

## ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΙΚΑΙΟ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ: Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΝΙΑΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ. ΟΦΕΙΛΟΜΕΝΕΣ ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΕΙΣ ΕΞ ΑΙΤΙΑΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕ- ΛΙΑΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ

*Ονούφριος Φαρμακίδης\**

### 1. Ελληνική πολιτική για το Εξωτερικό Εμπόριο

Μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο η πολιτική του εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου δεν στηρίζεται στην ελεύθερη αγορά αλλά στα διατάγματα του Υπουργού Εμπορίου. (Befehlwirtschaft).

Ο Υπουργός Εμπορίου ρυθμίζει κυριαρχικά όχι μόνο τις τιμές αλλά και τις ποσότητες των εμπορευμάτων που θα εισαχθούν. Η παραβίαση των διαταγμάτων οδηγεί στην επιβολή αυστηρών διοικητικών και δημοσιονομικών μέτρων καθώς και σε ποινικές κυρώσεις. Τα Δικαστήρια κηρύσσουν τις αγωγές απαράδεκτες εφόσον εξητείτο τίμημα από σύμβαση, η οποία προσέκρουε στα διατάγματα του Υπουργού Εμπορίου<sup>1</sup>. Η πολιτική αυτή δεν είναι εμφανής διότι ασκείται μέσω της Τράπεζας της Ελλάδος και της περίφημης Νομισματικής Επιτροπής, με τη θεώρηση τιμολογίων. Στο αποτέλεσμα όμως αναφέρεται στον Υπουργό Εμπορίου.

Ο νόμος που επέβαλε το καθεστώς αυτό του διεθνούς εμπορίου στην Ελλάδα ξεκινά από τη συντακτική πράξη 37/22/23/1945 «περί αδικημάτων απειλούντων ζωτικά συμφέροντα του λαού» και τροποποιήθηκε επανειλημμένα, αλλά στις ουσιαστικές διατάξεις του και στην ιδεολογία παρέμεινε ο ίδιος.

Τελευταία τροποποίηση και κωδικοποίηση του νόμου έγινε το 1979<sup>2</sup>.

Ο βασικός νόμος είναι ο ν. 936/1979 «περί τροποποίησης και συμπλήρωσης των περί εξωτερικού εμπορίου διατάξεων» (ΦΕΚ Α 144), ο οποίος θεσπίζει σύστημα διοικητικού ελέγχου του εξωτερικού εμπορίου.

---

\* Καθηγητής του Παντείου Πανεπιστημίου.

<sup>1</sup> Πρβλ. Εφ. Πειρ. 1198/87, *Ελλ. Δικ.* 29(1988) σελ. 73, Εφ. Αθ. 9954/1986 *ΕΕμπ. Δικ.* 88, 40. Όμως το Εφ. Αθ. 9954/86, *Ελλ. Δικ.* 28, 1309. Η παραβίαση των κανόνων του Υπουργού Εμπορίου, σύμφωνα με το ν.δ. 3838/1959 όσον αφορά την πίστωση του τμήματος στη διεθνή πώληση δεν προκαλεί ακυρότητα στη σύμβαση.

<sup>2</sup> Ν. 936/1979 περί τροποποίησης και συμπλήρωσης των περί εξωτερικού εμπορίου διατάξεων (ΦΕΚ Α 144) και Υπ. Εσ. 7900/3.10/15.11.1979 περί κωδικοποίησης και συμπλήρωσης των διατάξεων που ρυθμίζουν τα της εισαγωγής αγαθών στην αλλοδαπή (ΦΕΚ Β 1055).

Σκοπός του νόμου είναι «ο συντονισμός των κρατικών και ιδιωτικών προσπαθειών στα πλαίσια της οικονομικής πολιτικής του κράτους προς χάρη του συμφέροντος της εθνικής οικονομίας».

Για την εφαρμογή του νόμου και την εκπλήρωση του σκοπού του συνίστανται συλλογικά όργανα για την παρακολούθηση των τιμών των εισαγομένων και εξαγομένων αγαθών, τον έλεγχο των τιμολογίων εισαγωγής και εξαγωγής και τον έλεγχο της εφαρμογής των νόμων περί συναλλάγματος.

Παρέχεται δε στον Υπουργό Εμπορίου η αρμοδιότητα να απαγορεύει ή να περιορίζει κατά ποσότητα ή κατ' αξία την εισαγωγή ή την εξαγωγή οποιουδήποτε αγαθού, είτε γενικά, είτε κατά χώρες ή περιοχές, να καθορίζει όρους εισαγωγής ή εξαγωγής των αγαθών και τον τρόπο πληρωμής της αξίας τους, καθώς και τον τρόπο ελέγχου του συναλλάγματος κατά τις εισαγωγές και εξαγωγές των αγαθών κ.λ.π. (άρθρα 1 έως 4).

Περαιτέρω, η ρύθμιση αυτή συνοδεύεται από σύστημα κυρώσεων. Οι παραβάτες των διατάξεων περί εξωτερικού εμπορίου τιμωρούνται με φυλάκιση ή με χρηματική ποινή ή και με τις δύο αυτές ποινές. Ανεξάρτητα δε από την ποινική δίωξη ή το αποτέλεσμα της, μπορεί να επιβάλλεται στους παραβάτες πρόστιμο, που ανέρχεται μέχρι την αξία των αγαθών και στέρηση του δικαιώματος εισαγωγής ή εξαγωγής αγαθών για ένα έτος.

Σύμφωνα με τις παραπάνω ρυθμίσεις μπορούσε ο Υπουργός Εμπορίου να εξαιρέσει ορισμένες κατηγορίες προϊόντων τα οποία μπορούν να διακινούνται ελεύθερα. (Με τους περίφημους πίνακες). Όπως για παράδειγμα τα ουσιώδη εν επαρκεία (π.χ. σπορέλαιο). Όμως οι εξαιρέσεις είχαν πολλές φορές κομματική και ψηφοθηρική λογική και ήσαν απρόβλεπτες.

Το καθεστώς αυτό άλλαξε με την ενοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς την 1η Ιανουαρίου 1993<sup>3</sup>.

Επομένως μέχρι το 1993 δεν υπήρχε δυνατότητα ελευθερίας στη διαμόρφωση του περιεχομένου της σύμβασης, διότι η τιμή και η ποσότητα σε μεγάλο βαθμό ήσαν διοικητικά προκαθορισμένες.

Δεν υπήρχε ούτε καν ανάγκη διαμορφώσεως της εγγράφου συμβάσεως. Η πίστωση του τιμήματος σε αγαθά καταναλωτικά εισαγωγής σχεδόν απαγορεύεται.

Σ' αυτό το πλαίσιο ήταν προκαθορισμένη η διαδικασία εισπράξεως και το ύψος της προμήθειας του εμπορικού αντιπροσώπου.

Αφού οι ποσότητες, οι τιμές και οι τρόποι πωλήσεως ήταν περιορισμένες. Ο αντιπρόσωπος δεν διέθετε δυνάμεις και κεφάλαια για ένα περιορισμένο προϊόν.

---

<sup>3</sup> Πρβλ. Αποφ. ΣτΕ 1261/1991.

Διότι οι δυνατότητες των εμπορικών αντιπροσώπων για να εξελίξουν νέες συμβάσεις και νέες τεχνικές προώθησης των πωλήσεων είναι εξ αιτίας του καθεστώτος ανύπαρκτες. Σύγχρονες συμβάσεις του Εμπορίου, όπως για παράδειγμα το Φρανσάϊσινγκ, ή μέθοδοι χρηματοδοτήσεως των εισαγωγών και των εξαγωγών και διασφαλίσεις του τιμήματος έμειναν μακριά από τη χώρα μας. Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας παρέμεινε μια αυστηρά ελεγχόμενη εμπορική διαδικασία χωρίς φαντασία. Το ίδιο αδιάφοροι για την ελληνική αγορά ήσαν και οι παραγωγοί.

## **2. Διεθνής πολιτική του Εξωτερικού Εμπορίου. Συμβάσεις προωθήσεως των πωλήσεων**

Αντίθετη πολιτική ακολούθησε όμως η διεθνής πρακτική.

Μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο οι αλλοδαποί βιομηχανικοί παραγωγοί ανάπτυξαν στρατηγικές προωθήσεως των πωλήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η ιδέα βασίζεται στην ανέξοδη διείσδυση στην ημεδαπή αγορά με χρησιμοποίηση εντοπίων επιχειρήσεων, οι οποίες γνωρίζουν την αγορά, τις συναλλακτικές συνθήκες και προπαντός έχουν τη θέληση να διακινδυνεύσουν δικό τους κεφάλαιο.

Έτσι προκρίνονται νέοι τύποι συμβάσεων, όπως εμπορικής διανομής, του αποκλειστικού πωλητή ή εξουσιοδοτημένου πωλητή και τέλος το λεγόμενο Franchising<sup>4</sup>, αλλά και της εθελοντικής σύμπραξης των επιχειρήσεων προωθήσεως των πωλήσεων σε αλυσίδες «πρατηρίων» υπό την κυριαρχική εξάρτηση, όσον αφορά την οργάνωση και την εμφάνιση των επιχειρήσεων από τον παραγωγό προϊόντων.

Βασικός πυρήνας αυτών των συμβάσεων παραμένει η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας.

Η τεχνική αυτή των συμβάσεων, έχει φθάσει σε τέτοιο επίπεδο διασφάλισης του παραγωγού, ώστε προτού ιδρυθεί το νέο εργοστάσιο παραγωγής, να εξασφαλίζονται συμβάσεις προωθήσεως των προϊόντων. Το μέγεθος των ποσοτήτων και οι ποιότητες των προϊόντων που έχουν «προπωληθεί», προκαθορίζουν και το μέγεθος του εργοστασίου που θα δημιουργηθεί. Εννοείται ότι στις συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, προβλέπονται οι ποσότητες των εμπορευμάτων που θα πωλούνται κατ' έτος από τους εμπορικούς αντιπροσώπους<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Για την έννοια της σύμβασης αποκλειστικής διανομής πρβλ. Ν. Φαρμακίδης *Η σύμβαση Αποκλειστικού Διανομέα*, εκδ. Σάκκουλας Αθήνα 1990 σελ. 3 επόμε. με παραδείγματα τέτοιων συμβάσεων.

<sup>5</sup> Η μέθοδος αυτή ιδρύσεως εργοστασίων είναι κυρίως αγαπητή στους Ιάπωνες για την αγορά των ΗΠΑ.

Στις ΗΠΑ η σημασία των συμβάσεων αυτών είναι κεφαλαιώδης. Τα Δικαστήρια θεωρούν ότι ο παραγωγός υποχρεούται να συνεχίσει να εφοδιάζει με προϊόντα τους εμπορικούς αντιπροσώπους και πωλητές, ακόμα και αν παράγει χωρίς κέρδος, ακόμα και αν χάνει.

### 3. Η καταγγελία των συμβάσεων και οι συναφείς αποζημιώσεις

Η καταγγελία της σύμβασης που κλονίζει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης του αντιπροσώπου εξοπλίζει τον θιγόμενο με δικαιώματα αποζημίωσης τα οποία αφορούν όχι μόνο τη συγκεκριμένη σύμβαση, αλλά και τη λειτουργία, την οργάνωση και την καλή φήμη της επιχείρησης. Η Sony κατέβαλε μετά τον πόλεμο, σημαντικές αποζημιώσεις όταν αποφάσισε να ιδρύσει δικά της καταστήματα, καταγγέλλοντας τις συμβάσεις αποκλειστικής πώλησεως με τους εξουσιοδοτημένους αντιπροσώπους<sup>6</sup>.

Στη Μεγ. Βρετανία, την Ελβετία, τη Γαλλία, Ιταλία και Αυστρία, η θεωρητική μάχη κατά πόσο ο ανεξάρτητος εμπορικός αντιπρόσωπος, που διαφέρει από τον αποκλειστικό εμπορικό διανομέα δικαιούται τις αποζημιώσεις του υπαλλήλου δηλ. εξαρτημένου εμπορικού αντιπροσώπου, έληξε προς όφελος του ανεξάρτητου εμπορικού αντιπροσώπου.

Μετά την καταγγελία της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, ο εμπορικός αντιπρόσωπος δικαιούται σε μία εύλογη αποζημίωση (*Ausgleichsanspruch, indemnitè de client, intemnitè*). Η αποζημίωση αυτή δεν έχει σχέση με την αποκατάσταση της πραγματικής ζημιάς που έπαθε ο εμπορικός αντιπρόσωπος από την άκυρη ή καταχρηστική καταγγελία της συμβάσεως ή εξαιτίας της παραβίασης των υποχρεώσεων του αντιπροσωπευομένου. Είναι ένα επί πλέον ποσό και προσδιορίζεται από τα κέρδη των δύο τελευταίων ετών του αντιπροσώπου ή και του εξουσιοδοτημένου εμπόρου.

Πρώτοι οι Γερμανοί συμφώνησαν ότι ο εμπορικός αντιπρόσωπος και αυτός δικαιούται πέραν της ζημιάς που έπαθε από την τυχόν αντισυμβατική, άκυρη ή καταχρηστική καταγγελία της συμβάσεως και μια εύλογη αποζημίωση. Αυτό έγινε το έτος 1953 με τροποποίηση του Γερμ. Εμπορικού Κώδικα (HGB). Το νέο άρθρο 89β (*Gesetz zur Aenderung des Handelsgesetzbuches 6 Αυγούστου 1953, BGBl. I S. 771*), προβλέπει εύλογη αποζημίωση για τον εμπορικό αντιπρόσωπο και ανάλογη εφαρμογή για τον αποκλειστικό διανομέα πωλητή.

Δικαιολογητικός λόγος της εύλογης αποζημίωσης είναι ότι και οι δύο επαγγελματίες, δηλαδή τόσο ο εμπορικός αντιπρόσωπος, όσο και ο διανομέας έχουν εργαστεί για την προώθηση των προϊόντων του παραγωγού στην αγορά. Έχουν

<sup>6</sup> Πρβλ. Την αυτοβιογραφία του ιδρυτή της Sony Akio Morita στο «Made in Japan».

και οι δύο επενδύσει μόχθο και κατά πρώτο λόγο την ικανότητά τους ή και το μηχανισμό της επιχειρηματικής τους οργάνωσης και το κεφάλαιο, υπάρχει, για χάρη της προώθησης των προϊόντων. Με την πρόωρη καταγγελία, ο εμπορικός αντιπρόσωπος χάνει την ελπίδα να μην αποβούν οι κόποι του μάταιοι. Εξ άλλου με την καταγγελία της σύμβασης αποκλειστικής εμπορικής αντιπροσωπείας επωφελείται ο παραγωγός και ο νέος εμπορικός αντιπρόσωπος ή και ο νέος διανομέας πωλητής, από την πελατεία και την διείσδυση στην αγορά των προϊόντων που δημιούργησε ο παλαιός αντιπρόσωπος, αποκλειστικός ή εξουσιοδοτημένος έμπορος.

Τα δικαστήρια της Γερμανίας, της Γαλλίας και της Ιταλίας έχουν δεχθεί ανάλογη εφαρμογή των διατάξεων της εμπορικής Αντιπροσωπείας και για τον εξουσιοδοτημένο έμπορο - διανομέα. Το Βέλγιο έχει ψηφίσει ειδικό νόμο για τους αποκλειστικούς διανομείς (13 Απριλίου 1971) και καθιερώνει την ίδια προστασία και με τους εμπορικούς αντιπροσώπους.

Οι επιχειρηματίες που διακινδυνεύουν κεφάλαιο για να προωθήσουν και να καθιερώσουν τα προϊόντα τρίτων προκαλούν αυξημένη ευαισθησία στο νομοθέτη.

Έτσι ο Βελγικός Νόμος επιτρέπει καταγγελία της αορίστου διάρκειας συμβάσεως αποκλειστικής αντιπροσωπείας ή μερικής αποκλειστικής διανομής μόνο για σπουδαίο λόγο. Σπουδαίος λόγος υφίσταται κυρίως άμα ο διανομέας παραβιάσει τις υποχρεώσεις του, που απορρέουν από τη σύμβαση ή και το νόμο. Σε περίπτωση καταγγελίας, εκτός από τις ζημιές, ο παραγωγός είναι υποχρεωμένος να καταβάλει και εύλογη αποζημίωση<sup>7</sup>.

Το άρθρο 104 του σχεδίου του Εμπορικού Κώδικα (Κώδικας Αργυριάδη) προσδιορίζει την εύλογη αποζημίωση για τον Εμπορικό Αντιπρόσωπο και κατ' αναλογία για τον αποκλειστικό διανομέα στο μέσο ετήσιο κέρδος των τελευταίων δύο ετών.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ολοκληρωμένη θεώρηση των νομικών θεσμών των συστημάτων προώθησης των εμπορευμάτων και διανομής. Παρόλο ότι το εισαγωγικό αλλά και εξαγωγικό εμπόριο ρυθμίζει την εθνική ταυτότητα και επιβίωση των Ελλήνων από την αρχαία εποχή<sup>8</sup> υπάρχει συστηματική αρνητική θέση του νομοθέτη για την προστασία των ελλήνων επιχειρηματιών.

<sup>7</sup> Για το Βελγικό Νόμο: Ν. Φαρμακίδης *Η σύμβαση αποκλειστικού διανομέα*, σελ. 13. *Schmitthoffs Export Trade* (9 Ed.) 270, 271 και Buldi, R. *Das Recht des Warenverkehrs in der Europäischen Gemeinschaft*, 1988, σελ. 270.

<sup>8</sup> Αντί άλλων Θουκυδίδης, *Ιστορία Βιβλίο Α*.

#### 4. Η Ελληνική Νομοθεσία και Νομολογία

Για πρώτη φορά συναντούμε προστατευτική της συμβάσεως εμπορικής αντιπροσωπείας νομοθεσία με την υποχρέωση της Ελλάδας να συμμορφωθεί με τις κοινοτικές οδηγίες 86/653/ΕΟΚ με το προεδρικό διάταγμα 219/1991 ΦΕΚ Α 81 όπως ισχύει.

Η ελληνική Δικαστηριακή πρακτική με τρεις αποφάσεις, μία του Αρείου Πάγου 812/1991 και ανά μία των δύο πιο σπουδαίων Εφετείων, του Εφετείου Πειραιά 1251/1991 και του Εφετείου Αθηνών 11077/1991, προσέγγισε με επιτυχία το νομικό πρόβλημα του αποκλειστικού διανομέα και του αντιπροσώπου και προσαρμοσε την ελληνική νομική ρύθμιση με αυτά που επικρατούν διεθνώς.

Ο Άρειος Πάγος<sup>9</sup> έδωσε τον εξής ορισμό στην έννοια του αποκλειστικού διανομέα - μεταπωλητή: «μια ιδιόρρυθμη εμπορικού χαρακτήρα σύμβαση συνεργασίας (361 ΑΚ) προσομοιάζουσα με τη σύμβαση της εμπορικής αντιπροσωπείας, προς την οποία και ταυτίζεται κατά τα ουσιώδη όπως και η σύμβαση παραγγελίας».

Το Εφετείο Αθηνών<sup>10</sup> ακολουθώντας τον παραπάνω ορισμό του Α.Π. εμβαθύνει περισσότερο στην έννοια, θεωρεί την «αντιπροσωπεία - διανομή» θεσμό της συναλλακτικής πρακτικής που συνεχώς εξελίσσεται. Αφού αναφέρει όλες τις ονομασίες που χρησιμοποιούνται στην πράξη «σύμβαση παραχώρησης της κατ' αποκλειστικότητα πώλησης», «σύμβαση εξουσιοδοτημένου εμπόρου - διανομέα» κ.λ.π. λαμβάνει τα νομικά στοιχεία της σύμβασης από τη συναλλακτική και εμπορική πραγματικότητα, ανοίγοντας έτσι και το δρόμο στη ρεαλιστική ερμηνεία του εμπορικού δικαίου<sup>11</sup>. Καθορίζει και τις υποχρεώσεις του εμπόρου διανομέα και εμπορικού αντιπροσώπου που είναι:

Η οργάνωση της επιχείρησης ώστε να ανταποκρίνεται στη σοβαρότητα και το κύρος της εικόνας που έχει δημιουργήσει ο παραγωγός στους καταναλωτές για τα προϊόντα του.

Εξειδικευμένο προσωπικό.

Διαφήμιση.

Υπηρεσίες εξυπηρέτησεως καταναλωτών. Εκθέσεις. Απόθεμα ανταλλακτικών και απόθεμα εμπορευμάτων, ώστε να υπάρχει επάρκεια στην αγορά.

<sup>9</sup> Εισηγητής ο Αρεοπαγίτης κ. Νικολ. Παπαθανασίου.

<sup>10</sup> Εισηγητής ο Εφέτης κ. Στυλιανός Μοσχολέας.

<sup>11</sup> Law realism. Το δίκαιο αναγνωρίζει και θεσμοθετεί τις υφιστάμενες εμπορικές πρακτικές και όχι το αντίστροφο. Κατ' εξοχήν επιτρεπτή ερμηνεία του ενιαίου Εμπορικού Κώδικα των ΗΠΑ, όπου οφείλεται και η διεθνής ανάπτυξη του δικαίου αυτού στους Αγγλοσάξονες.

Όμως και σε αντίθεση με την ευρωπαϊκή Νομοθεσία και Νομολογία, το Δικαστήριο δέχθηκε ότι ο παραγωγός μπορεί να ανακαλεί ελεύθερα τη σύμβαση εμπορικής διανομής, κατά τις διατάξεις της εντολής του Α.Κ.

(Γι' αυτό να θέτουν στις σχετικές συμβάσεις τα μέρη, εφόσον δεν είναι ορισμένου χρόνου, προϋποθέσεις κάτω από τις οποίες είναι επιτρεπτή η καταγγελία, καθώς και να τίθεται όρος με τον οποίο η καταγγελία να είναι δυνατή ύστερα από σπουδαίο λόγο, όπως είναι ιδιαίτερα οι ουσιώδεις παραβάσεις των υποχρεώσεων των μερών).

Περαιτέρω τα Δικαστήρια υποχρεώνουν τον παραγωγό - αντιπροσωπευόμενο μετά την καταγγελία να καταβάλλει τα έξοδα που πραγματοποίησε ο αντιπρόσωπος, ώστε να ευοδωθεί η σύμβαση και να προωθηθούν τα προϊόντα στην επιτόπια αγορά (Ανάλογη εφαρμογή των άρθρων 722 και 723 Α.Κ.).

Τέτοια έξοδα είναι κυρίως:

Οι δαπάνες οργάνωσης της επιχείρησης, της διαφήμισης, της εκπαίδευσης προσωπικού, εκθέσεων, έξοδα διαθεσίμου κεφαλαίου (απραξία κεφαλαίου), έξοδα χρηματοδότησης, ειδικών μηχανημάτων εξυπηρετήσεως των προϊόντων και τέλος δαπάνες αγοράς ανταλλακτικών και αποθέματος εμπορευμάτων.

Στα ίδια επίπεδα κινήθηκε το Εφετείο Πειραιά<sup>12</sup> (1251/1991), το οποίο δέχθηκε ότι τα διαφυγόντα κέρδη και τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης του αντιπροσώπου αποτελούν ζημία κατ' άρθρα 722 και 723 ΑΚ.

## **5. Η σύμβαση προώθησης των πωλήσεων και οι Αντιμονοπωλιακοί Νόμοι**

Σημαντικές επίσης είναι οι σκέψεις του Δικαστηρίου, όσον αφορά την απαγόρευση των συμφωνιών αποκλειστικής διανομής επειδή δήθεν αντιστρατεύονται με την ελευθερία του εμπορίου, άρθρο 85 Συνθ. ΕΟΚ. Το άρθρο θεωρεί ασυμβίβαστες τις συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων... που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται α)..... β)..... γ) στην κατανομή των αγορών ή των πηγών ανεφοδιασμού κ.λπ.

2. Οι απαγορευόμενες δυνάμει του παρόντος άρθρου συμφωνίες είναι αυτοδικαίως άκυρες κ.λπ.

Το Εφετείο θεωρεί ως προϋπόθεση εφαρμογής του άρθρου αυτού να δύναται η συμφωνία να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ των κρατών - μελών. Μπορεί λέει το

---

<sup>12</sup> Εισηγητής ο Εφέτης κ. Ανδρέας Μοσχανδρέου.

Δικαστήριο να «συμπράξουν» δύο επιχειρήσεις και να αναπτυχθεί παράλληλα ανταγωνισμός μέσα στα όρια ενός κράτους - μέλους ως τμήματος του ενιαίου χώρου της κοινής αγοράς. Δηλαδή να γίνεται επίκληση των περιστατικών που επηρεάζουν το διακρατικό εμπόριο των κρατών μελών στην αγωγή είναι προϋπόθεση της εφαρμογής του άρθρου.

Υπάρχει όμως και ο κανονισμός 1982/1983/22 Ιουνίου 1983 της Επιτροπής ΕΟΚ, που εισάγει «ομαδικές» εξαιρέσεις μεταξύ των οποίων και οι συμβάσεις αποκλειστικής διανομής ή εμπορικής αντιπροσωπείας. Το άρθρο 1 του κανονισμού ορίζει ότι το άρθρο 85 παραγρ. 3 και υπό προϋποθέσεις η παραγρ. 1, κηρύσσεται ανεφάρμοστο σε συμφωνίες στις οποίες συμμετέχουν μόνο δύο επιχειρήσεις και στις οποίες ο ένας συμβαλλόμενος αναλαμβάνει την υποχρέωση έναντι του άλλου, να διαθέτει μόνο σε αυτόν ορισμένα προϊόντα με σκοπό τη μεταπώληση, μέσα σε ολόκληρη την κοινή αγορά ή σε ορισμένο τμήμα αυτής.

Περαιτέρω ο κανονισμός καθορίζει τα πλαίσια μέσα στα οποία επιτρέπεται να κινηθεί η σύμβαση του αποκλειστικού διανομέα. Έτσι περιορίζεται σημαντικά η απαγόρευση του μετασυμβατικού ανταγωνισμού, δηλαδή να μην επιτρέπεται ο διανομέας μετά την καταγγελία της σύμβασης να χρησιμοποιήσει την ίδια πελατεία για να πωλήσει προϊόντα ανταγωνιστικού κατασκευαστή.

Συμπερασματικά οι συμβάσεις αντιπροσωπείας ή αποκλειστικής διανομής δεν παραβιάζουν στην πλειοψηφία τους τους κοινοτικούς και κατ' επέκταση ελληνικούς αντιμονοπωλιακούς νόμους.

## 6. Συμπέρασμα

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι η ελληνική Δικαστηριακή πρακτική, μόνο τα τελευταία έτη κινήθηκε δραστήρια για την προστασία των επιχειρήσεων εμπορικής αντιπροσωπείας και διανομής στην Ελλάδα.

Οι επαγγελματίες, είτε ως εμπορικοί αντιπρόσωποι, είτε ως διανομείς μεταπωλητές, δημιούργησαν την αγορά και προώθησαν προϊόντα χάριν κυρίως αλλοδαπών κατασκευαστών, επενδύοντας μόχθο και ικανότητες, αλλά και το κεφάλαιό τους. Δημιούργησαν δίκτυα πωλήσεως και ανέλαβαν το βάρος συντηρήσεως προσωπικού και τεχνικής εξυπηρέτησης. Η ελληνική αγορά είναι μία μικρή μεν, αλλά αναπτυγμένη ευρωπαϊκή αγορά, χάρη στις δραστηριότητες των επαγγελματιών αυτών.

Στην «έτοιμη» αυτή αγορά αποφάσισαν μερικοί κατασκευαστές, παραγκωνίζοντας τους ντόπιους επιχειρηματίες, να ιδρύσουν δικά τους υποκαταστήματα, ενόψει και της σταδιακής ενοποίησης του δικαίου των μεταφορών, ή νέες μορφές διανομής. Η ελεύθερη χωρίς περιορισμούς και αποζημιώσεις καταγγελία των συμβάσεων, θυμίζει καθεστώς αποικιοκρατίας και είναι «περίεργα» αντίθετη με αυτά που επικρατούν στον υπόλοιπο αναπτυγμένο εμπορικά κόσμο.



Είναι δε σημείο ανεξήγητο ότι και η ισχύς του Προεδρ. Διατάγματος 219/1991 που εκδόθηκε για την προσαρμογή της Ελληνικής Νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 18/12/1986 περί προστασίας των εμπορικών αντιπροσώπων και καθιέρωσης ευλόγου χρόνου καταγγελίας και καταβολής, εκτός από τις ζημιές και εύλογης αποζημίωσης για την απώλεια να ωφεληθεί από την πελατεία ο εμπορικός αντιπρόσωπος, που δημιουργήσε για χάρη του παραγωγού, για τις συμβάσεις που υφίστανται αρχίζει από το 1994. Παρόλο που οι άλλες νομοθεσίες περιέλαβαν τέτοιες διατάξεις στη νομοθεσία τους αμέσως μετά τον πόλεμο.

## 7. Σημασία των συμβάσεων

Πρώτο προσωρινό συμπέρασμα. Η ελληνική εμπορική πολιτική μέχρι το 1993 έτος που ενοποιήθηκε πλήρως η αγορά των κρατών μελών της Ένωσης ασκούσε καταθλιπτική κηδεμονία όσον αφορά τη διαμόρφωση του περιεχομένου των συμβάσεων του εξωτερικού εμπορίου, επομένως κατ' επέκταση και στα συναφή επαγγέλματα, όπως αυτό του εμπορικού αντιπροσώπου. Άμεση συνέπεια της πολιτικής αυτής ήτο ότι δεν αναπτύχθηκαν τα επαγγέλματα των υπηρεσιών των πωλήσεων ώστε να ανταποκριθούν στην ευρωπαϊκή ενοποιημένη αγορά.

Δεύτερο προσωρινό συμπέρασμα: Η κρατική βοήθεια και κυρίως η βοήθεια από τους επαγγελματικούς συνδέσμους πρέπει να έχει τη μορφή της τεχνοκρατικής υποστήριξης, του Know How και του εκσυγχρονισμού των επαγγελματιών, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στη νέα αγορά:

- 1) Σχέδια επιχειρησιακής δράσης και οργάνωσης.
- 2) Σχέδια νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στηριγμένα πάνω στα νέα μέσα παγκόσμιας οικονομικής πληροφόρησης.
- 3) Νομική υποστήριξη με προδιατυπωμένους όρους στις συμβάσεις. Η σύμβαση αντικαθιστά τον προστατευτικό νόμο.

Και να υπάρξει ενιαία αντιμετώπιση των παραγωγών από τους Έλληνες Εμπορικούς Αντιπροσώπους.

Μπορεί να είναι νομικά δύσκολη η προστασία του υποκειμένου των εργασιών του εμπορικού αντιπροσώπου, ο εμπορικός αντιπρόσωπος σαν επάγγελμα, είναι όμως εύκολη και δυνατή η δημιουργία εντύπων προδιατυπωμένων συμβάσεων με γενικούς και ειδικούς συναλλακτικούς όρους που να είναι προς όφελος των ελληνικών εμπορικών αντιπροσώπων.

Πρέπει όμως να υπάρξει δέσμευση ότι όλοι οι επαγγελματίες του κλάδου θα δέχονται να υπογράψουν μόνο τέτοιες συμβάσεις. Η προδιατυπωμένη σύμβαση θα έχει εναλλακτικές προτάσεις ώστε να διευκολύνει τη διαπραγμάτευση σε μερικά θέματα.

Αλλά για παράδειγμα η διάρκεια της σύμβασης δεν επιτρέπεται να είναι κάτω από πέντε χρόνια. Διότι αυτός είναι ο μικρότερος χρόνος για να αποσβεστεί οποι-

αδήποτε επένδυση και ούτε είναι δυνατόν να ανακαλεί τη σύμβαση ο αντιπροσωπευόμενος ελεύθερα. Πρέπει να την ανακαλεί μόνο για σπουδαίο λόγο, ο οποίος πρέπει να οφείλεται σε υπαιτιότητα του αντιπροσώπου και όχι σε λόγους ανωτέρας βίας, π.χ. σεισμός.

Το π.δ. 219 θέτει το ελάχιστο προστασίας και αφήνει ελεύθερο πεδίο στους συμβαλλομένους να διαμορφώσουν το περιεχόμενο της σύμβασης. Η ελεύθερη διαμόρφωση του περιεχομένου καταλήγει έτσι ώστε να κατοχυρώνει τα συμφέροντα του συντάκτη της προδιατυπωμένης σύμβασης και του οικονομικά ισχυρότερου.

Αλλοδαποί κλαδικοί οργανισμοί έχουν έντυπα συμβάσεων, τα οποία είναι προσυμφωνημένα χάριν των μελών τους και μόνο επί των εντύπων συζητούν τις συμβάσεις που θα υπογράψουν.

Γίνεται δηλαδή ένα είδος νομικού τραστ μια νομοθεσία από τους ίδιους τους συμβαλλόμενους. Στην πράξη είναι δηλαδή σαν να ισχύει νόμος για τον συγκεκριμένο κλάδο που δημιουργεί ο ίδιος ο κλάδος και όχι πολιτειακό όργανο.

Η προστασία του αντικειμένου των εργασιών κατοχυρώνει κατά κάποιο τρόπο το επάγγελμα και αφήνει περιθώρια δημιουργικής ανάπτυξης διότι εξασφαλίζει ασφάλεια για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα και δίνει τη δυνατότητα για αναδιορθώσεις εν όψει της ενιαίας αγοράς και της εξέλιξης.

Ομάδα εργασίας θα αναλάβει να συντάξει προδιατυπωμένες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας με γενικούς και ειδικούς συναλλακτικούς όρους που να εξυπηρετούν τα συμφέροντα των ελλήνων εμπορικών αντιπροσώπων.

---

\* Καθηγητής Νομικής στο Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

<sup>1</sup> Σύντομη σχετική βιβλιογραφία (τα έργα με αστερίσκο \* δεν τα έχουμε συμβουλευθεί): Adams J./ Prichard-Jones K., *Franchising - Practice and precedents in business format franchise*, 3rd ed., London - Dublin - Edinburgh (Butterworths) 1990. - Frignani A., *Factoring, Leasing, Franchising, Venture Kapital, Leverreged Buy-out, Hardsip clause, Counter-trade, Cash and carry, Merchandising know-how*, 5 ed., Torino (Ciappichelli) 1993, επ. - Mendelsohn M., *The Guide to franchising*, 5th ed., London (Cassells) 1992.

Γεωργιάδη Απ., *Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας - Leasing, Factoring, Forfaiting, Franchising*, 2η έκδ., Αθήνα (Αντ.Ν.Σάκκουλας) 1995,σελ.187 επ. - Σουφλερού Ηλ., *Οι συμβάσεις franchising στο Ελληνικό δίκαιο και στο Ευρωπαϊκό δίκαιο ανταγωνισμού*, Αθήνα (Αντ.Ν.Σάκκουλας) 1989.

Carpinello G., «Testing the limits of choice of law clauses: Franchise contracts as a case study», σε *Marquette Law Review*, 74 (1990), σελ. 57. - Jayme E., «Rechtswahlklausel und zwingendes auslaendisches Recht beim Franchise - Recht», σε *IPRax.*, 1983, σελ.105. - Mendelsohn M., «Franchising», σε *Uniform Law Review*, (στη συνέχεια U.L.R.) 1996. σελ. 679. - Peters L., «The Draft Unidroit Guide to Franchising - How and why», σε *U.L.R.*, 1996, σελ. 694. - Θέμελη Χρ.,«Η σύμβαση του Franchising» σε *Αφιέρωμα εις τον Κων. Βαβούσκον*, τομ. Β. (Θεσσαλονίκη-Σάκκουλας-1990), σελ. 85.

Zeidman Ph./Avner M., «Franchising in Eastern Europe and the Soviet Union», σε *DePaul Business Law Journal*, vol. 3 (1991), σελ. 307 επ. - \* Των ιδίων, «The legal environment