejmowałaby to samo terytorium, na którym działała rozwiązana umowa. Jeżeli przed upływem trzyletniego terminu francyzodawca zechce przyznać te same prawa wyłączne innym osobom, jest on zobowiązany do zaproponowania francyzobiorcy zawarcia nowej umowy

lub naprawienia poniesionej przez niego szkody. Przy zawieraniu nowej umowy jej warunki nie mogą być bardziej uciążliwe dla franczyzobiorcy niż warunki poprzedniej umowy” (Adamus, 2022).

Rozwiązanie umowy franczyzowej reguluje art. 7:920 holenderskiego kodeksu cywilnego. Ustawodawca zobowiązuje w tamtej regulacji strony do zapewnienia w umowie franczyzy rekompensaty z tytułu narosłej wartości przedsiębiorstwa, o ile można ją w uzasadniony sposób przypisać franczyzobiorcy. Porozumienie to dotyczy jedynie sytuacji, w której franczyzodawca przejmuje franczyzę dla siebie lub w celu przeniesienia jej na nowego franczyzobiorcę. Jeżeli nowy franczyzobiorca przejmuje działalność odchodzącego franczyzobiorcy, wartość przedsiębiorstwa jest domyślnie lub bezpośrednio częścią ceny przejścia wynegocjowanej między tymi stronami (Adamus, 2022).

Przywołane ustawodawstwa (jak i przykłady *soft law*) trafnie zauważają, że wykonywana przez franczyzobiorcę działalność może prowadzić do wytworzenia pewnego dobra, a mianowicie określonego rynku zbudowanego kosztem franczyzobiorcy. Uniwersalna jest zatem idea konieczności rozliczenia się z franczyzobiorcą w przypadku przyjęcia tego rynku bez uwzględnienia interesu franczyzobiorcy. Kontrakt zakładający bliską, ścisłą, niekrótkoterminową współpracę gospodarczą (a w tym budowanie specjalistycznego przedsiębiorstwa pod działalność franczyzową) między stronami będącymi przedsiębiorcami należy do umów o szczególnym zaufaniu. Kontrahent ma prawo oczekiwać lojalnego zachowania z drugiej strony. Ma prawo oczekiwać działania drugiej strony w dobrej wierze.

Wreszcie należy zauważyć, że problem wrogiego zastąpienia działalności franczyzobiorcy przez organizatora sieci może być rozpoznawany na różnych płaszczyznach.

Pierwsza z nich to płaszczyzna kontraktowania. Za ustalony zwyczaj – jako determinant konsekwencji prawnych umowy – można uznać postępowanie polegające na tym, że franczyzobiorca „amortyzuje” w działalności franczyzowej poniesione przez siebie nakłady i uczestniczy w korzyściach wynikających ze zbudowania przez niego rynku zbytu. Na pewno dobrym obyczajem (poprawną zasadą współżycia społecznego) nie jest przejście przez organizatora sieci rynku zbytu zbudowanego przez franczyzobiorcę przed zamortyzowaniem nakładów poniesionych przez tego franczyzobiorcę. Z kolei sprzeczne z właściwością zobowiązania byłoby takie zorganizowanie umowy franczyzy, że prawem do zysku wynikającym z faktu współpracy w ramach umowy gospodarczej mógłby dysponować wyłącznie organizator sieci.

Druga płaszczyzna to płaszczyzna wykonywania praw podmiotowych na etapie realizacji umowy. Nawet jeżeli organizatorowi sieci przysługują określone prawa podmiotowe, to nie może on tych praw podmiotowych wykonywać w taki sposób, byłoby to traktowane jako nadużycie.

Trzecia płaszczyzna obejmuje zakaz podejmowania zachowań – w związku ze stosunkiem prawnym franczyzy – stanowiących czyn nieuczciwej konkurencji względnie delikt względem kontrahenta.

Możliwe podstawy prawne dochodzenia roszczeń

Wyzysk przy nabyciu przedsiębiorstwa byłego franczyzobiorcy

Sprzedaż przedsiębiorstwa przez byłego franczyzobiorcę albo bylemu franczyzodawcy, albo podmiotowi całkowicie zależnemu od organizatora sieci (podlegająca prawu polskiemu) w następstwie rozwiązania umowy franczyzy (która może, ale nie musi podlegać prawu polskiemu) może podlegać kwalifikowaniu jako wyzysk w rozumieniu art. 388 k.c. (Cisek & Kremis, 1979, s. 61 i n.; Krzynówek & Sajkowska, 2022, s. 267 i n.). „Norma art. 388 § 1 KC zawiera ustawową regulację wyzysku ze względów moralnych ograniczając swobodę umów. Nie każda bowiem umowa i przedsięwzięcie biznesowe zasługuje na ochronę przepisami prawa, jeśli prowadzi do pokrzywdzenia słabszej strony stosunku umownego i wykorzystania jej trudnego położenia”². W takim wypadku okoliczności rozwiązania umowy franczyzy są elementem stanu faktycznego składającego się na „przymusowe położenie” przedsiębiorcy, który doświadczył wyzysku.

Wyzysk jest uniwersalną i generalną konstrukcją prawną w tym znaczeniu, że może odnosić się do wszelkich umów nazwanych i nienazwanych, w tym także do umów B2B (choć „niedołęstwo” jako przesłanka stosowania wyzysku w przypadku umów B2B raczej nie będzie występowała w praktyce). Ofiarą wyzysku może być osoba fizyczna, jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33¹ k.c., osoba prawna. W przypadku sprzedaży przedsiębiorstwa „wyzysk” to zaniżona cena tego przedsiębiorstwa. Ustawowe przesłanki wyzysku są następujące: jedna ze stron, wyzyskując przymusowe położenie drugiej strony (bez względu na przyczynę tego przymusowego położenia, w świetle przesłanek komentowanego artykułu przyczyna przymusowego położenia może być albo całkowicie obiektywna, albo nawet wynikać z okoliczności obciążających stronę znajdującą się w przymusowym położeniu), w zamian za swoje świadczenie przyjmuje i zastrzega dla siebie świadczenie, którego wartość w chwili zawarcia umowy przewyższa w rażącym stopniu wartość jej własnego świadczenia.

Wyzysk ma zatem miejsce tylko wtedy, gdy spełnione są łącznie trzy przesłanki. Pierwszą przesłanką jest istniejąca w chwili zawarcia ważnej umowy dysproporcja między świadczeniami stron, wyrażająca się w tym, że jedna ze stron w zamian za swoje świadczenie przyjmuje lub zastrzega dla siebie lub dla osoby trzeciej świadczenie, którego wartość majątkowa jest „rażąco” wyższa od wartości świadczenia spełnianego przez tę stronę lub przez nią przyrzeczonego. Dochodzi więc do oczywistej nieekwiwalentności wartości świadczeń, zaburzenia formuły *do ut des* (jako podstawy konstrukcji umowy synallagmatycznej). Przesłanka obiektywna jest spełniona tylko wówczas, gdy dysproporcja świadczeń ma charakter „rażący”. Oznacza to dysproporcję bardzo wyraźną („rzucającą się w oczy”), w oczywisty sposób odbiegającą od dopuszczalnej w obrocie nierównowagi świadczeń, w nawiązaniu do zasady słuszności kontraktowej,

na podstawie kryteriów wartości rynkowej świadczeń. Przesłanka druga, o charakterze subiektywnym, wyraża się w naganym zachowaniu kontrahenta uprawnionego do świadczenia wyższego, który świadomie „wykorzystuje okazję” (właśnie „wyzyskuje”), uzyskując zastrzeżenie szczególnej korzyści dzięki określonej sytuacji drugiej strony. Niezbędna jest zatem wiedza o tej szczególnej sytuacji kontrahenta oraz świadomość rażącej dysproporcji świadczeń. Wreszcie przesłanka trzecia to właśnie ta szczególna sytuacja wyzyskanego w postaci przymusowego położenia (względnie, dla innych przypadków, niedoświadczenia lub niedoświadczania). Musi ona istnieć tylko w jednej lub większej liczbie postaci w chwili zawarcia umowy. Obojętne jest, czy wyzyskany uświadamia sobie, że znajduje się w takiej sytuacji. Istotne jest tylko to, że wynikające z tej sytuacji uwarunkowania powodują zgodę wyzyskanego na przyjęcie w umowie niekorzystnego dla niego uregulowania. Rozwiązanie umowy franczyzy, a zatem pozbawienie biznesowej racji bytu, przy stałych kosztach prowadzenia przedsiębiorstwa, a w związku z tym zagrożenie utratą płynności (bezpośrednie ryzyko upadłościowe), jednoznacznie przemawia za spełnieniem się kolejnej przesłanki wyzysku. Gdyby umowa, której dotyczyła dysproporcja świadczeń, była bezwzględnie nieważna, to w takiej sytuacji przysługują roszczenia z tytułu bezwzględnej nieważności takiej umowy. W przypadku jednostek organizacyjnych kwestie subiektywne, takie jak „wiedza” czy „świadomość”, będą się odnosiły do piastunów organów (art. 38 k.c.) albo do osób fizycznych występujących za strony umowy, np. komplementariuszy w przypadku handlowych spółek osobowych.

Atutem „praktycznym” podnoszenia roszczeń według reżimu prawnego wyzysku jest bardzo prosta konstrukcja jego przesłanek czy adekwatność przewidzianych konsekwencji prawnych. Zwiększenie umówionego świadczenia wynikającego z zawartej (a nawet wykonanej) umowy na mocy orzeczenia sądu właściwego w sprawie nie ma jednak charakteru odszkodowawczego. Wyzysk nie limituje franczyzobiorcy w dochodzeniu roszczeń odszkodowawczych ponad różnicę pomiędzy ceną sprzedaży przedsiębiorstwa faktycznie uzyskaną a ceną rynkową. Niemniej zrealizowanie roszczenia z tytułu wyzysku ma wpływ na odpowiedzialność odszkodowawczą drugiej strony.

Bezpodstawne wzbogacenie z tytułu przejścia rynku zbytu i *goodwill* jako dobra majątkowego niematerialnego

Zbudowanie od podstaw rynku zbytu przez franczyzobiorcę, dzięki któremu możliwa jest sprzedaż towarów organizatora sieci (w ramach tzw. franczyzy dystrybucyjnej) i wykreowanie znajomości marki (w pewnym uproszczeniu: *goodwill*), oznacza wytworzenie pewnego dobra (aktywa) niematerialnego i zarazem majątkowego, o oznaczonej wartości. Dobra takie mogą być przedmiotem bezpodstawnego wzbogacenia (Borysiak, 2018, s. 48; Cichowski 2023, s. 118). Nie każdy franczyzobiorca przy okazji wykonywania umowy

franczyzy buduje jednak od podstaw rynek zbytu. Na obszarze geograficznym, na którym działa franczyzobiorca, bardzo często jest tak, że funkcjonuje już jakiś rynek zbytu, co może wynikać z kampanii reklamowych organizatora sieci, faktycznego uczestnictwa w tym rynku innych franczyzobiorców itp. Inaczej wygląda sytuacja, gdy franczyzobiorca jako pierwszy na danym obszarze geograficznym i w określonym segmencie asortymentowym rozpoczyna budowanie rynku zbytu oraz *goodwill*. Natomiast przejście zorganizowanego rynku zbytu od franczyzobiorcy i korzystanie z niego przez organizatora sieci franczyzowej oznacza przejście pewnego dobra majątkowego. Jednoznacznie tę okoliczność dostrzegają różne systemy prawne, które bliżej regulują umowę franczyzy. Niemniej w kontekście wcześniejszego istnienia i wykonywania umowy franczyzy do kwestii bezpodstawnego wzbogacenia należy podchodzić z dużą ostrożnością, gdyż umowa może sama wskazywać na sposób rozliczeń końcowych pomiędzy kontrahentami.

Przez „przejście rynku” należy rozumieć doprowadzenie w jakikolwiek sposób do ustania stosunku franczyzy i zastąpienie działalności franczyzobiorcy własną działalnością organizatora sieci. Wypowiedzenie czy odstąpienie od umowy franczyzy celem nieodpłatnego przejścia rynku może być kwalifikowane jako nadużycie prawa podmiotowego. Teoretycznie umowa franczyzy, jeżeli w jej wyniku dojdzie do stworzenia rynku zbytu, może przewidywać indywidualne rozliczenie z tego tytułu. W przypadku gdy umowa w ogóle milczy w tym zakresie, wówczas (zgodnie z prawem polskim właściwym przez łącznik miejsca, w którym doszło do bezpodstawnego wzbogacenia), na podstawie art. 405 k.c., kto bez podstawy prawnej uzyskał korzyść majątkową kosztem innej osoby, obowiązany jest do wydania korzyści w naturze, a gdyby to nie było możliwe, do zwrotu jej wartości. Ustanie bytu prawnego umowy franczyzy nie powinno być utożsamiane z automatycznym zaistnieniem samoistnej podstawy prawnej do nieodpłatnego przejścia rynku zbytu wytworzonego staraniem franczyzobiorcy. Tym, kto uzyskał korzyść bez podstawy prawnej, w przypadku gdy dany rynek zbytu przejęła spółka zależna organizatora sieci, jest ta spółka zależna.

Roszczenie o świadczenie wyrównawcze na zasadzie *analogia legis*

Franczyza dystrybucyjna wykazuje pewne oczywiste podobieństwa do umowy agencyjnej (zgodnie z art. 758 § 1 k.c. przez umowę agencyjną przyjmujący zlecenie (agent) zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, do stałego pośredniczenia, za wynagrodzeniem, przy zawieraniu z klientami umów na rzecz dającego zlecenie przedsiębiorcy albo do zawierania ich w jego imieniu). System prawa uznaje tymczasem, że stworzenie pewnego „rynku” przez agenta, działającego w ramach kontraktu agencyjnego, jest wartością ekonomiczną (Rosiak, 2017, s. 217 i n.). Przepis art. 764³ § 1 k.c. stanowi, że po rozwiązaniu umowy agencyjnej agent może żądać od dającego zlecenie świadc-

czenia wyrównawczego, jeżeli w czasie trwania umowy agencyjnej pozyskał nowych klientów lub doprowadził do istotnego wzrostu obrotów z dotychczasowymi klientami, a dający zlecenie czerpie nadal znaczne korzyści z umów z tymi klientami. Roszczenie to przysługuje agentowi, jeżeli, biorąc pod uwagę wszystkie okoliczności, a zwłaszcza utratę przez agenta prowizji od umów zawartych przez dającego zlecenie z tymi klientami, przemawiają za tym względy słuszności. Zatem wypracowanie pewnego rynku zbytu przez agenta daje mu roszczenie co do części korzyści. *De lege ferenda* kwestia świadczenia wyrównawczego dla franczyzobiorcy pozostaje do rozważenia w przypadku uregulowania ustawowego umowy franczyzy.

Roszczenia z tytułu czynu nieuczciwej konkurencji

Zgodnie z art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej: u.z.n.k.) czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta (Kłosiewicz-Górecka & Wasilik, 2014, s. 80; Rykaczewska, 2015, s. 77). Konstrukcja czynu nieuczciwej konkurencji opiera się na klauzuli generalnej i egzemplifikacji w ustawie określonych typów czynów nieuczciwej konkurencji. Użyty w treści przepisu zwrot „czyn” może oznaczać kompleks podejmowanych działań, w tym czynności prawne, czynności faktyczne, zaniechania, które spina uzyskanie określonego efektu. Samo przerwanie przez organizatora sieci stosunku prawnego franczyzy w sposób zgodny z prawem (czyli w istocie rzeczy zgodnie z *lex contractus*, nie może być traktowane jako czyn nieuczciwej konkurencji. Niemniej jeżeli okoliczności są takie, że: (a) franczyzobiorca nie „zamortyzował” ekonomicznie wszystkich nakładów, (b) zbudował od podstaw rynek zbytu dla towarów franczyzowych, (c) działalność wykonywana przez franczyzobiorcę przynosiła zyski, (d) organizator bezpośrednio albo pośrednio przejął dotychczasową działalność franczyzobiorcy i odnosi korzyści z eksploatacji rynku zbudowanego przez franczyzobiorcę (e) dzięki nabyciu przedsiębiorstwa franczyzobiorcy po zaniżonej cenie, to jest to czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu klauzuli generalnej umieszczonej w art. 3 ust. 1 u.z.n.k.

Czyn nieuczciwej konkurencji, po pierwsze, opiera się na filozofii deliktu, co prowadzi do wniosku o możliwości odpowiedniego stosowania art. 422 k.c. (możliwe jest zatem bardzo szerokie sprawstwo), a po drugie także „otwarta” postać klauzuli generalnej zakazanego czynu nieuczciwej konkurencji pozwala na formułowanie różnych form zjawiskowych czynu nieuczciwej konkurencji: pomocnictwa, podżegania, skorzystania. Jeżeli sprawców czynu nieuczciwej konkurencji jest kilku i doszło do wyrządzenia ich działaniem określonej szkody, w takim przypadku odpowiedzialność tych osób jest solidarna. Każdy ze współsprawców czynu nieuczciwej konkurencji odpowiada za całość szkody czy szerzej – odpowiada za całość konsekwencji wynikających z dokonania przez niego czynu nieuczciwej konkurencji.

Postacią czynu nieuczciwej konkurencji może być: (1) zawarcie jako podmiot całkowicie zależny od organizatora sieci franczyzowej (2) umowy nabycia przedsiębiorstwa byłego franczyzobiorcy/zbywcy po zaniżonej cenie, (2a) w stosunku do obiektywnej wartości handlowej przedsiębiorstwa, (2b) jak i w stosunku do kosztów zbudowania rynku *ab initio*, (3) przy kwalifikacji tego zaniżenia ceny jako „znaczne”, „rażące”, (4) przy wykorzystaniu przymusowego położenia byłego franczyzobiorcy/zbywcy zagrożonego upadłością, (5) i w następstwie tego przejście rynku właściwego (w rozumieniu rynku asortymentowego i rynku geograficznego) zbudowanego przez byłego franczyzobiorcę/zbywcę, (6) w sytuacji gdy podmiot dominujący nad nabywcą przedsiębiorstwa doprowadził do ustania stosunku prawnego franczyzy, zanim były franczyzobiorca/zbywca przedsiębiorstwa zamortyzował poniesione nakłady i osiągnął godziwy zysk, (7) czym ewidentnie naruszył zasady współpracy franczyzowej w świetle przytoczonych powyżej kodeksów etyki franczyzy, argumentów prawnoporównawczych odwołujących się do legislacji franczyzowych, elementarnych zasad etyki biznesowej.

Zatem „działanie”, o którym mowa w komentowanym przepisie, oznacza każdą aktywność – dokonywanie czynności prawnych, czynności organizacyjnych i czynności faktycznych. Może być nią wykonanie uprawnienia kształtującego na podstawie umowy, a także wykorzystanie faktu dokonania takich czynności przez podmiot dominujący. Czynem nieuczciwej konkurencji może być również umowa dwustronna, zawarta i wykonana przez strony (czego przykładem jest czyn nieuczciwej konkurencji w zakresie tak zwanych opłat półkowych). Kwalifikacja tej aktywności musi być albo sprzeczna z prawem, albo z dobrymi obyczajami. Rugowanie franczyzobiorcy z wytworzonego przez niego rynku zbytu celem zajęcia tam jego pozycji przez organizatora sieci albo przez podmiot całkowicie od niego zależny z pewnością nie jest dobrym obyczajem. Z kolei przejście rynku zbytu wytworzonego przez franczyzobiorcę – bez godziwej rekompensaty finansowej – w sposób oczywisty narusza jego interes. Czyn nieuczciwej konkurencji (będący deliktem) może być popełniony także przez kontrahenta. Nie ma znaczenia, czy umowa, w związku z którą dochodzi do dopuszczenia się czynu nieuczciwej konkurencji, jest umową podlegającą prawu polskiemu czy prawu obcemu.

Osoba dotknięta czynem nieuczciwej konkurencji może między innymi żądać wydania bezprawnie uzyskanych korzyści, jak również naprawienia szkody. Powstaje pytanie, czy w ramach zachowania strony określonego jako czyn nieuczciwej konkurencji może dojść do ważnego i skutecznego wyłączenia odpowiedzialności odszkodowawczej czy innej związanej z tym czynem nieuczciwej konkurencji. Innymi słowy, czy czyn nieuczciwej konkurencji może sam wyłączyć odpowiedzialność za samego siebie. Ewentualna klauzula, która by ograniczała poprzez czyn nieuczciwej konkurencji odpowiedzialność z tytułu tej nieuczciwej konkurencji, byłaby klauzulą sprzeczną z prawem, to jest przepisami prawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 58 k.c.).

Wniosek końcowy – wielopłaszczyznowość uzasadnienia roszczenia finansowego (pieniężnego) byłego franczyzobiorcy

Zaburzenie równowagi ekonomicznej pomiędzy pozycją byłych stron umowy franczyzy na niekorzyść byłego franczyzobiorcy daje tytuł prawny do dochodzenia roszczeń pieniężnych na podstawie różnych reżimów prawnych. Uzasadnienie prawne dla dochodzenia roszczenia pieniężnego może być, z uwagi na szeroki zbieg podstaw odpowiedzialności, złożone. Może ono zostać przedstawione w sposób wariantowy. Oczywiście każdy reżim prawny ma swoje własne przesłanki i nie można ich „przemieszczać”. Ową elastyczność potwierdza wyrok Sądu Najwyższego – Izby Cywilnej z 12.05.2023 r., II CSKP 872/22: „zarówno w judykaturze, jak i doktrynie przyjmuje się, że nie jest wyłączony zbieg roszczenia wynikającego z art. 388 KC z roszczeniem przewidzianym w art. 415 KC”. We wskazanym orzeczeniu z 26.06.2013 r., II CSK 582/12, dodaje się, że wyzysk traktowany jest jako szczególnie przypadek sprzeczności z prawem lub zasadami współzycia społecznego treści czynności prawnej, który może prowadzić do zbiegu podstaw odpowiedzialności. Naganne postępowanie osoby wyzyskującej słabszego kontrahenta, wypełniające kryteria kwalifikujące taki czyn jako delikt, uprawnia pokrzywdzonego do wyboru podstawy, a w konsekwencji formy, w jakiej domaga się usunięcia

skutków krzywdzącej czynności prawnej. W uzasadnieniu tego wyroku (II CSK 582/12) dodano także, że „stanowisko przeciwne, uznające art. 388 KC za rozwiązanie szczególne, wyłączające stosowanie podstawy deliktowej, z nieuzasadnionych przyczyn stawiałoby pokrzywdzonego w gorszej sytuacji niż inne podmioty dotknięte czynami wypełniającymi przesłanki deliktu”.

Były franczyzobiorca dysponuje „ogólną racją finansową”, która może być usprawiedliwiona w różny sposób (a inaczej: konkretnym interesem wierzyciela, który może zostać zaspokojony w ramach różnych tytułów prawnych): roszczeniem o podwyższenie ceny sprzedaży wynikającym z wyzysku, roszczeniem odszkodowawczym wynikającym z nienazwanego czynu nieuczciwej konkurencji względnie z deliktu. Sama wysokość roszczenia pieniężnego, niezależnie, że w pierwszej kolejności została wywiedziona z jednoznacznie wskazanych w ustawie przesłanek instytucji wyzysku, może być usprawiedliwiona z uwagi na wysokość roszczenia odszkodowawczego wynikającego z „nienazwanego deliktu nieuczciwej konkurencji”.

Istnieje zbieg podstaw prawnych dla wywiedzenia roszczeń pieniężnych byłego franczyzobiorcy wobec nabywcy przedsiębiorstwa. Niewątpliwie miarodajną podstawą dla dochodzenia roszczeń przez byłego franczyzobiorcę jest wyzysk (art. 388 k.c.). Nie umniejszając powagi roszczenia pieniężnego z tytułu wyzysku, można wykorzystać inny reżim prawny.

Przypisy/Notes

¹ Dz. Urz. UE L 177 z 4.07.2008 r., s. 6.

² Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie – I Wydział Cywilny z 24.06.2021 r. I ACa 321/20.

Bibliografia/References

- Adamus, R. (2020). *Faktyczna nierówność stron umowy franczyzy w Polsce*. Instytut Wymiaru Sprawiedliwości. https://iws.gov.pl/wp-content/uploads/2020/10/IWS_Adamus-R._Faktyczna-nier%C3%B3wno%C5%9B%C4%87-stron-umowy-franczyzy-w-Polsce.pdf
- Adamus, R. (2022). *Projekt regulacji franczyzy w Polsce na tle ustawodawstw innych państw*. Instytut Wymiaru Sprawiedliwości. https://iws.gov.pl/wp-content/uploads/2022/08/IWS_Adamus-R._Projekt-regulacji-franczyzy-w-Polsce.pdf
- Borysiak, S. (2018). Pojęcie i cechy charakterystyczne zobowiązania z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia. *Krytyka Prawa*, (10).
- Cichowski, P. (2023). Kompensacja uszczerbku powstałego na skutek bezprawnego komercyjnego wykorzystania wizerunku – uwagi *de lege lata*. *Studia Cywilistyczne Lege Artis*, 8.
- Cisek, A., & Kremis, J. (1979). Z problematyki wyzysku w ujęciu kodeksu cywilnego. *Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Społeczny*, (3).
- Fuchs, B. (2015). W: M. Pazdan (red.), *Prawo prywatne międzynarodowe. System Prawa Prywatnego*. Tom 20B. C.H.Beck.
- Kłosiewicz-Górecka, U., & Wasilik, K. (2014). Dylematy niezależnych i sieciowych przedsiębiorstw handlowych w okresie chwiejnego rozwoju gospodarczego. *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, (34).
- Kowalczyk-Szymańska, M. (2019). Zobowiązanie do ujawnienia istotnych informacji przed zawarciem umowy franczyzy (pre-contractual disclosure obligation). Analiza prawnoporównawcza na tle ustawodawstwa polskiego oraz wybranych jurysdykcji. *Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny*, (8).
- Krzynówek, J., & Sajkowska, M. (2022). Istota wyzysku w polskim prawie cywilnym. *Studia Prawnoustrojowe UWM*, (58).
- Maciuszek, I. (2017). Regulacja umowy franchisingu w polskim systemie prawnym. W: K. Pujer (red.), *Nauki społeczne i ekonomiczne wobec problemów współczesności. Wybrane zagadnienia*. Ex ante.
- Promińska, U. (2010). W: W. J. Katner (red.), *System Prawa Prywatnego. Tom 9. Prawo zobowiązań – umowy nienazwane*. C.H.Beck.
- Rosiak, P. (2014). Realizacja zasady słuszności w ramach świadczenia wyrównawczego. *Białostockie Studia Prawnicze*, (17).
- Rykaczewska, M. (2015). Sytuacja prawna stron po ustaniu stosunku franchisingowego. *Transformacje Prawa Prywatnego*, (1).
- Study Group on a European Civil Code. (2009). Draft Common Frame of Reference (DCFR): Part E. Commercial agency, franchise and distributorship. https://www.law.kuleuven.be/personal/mstorme/2009_02_DCFR_OutlineEdition.pdf
- Ziółkowska, M. (2010). *Franczyza. Nowoczesny model rozwoju biznesu*. CeDeWu.

Prof. dr hab. Rafał Adamus

Pracownik Instytutu Nauk Prawnych Uniwersytetu Opolskiego, radca prawny, autor wielu opracowań z zakresu prawa prywatnego.

Prof. dr hab. Rafał Adamus

Employee of the Institute of Legal Sciences at the University of Opole, legal counsel, author of numerous studies in the field of private law.

**ZAPOWIEDŹ****Antonina Viktoriia Gavryshkiv**

WPŁYW OTWARTOŚCI HANDLU NA ŚRODOWISKO W KRAJACH ROZWIJAJĄCYCH SIĘ

Monografia zawiera kompleksowe spojrzenie na problem zależności między handlem zagranicznym krajów rozwijających się a wpływem otwartości handlu na zanieczyszczenie środowiska. W dobie globalizacji i liberalizacji handlu kraje rozwijające się zyskują nowe możliwości ekonomiczne, ale również stają przed wyzwaniami związanymi z ochroną środowiska. Jest to pierwsza tego typu publikacja na polskim rynku, która łączy obszerną analizę empiryczną z teorią ekonomiczną, skupiając się na dynamicznie rozwijających się gospodarkach. Przedstawiony autorski model umożliwia wieloaspektową ocenę tej zależności. Dzięki zastosowaniu metod ekonometrycznych praca dostarcza cennych wniosków na temat wpływu otwartości handlu na środowisko. Monografia składa się z czterech rozdziałów, które krok po kroku wprowadzają czytelnika w zagadnienia otwartości handlu, regulacji środowiskowych, koncepcji teoretycznych oraz wyników badań empirycznych. Opracowanie stanowi cenny wkład w debatę nad wpływem działalności gospodarczej na jakość środowiska, oferując jednocześnie praktyczne wskazówki dla polityki handlowej i ochrony środowiska.

Więcej informacji na stronie www.pwe.com.pl