



Franciza reprezintă un sistem de comercializare care are la bază o colaborare continuă între persoane fizice sau juridice, independente din punct de vedere financiar, prin care o persoană, denumită francizor, acordă unei alte persoane, denumită beneficiar, dreptul de a exploata sau de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu.

Semnificația acestui termen este preluată din Legea nr. 571 din 22 decembrie 2003 privind Codul fiscal, art. 7 „Definiții ale termenilor comuni“ alin. (1) pct. 14.

Baza legală de desfășurare

În România, această operațiune este reglementată prin O.G. nr. 52 din 28 august 1997 privind regimul juridic al francizei, republicată în M.Of. nr. 180 din 14 mai 1998. În acest act normativ se regăsește definiția francizei preluată în Codul fiscal.

Contractul de franciză

Contractul de franciză trebuie să cuprindă următoarele clauze:

- obiectul contractului;
- drepturile și obligațiile părților;
- condițiile financiare;
- durata contractului;
- condițiile de modificare, prelungire și reziliere.

Contractul de franciză trebuie să respecte următoarele principii:

- ✓ durata contractului trebuie stabilită în așa fel încât să permită beneficiarului amortizarea investițiilor efectuate referitoare la franciză;