



MONITORUL OFICIAL

AL

ROMÂNIEI

Anul X — Nr. 180

PARTEA I
LEGI, DECRETE, HOTĂRÂRI ȘI ALTE ACTE

Joi, 14 mai 1998

SUMAR

Nr.	Pagina
	ORDONANȚE ALE GUVERNULUI ROMÂNIEI
10.	— Ordonanță de urgență pentru stabilirea unor măsuri referitoare la datoria Societății Comerciale „Petrotel” — S.A. Ploiești, prevăzută în Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 72/1997, și la protecția mediului înconjurător din arealul petrolier Ploiești ca urmare a declanșării procesului de privatizare a societăților comerciale din domeniul petrolier 1-2
	REPUBLICĂRI
	Ordonanța Guvernului nr. 52/1997 privind regimul juridic al francizei 2-4

ORDONANȚE ALE GUVERNULUI ROMÂNIEI

GUVERNUL ROMÂNIEI

ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ

pentru stabilirea unor măsuri referitoare la datoria Societății Comerciale „Petrotel” — S.A. Ploiești, prevăzută în Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 72/1997, și la protecția mediului înconjurător din arealul petrolier Ploiești ca urmare a declanșării procesului de privatizare a societăților comerciale din domeniul petrolier

În temeiul art. 114 alin. (4) din Constituția României,

Guvernul României emite următoarea ordonanță de urgență:

Art. 1. — (1) Plata datoriei Societății Comerciale „Petrotel” — S.A. Ploiești către Banca Română de Comerț Exterior — S.A., prevăzută în anexa la Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 72/1997 privind regularizarea datoriei fostei Companii Române de Petrol, devine exigibilă după 25 de ani de la data intrării în vigoare a prezentei ordonanțe de urgență.

(2) În termen de 10 zile de la data intrării în vigoare a prezentei ordonanțe de urgență, Societatea Comercială „Petrotel” — S.A. Ploiești va încheia convenția de rambursare a creditului de 53,84 milioane dolari S.U.A. cu Banca Română de Comerț Exterior — S.A. potrivit art. 7 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 72/1997, cu

respectarea termenului de exigibilitate prevăzut la alin. (1) de mai sus.

(3) La data încheierii convenției de rambursare a creditului între cele două părți, Banca Română de Comerț Exterior — S.A. va dispune anularea garanției în sumă de 95 milioane dolari S.U.A., sub formă de bilete la ordin, constituită de Societatea Comercială „Petrotel” — S.A. Ploiești, cu privire la suma prevăzută în anexa la Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 72/1997.

Art. 2. — (1) Cumpărătorii pachetului majoritar de acțiuni la societățile comerciale amplasate în arealul petrolier Ploiești, cu activitate în domeniul petrolier, sunt responsabili pentru poluarea mediului înconjurător numai pentru activitățile desfășurate după data transferului dreptului de proprietate asupra acțiunilor vândute în baza unui contract încheiat cu Fondul Proprietății de Stat.

(2) Responsabilitatea pentru realizarea lucrărilor de refacere a calității mediului înconjurător, respectiv a subsolului

și a pânzei freactice din arealul petrolier Ploiești, contaminat cu produse petroliere înainte de data transferului dreptului de proprietate asupra acțiunilor vândute în baza unui contract încheiat cu Fondul Proprietății de Stat în cadrul procesului de privatizare, revine autorităților administrației publice centrale și locale, după caz, iar fondurile necesare se asigură prin bugetul aprobat anual Ministerului Apelor, Pădurilor și Protecției Mediului și/sau prin bugetul aprobat anual autorităților administrației publice locale.

(3) Lucrările de refacere a calității mediului înconjurător, respectiv a subsolului și a pânzei freactice din arealul petrolier Ploiești, se vor executa numai în limita fondurilor asigurate conform alin. (2).

(4) Arealul petrolier Ploiești, care include Societatea Comercială „Petrotel” — S.A., se stabilește prin ordin al ministrului apelor, pădurilor și protecției mediului și al ministrului privatizării.

PRIM-MINISTRU
RADU VASILE

Contrasemnează:
Ministrul privatizării,
Sorin Dimitriu

Ministrul finanțelor,
Daniel Dăianu

Ministrul industriei și comerțului,
Radu Berceanu

Ministrul apelor, pădurilor și protecției mediului,
Romică Tomescu

București, 13 mai 1998.
Nr. 10.

REPUBLICĂRI

ORDONANȚA GUVERNULUI Nr. 52/1997*) privind regimul juridic al francizei

CAPITOLUL I

Dispoziții generale

Art. 1. — În înțelesul prezentei ordonanțe, noțiunile de mai jos se definesc astfel:

a) *Franciza* este un sistem de comercializare bazat pe 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.

b) *Francizorul* este un comerciant care:

— este titularul drepturilor asupra unei mărci înregistrate; drepturile trebuie să fie exercitate pe o durată cel puțin egală cu durata contractului de franciză;

— conferă dreptul de a exploata ori de a dezvolta o afacere, un produs, o tehnologie sau un serviciu;

— asigură beneficiarului o pregătire inițială pentru exploatarea mărcii înregistrate;

— utilizează personal și mijloace financiare pentru promovarea mărcii sale, cercetării și inovației, asigurând dezvoltarea și viabilitatea produsului.

c) *Beneficiarul* este un comerciant, persoană fizică sau juridică, selecționat de francizor, care aderă la principiul omogenității rețelei de franciză, așa cum este ea definită de către francizori.

d) *Know-how* este ansamblul formulelor, definițiilor tehnice, documentelor, desenelor și modelelor, rețelelor, procedurilor și al altor elemente anologice, care servesc la fabricarea și comercializarea unui produs.

e) *Rețeaua de franciză* cuprinde un ansamblu de rapoarte contractuale între un francizor și mai mulți beneficiari, în scopul promovării unei tehnologii, unui produs sau serviciu, precum și pentru dezvoltarea producției și distribuției unui produs sau serviciu.

CAPITOLUL II

Norme privind relațiile dintre părți. Relațiile precontractuale, contractuale, postcontractuale

Art. 2. — (1) Faza precontractuală are ca scop să permită fiecărei părți să-și confirme decizia de a colabora.

(2) Francizorul furnizează viitorului beneficiar informații care îi permit acestuia să participe, în deplină cunoștință de cauză, la derularea contractului de franciză.

*) Republicată în temeiul art. II din Legea nr. 79 din 9 aprilie 1998, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 147 din 13 aprilie 1998, dându-se textelor o nouă numerotare.

Ordonanța Guvernului nr. 52 din 28 august 1997 a fost publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 224 din 30 august 1997.

(3) Francizorul se obligă să furnizeze beneficiarului informații despre:

- experiența dobândită și transferabilă;
- condițiile financiare ale contractului, respectiv redevența inițială sau taxa de intrare în rețea, redevențele periodice, redevențele din publicitate, determinarea tarifelor privind prestările de servicii și tarifele privind produsele, serviciile și tehnologiile, în cazul clauzei obligațiilor contractuale de cumpărare;

— elementele care permit beneficiarului să facă calculul rezultatului previzionat și să-și întocmească planul financiar;

- obiectivele și aria exclusivității acordate;
- durata contractului, condițiile reînnoirii, rezilierii, cesiunii.

Art. 3. — Contractul de franciză trebuie să reflecte interesele membrilor rețelei de franciză, protejând drepturile de proprietate industrială sau intelectuală ale francizorului, prin menținerea identității comune și a reputației rețelei de franciză.

Art. 4. — (1) Contractul de franciză trebuie să definească, fără ambiguitate, obligațiile și responsabilitățile fiecărei părți, precum și orice alte clauze ale colaborării.

(2) Francizorul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

- a) să dețină și să exploateze o activitate comercială, pe o anumită perioadă, anterior lansării rețelei de franciză;
- b) să fie titularul drepturilor de proprietate intelectuală și/sau industrială;

c) să asigure beneficiarilor săi o pregătire inițială, precum și asistență comercială și/sau tehnică permanentă, pe toată durata existenței drepturilor contractuale.

(3) Beneficiarul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:

a) să dezvolte rețeaua de franciză și să mențină identitatea sa comună, precum și reputația acesteia;

b) să furnizeze francizorului orice informație de natură a facilita cunoașterea și analiza performanțelor și a situației reale financiare, pentru a asigura o gestiune eficientă în legătură cu franciza;

c) să nu divulge la terțe persoane know-how-ul furnizat de către francizor, atât pe toată durata contractului de franciză, cât și ulterior.

Art. 5. — Contractul de franciză trebuie să cuprindă următoarele clauze:

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

Art. 6. — (1) Contractul de franciză va respecta următoarele principii:

— termenul va fi fixat astfel încât să permită beneficiarului amortizarea investițiilor specifice francizei;

— francizorul va înștiința pe beneficiar cu un preaviz suficient de mare asupra intenției de a nu reînnoi contractul la data expirării sau de a nu semna un nou contract;

— în cadrul clauzelor de reziliere, se vor stabili în mod clar circumstanțele care pot să determine o reziliere fără preaviz;

— condițiile în care va putea să opereze cesiunea drepturilor decurgând din contract vor fi cu claritate precizate, în special condițiile de desemnare a unui succesori;

— dreptul de preemțiune va fi prevăzut, dacă interesul menținerii sau dezvoltării rețelei de franciză necesită recunoașterea acestui drept;

— clauzele de nonconurență vor fi cuprinse în contract, pentru protejarea know-how-ului;

— obligațiile financiare ale beneficiarului vor fi cu claritate precizate și vor fi determinate astfel încât să favorizeze atingerea obiectivelor comune.

(2) Prin contractul de franciză, francizorul controlează respectarea tuturor elementelor constitutive ale imaginii mărcii.

Marca francizorului, simbol al identității și al renumelui rețelei de franciză, constituie garanția calității produsului/serviciului/tehnologiei furnizate consumatorului. Această garanție este asigurată prin transmiterea și prin controlul respectării know-how-ului, furnizarea unei game omogene de produse și/sau servicii și/sau tehnologii.

Francizorul se asigură că beneficiarul, printr-o publicitate adecvată, face cunoscut că este o persoană independentă din punct de vedere financiar în raport cu francizorul sau cu alte persoane.

(3) Dreptul care se transferă obligă beneficiarul la plata unei redevențe și îl autorizează să utilizeze marca produselor și/sau serviciilor și/sau tehnologiilor, know-how-ul ori o altă experiență deosebită de franciză, precum și orice alte drepturi de proprietate intelectuală sau industrială, după caz, susținut permanent de asistența comercială și/sau tehnică a francizorului, pe toată durata de valabilitate a contractului de franciză.

Art. 7. — Francizorul va notifica în scris beneficiarului orice încălcare a obligațiilor contractuale și îi va acorda un termen rezonabil de remediere.

Art. 8. — (1) La încetarea relațiilor contractuale, relațiile postcontractuale se vor baza pe regulile unei concurențe loiale.

(2) Francizorul poate să impună obligații ferme fostului beneficiar, asigurând astfel protejarea caracterului confidențial al afacerii și, în special, neutilizarea know-how-ului de către o rețea concurentă.

Art. 9. — În cazul în care francizorul propune semnarea unui contract de exclusivitate, vor fi respectate următoarele reguli:

— dacă este încasată o taxă de intrare în rețeaua de franciză, la semnarea contractului de franciză, suma privind drepturile de exclusivitate, prevăzută în contract, este proporțională cu taxa de intrare și se adaugă acesteia;

— în lipsa taxei de intrare, modalitățile de rambursare a taxei de exclusivitate sunt precizate în cazul rezilierii contractului de franciză;

— taxa de exclusivitate poate fi destinată pentru a acoperi o parte a cheltuielilor necesare implementării francizei și/sau pentru a delimita zona și/sau pentru know-how-ul transmis;

— contractul de exclusivitate trebuie să prevadă o clauză de reziliere, convenabilă ambelor părți;

— durata este determinată în funcție de caracteristicile proprii fiecărei francize.

Art. 10. — Francizorul poate să impună o clauză de nonconurență și de confidențialitate, pentru a împiedica înstrăinarea know-how-ului transmis pe durata contractului de exclusivitate.

Art. 11. — În temeiul relațiilor contractuale cu beneficiarii săi, francizorul va întemeia o rețea de franciză, care trebuie exploatată astfel încât să permită păstrarea identității și renumelui rețelei pentru care francizorul este garant.

Art. 12. — Rețeaua de franciză este formată din francizor și beneficiari. Prin organizare și dezvoltare, rețeaua de franciză trebuie să contribuie la ameliorarea producției și/sau distribuției de produse și/sau de servicii.

CAPITOLUL III

Publicitate și selecție

Art. 13. — Publicitatea pentru selecționarea beneficiarilor trebuie să fie lipsită de ambiguitate și să nu conțină informații eronate.

Art. 14. — Documentele publicitare, care prezintă rezultatele financiare previzionate ale unui beneficiar, vor trebui să fie obiective și verificabile.

Art. 15. — (1) Francizorul selecționează beneficiarul care face dovada competențelor solicitate, respectiv: calități manageriale și capacitate financiară pentru exploatarea afacerii.

(2) Francizorul, în calitate de inițiator și garant al rețelei de franciză, trebuie să vegheze la păstrarea identității și a reputației rețelei de franciză.

EDITOR: PARLAMENTUL ROMÂNIEI — CAMERA DEPUTAȚILOR

Regia Autonomă „Monitorul Oficial”, str. Izvor nr. 2–4, Palatul Parlamentului, sectorul 5, București,
cont nr. 30.98.12.301 B.C.R. — S.M.B.

Adresa pentru publicitate : Serviciul relații cu publicul și agenții economici, București,
Str. Blanduziei nr. 1, sectorul 2, telefon 211.57.30.

Tiparul : Regia Autonomă „Monitorul Oficial”, tel. 668.55.58 și 335.01.11/4028.