

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΑ, ΔΙΑΝΟΜΗ, ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗ

1.1. Εισαγωγή

Τις τελευταίες δεκαετίες η διεθνοποίηση των οικονομικών και εμπορικών συναλλαγών αποτελεί για τον κόσμο των επιχειρήσεων και του εμπορίου μια αυτονόητη πλέον πραγματικότητα. Η οικονομική ανάπτυξη, η ευρωστία και η συνολική προοπτική μιας επιχείρησης εξαρτάται συχνά και από τη διεθνοποίηση του προφίλ της, δεδομένου ότι οι δυνατότητές της εντός των εθνικών συνόρων βρίσκουν τα όριά τους σε μία κατά κανόνα κορεσμένη εγχώρια αγορά ή/και στον έντονο εσωτερικό ανταγωνισμό.

Η επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο συντελείται μέσα από ένα οργανωμένο δίκτυο, στο οποίο ενδιάμεσα βοηθητικά πρόσωπα, όπως ο εμπορικός αντιπρόσωπος, ο διανομέας και ο δικαιοδόχος, αποτελούν βασικό σύνδεσμο για τη δημιουργία καθετοποιημένων συστημάτων προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών. Οι προαναφερόμενες συμβάσεις εμπορικής διαμεσολάβησης έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό τους γνώρισμα τη δημιουργία μιας **διαρκούς ενοχικής σχέσης με κύριο στόχο την επιμέλεια των συμφερόντων** του αντισυμβαλλόμενου παραγωγού-προμηθευτή και συμβάλλουν με καθοριστικό τρόπο στην ανάπτυξη του εγχώριου και διεθνούς εμπορίου.

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος εμφανίζεται είτε ως εντολοδόχος, συνάπτοντας συμβάσεις σε διαρκή βάση για λογαριασμό του εμπόρου, είτε ως μεσίτης του εμπόρου για την υπόδειξη ευκαιριών προς σύναψη σύμβασης ως ανεξάρτητο πρόσωπο του εμπόρου, στον οποίον ο τελευταίος αναθέτει έναντι συμφωνηθέντος ανταλλάγματος την μέριμνα των υποθέσεών του, συνήθως αποκλειστικά για ορισμένη περιοχή. Ο διανομέας λειτουργεί ως ανεξάρτητος επιχειρηματίας, ο οποίος αναλαμβάνει μετά από συμφωνία και εξουσιοδότηση με τον προμηθευτή την προώθηση των προϊόντων του, δραστηριοποιούμενος στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Τέλος, στις συμβάσεις δικαιοχρήσης, ο δικαιοπάροχος ή δότης (franchisor), παραχωρεί στον δικαιοδόχο ή λήπτη (franchisee), έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του λεγόμενου «συνόλου» ή «πακέτου» δικαιοχρήσης, με σκοπό την πώληση συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Ο δικαιοδόχος εντάσσεται σε ένα συγκεκριμένο δίκτυο franchising, ακολουθώντας τη δομή και τις ειδικότερες κατευθυντήριες οδηγίες του δικαιοπαρόχου

του, συμβάλλεται όμως και αυτός όπως ο διανομέας στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του επιχειρηματικό κίνδυνο.

1.2. Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας

Οι διαφορές μεταξύ των εθνικών νομοθεσιών μεταξύ των κρατών-μελών σε θέματα εμπορικής αντιπροσωπείας επηρέαζαν σημαντικά το εμπόριο, τις συνθήκες ανταγωνισμού και άσκησης του συγκεκριμένου επαγγέλματος εντός των ορίων της (τότε) ΕΟΚ, γεγονός που οδήγησε τον κοινοτικό νομοθέτη να προβεί στη θέσπιση της **οδηγίας 86/653/ΕΟΚ**, ρυθμίζοντας τις σχέσεις μεταξύ του εμπορικού αντιπροσώπου και του αντιπροσωπευόμενου. Η οδηγία αυτή, ενσωματώθηκε στην ελληνική έννομη τάξη με το **ΠΔ 219/ 1991**. Σύμφωνα με την παρ. 2 του άρθρου 1 της Οδηγίας 86/653/ΕΟΚ, *εμπορικός αντιπρόσωπος είναι εκείνος στον οποίο, υπό την ιδιότητά του ως ανεξάρτητου μεσολαβητή, ανατίθεται σε μόνιμη βάση είτε να διαπραγματεύεται για λογαριασμό άλλου προσώπου, το οποίο καλείται στο εξής «αντιπροσωπευόμενος», την πώληση ή την αγορά εμπορευμάτων είτε να διαπραγματεύεται και να συνάπτει τις πράξεις αυτές επ' ονόματι και για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου*. Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας είναι μία ενοχική, αμοτεροβαρής, διαρκής σύμβαση και από τον παραπάνω ορισμό προκύπτει ότι βασικά στοιχεία της είναι: α) η ανεξαρτησία του εμπορικού αντιπροσώπου, β) η μόνιμη βάση της συνεργασίας, γ) η μη σύναψη συμβάσεων στο όνομά του.

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο αναλαμβάνει την υποχρέωση για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα να επιμελείται τις συναλλαγές ενός εμπόρου (του αντιπροσωπευόμενου) σε μια συγκεκριμένη εδαφική περιοχή, με την κατάρτιση συμβάσεων στο όνομα και για λογαριασμό του. Στο πλαίσιο λειτουργίας της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, ο εμπορικός αντιπρόσωπος ενεργεί ως βοηθητικό όργανο διαμεσολάβησης στο όνομα και για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δεν επωμίζεται τους κινδύνους κατά τη μεταφορά των αγαθών ή άλλους κινδύνους που σχετίζονται με τη φθορά ή απώλεια των αγαθών, τη φερεγγυότητα των πελατών, ή την ευθύνη για πραγματικά ελαττώματα των πωληθέντων, το οποίο αποτελεί και βασικό χαρακτηριστικό της σε σχέση με της άλλες συμβάσεις εμπορικής διαμεσολάβησης. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος είναι **ανεξάρτητος επιχειρηματίας**, ο οποίος όμως εμφανίζει σχέση οικονομικής εξάρτησης προς τον αντιπροσωπευόμενο λόγω της προμήθειας που λαμβάνει ως αντάλλαγμα (αμοιβή) για τις προσφερόμενες υπηρεσίες διαμεσολάβησης, η οποία υπολογίζεται συνήθως με βάση το ποσοστό επί των πωλήσεων.

Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας μπορεί να καταρτισθεί είτε προφορικά είτε σιωπηρά αν κάτι τέτοιο συνάγεται από τη βούληση και τις πράξεις των μερών είτε με την τήρηση έγγραφου τύπου. Εφόσον η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας έχει συμφωνηθεί για ορισμένο χρόνο και τα μέρη συνεχίζουν να την εκτελούν μετά τη λήξη της, τότε λογίζεται ότι μετατράπηκε σε σύμβαση αορίστου.

Οι υποχρεώσεις των μερών ρυθμίζονται στο άρθρο 4 του ΠΔ 219/1991. Ειδικότερα

ορίζεται ο
του να μερ
την καλή π
ουσα επιμέ
ξεων οι σπ
αναγκαία
προσωπει

Πρωτα
πο συστημ
και να επα
δηλαδή πο
την ανάλη
πληροφορ
γένει δρασ
της αγορά
αλλά και σ
τουργία τη
του εμπορ
σωπευόμεν
να επιμελεί
πρέπει να σ
εμπορικός
Ο αντιπ
ρικό αντιπ
παραγράφο

α) Να θέτ
έγγραφο

β) Να παρ
λεση τη
αντιπρ
ρικών π
έπρεπε

γ) να ενημ
ή απόρρ
μεσολα

Ο αντιπροσ
ση με την π
οφείλει σε τ
κάθε είδους

νομα, για δικό του

μελών σε θέματα
 συνθήκες ανταγω-
 γοριών της (τότε)
 θέσπιση της οδη-
 γίας 86/653/ΕΟΚ,
 ως ανεξάρτητου
 λογαριασμού άλ-
 λην πώληση ή την
 πράξεις αυτές επ'
 πορικής αντιπρο-
 τό τον παραπάνω
 πορικού αντι-
 άσεων στο όνομα

το οποίο αναλαμ-
 τιμελείται τις συ-
 μένη εδαφική πε-
 του. Στο πλαίσιο
 αντιπρόσωπος
 ριασμό του αντι-
 νδύνους κατά τη
 ρά ή απώλεια των
 γικά ελαττώματα
 σε σχέση με της
 σωπος είναι ανε-
 εξάρτησης προς
 αλλαγμα (αμοιβή)
 ζεται συνήθως με

ε προφορικά είτε
 ων μερών είτε με
 ωπείας έχει συμ-
 μετά τη λήξη της,

1991. Ειδικότερα

ορίζεται ότι: Ο εμπορικός αντιπρόσωπος οφείλει κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων του να μεριμνά για τα συμφέροντα του αντιπροσωπευόμενου και να δρα νόμιμα με βάση την καλή πίστη. Ιδιαίτερα ο εμπορικός αντιπρόσωπος οφείλει: α) να ασχολείται με την δέουσα επιμέλεια κατά την διαπραγμάτευση και ενδεχομένως κατά την σύναψη των πράξεων οι οποίες του έχουν ανατεθεί, β) να ανακοινώνει στον αντιπροσωπευόμενο κάθε αναγκαία πληροφορία που διαθέτει, γ) να συμμορφώνεται προς τις υποδείξεις του αντιπροσωπευόμενου.

Πρωταρχική υποχρέωση του εμπορικού αντιπροσώπου είναι να αναζητεί κατά τρόπο συστηματικό και να ανευρίσκει πελατείας χωρίς να παύσει να προσπαθεί να διατηρεί και να επαυξάνει τον αριθμό των συναλλαγών με τους ήδη υπάρχοντες πελάτες, αυτούς δηλαδή που υπήρχαν πριν τη θέση σε ισχύ της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας και την ανάληψη δράσης εκ μέρους του. Ως προς την υποχρέωση παροχής των αναγκαίων πληροφοριών στον αντιπροσωπευόμενο, αυτές μπορεί να αφορούν στην άσκηση της εν γένει δραστηριότητάς του, στα χαρακτηριστικά και τις ιδιαίτερες συνθήκες και ανάγκες της αγοράς ή του κλάδου δραστηριοποίησης, στην κατάσταση των ιδίων προϊόντων, αλλά και σε κάθε άλλη πληροφορία που είναι χρήσιμη και κρίσιμη για την ομαλή λειτουργία της σύμβασης ή την επίτευξη των στόχων αυτής. Η συνολική δραστηριότητα του εμπορικού αντιπροσώπου πρέπει να είναι τέτοια ώστε τα συμφέροντα του αντιπροσωπευόμενου να εξυπηρετούνται άρτια και δίχως προβλήματα: ο αντιπρόσωπος οφείλει να επιμελείται διαρκώς τα συμφέροντα αυτά, ενώ η επαγγελματική του συμπεριφορά πρέπει να συνάδει με την καλή πίστη και τα χρηστά και συναλλακτικά ήθη. Τέλος, ο εμπορικός αντιπρόσωπος οφείλει να μη ανταγωνίζεται τον αντιπροσωπευόμενο του.

Ο αντιπροσωπευόμενος οφείλει κατά την διάρκεια των σχέσεων του με τον εμπορικό αντιπρόσωπο να δρα νόμιμα, με βάση την καλή πίστη. Ειδικότερα, σύμφωνα με τις παραγράφους 2 και 3 του άρθρου 4 του ΠΔ 219/1991, ο αντιπροσωπευόμενος οφείλει:

- α) Να θέτει στη διάθεση του εμπορικού αντιπροσώπου τα αναγκαία πληροφοριακά έγγραφα, που αφορούν τα εμπορεύματα περί των οποίων εκάστοτε πρόκειται.
- β) Να παρέχει στον εμπορικό αντιπρόσωπο τις αναγκαίες πληροφορίες για την εκτέλεση της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, ιδίως να ειδοποιεί τον εμπορικό αντιπρόσωπο, μέσα σε εύλογη προθεσμία, μόλις προβλέψει ότι ο όγκος των εμπορικών πράξεων θα είναι αισθητά μικρότερος από εκείνον που ο αντιπρόσωπος θα έπρεπε να αναμένει κανονικά.
- γ) να ενημερώνει τον εμπορικό αντιπρόσωπο σχετικά με την εκ μέρους του αποδοχή ή απόρριψη, καθώς και με την μη εκτέλεση μιας εμπορικής πράξης για την οποία μεσολάβησε.

Ο αντιπροσωπευόμενος οφείλει να παρέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σε σχέση με την πορεία των συναλλαγών στις οποίες ο αντιπρόσωπος ενεπλάκη. Επιπλέον, οφείλει σε τακτά διαστήματα να ενημερώνει τον εμπορικό αντιπρόσωπο σε σχέση με κάθε είδους ζήτημα το οποίο αφορά λ.χ. στην αγορά ή τον κλάδο δράσης ή στα ίδια τα

προϊόντα και τα αποθέματα αυτών, προκειμένου ο τελευταίος να είναι σε θέση να εξυπηρετεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα συμφέροντά του είτε να συμμορφώνεται στις υποδείξεις και οδηγίες του. Συνεπώς, τόσο ο εμπορικός αντιπρόσωπος όσο και ο αντιπροσωπευόμενος οφείλουν κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων τους να μεριμνούν για τα συμφέροντα του άλλου μέρους και να δρουν **νόμιμα και με καλή πίστη**.

Τέλος, υποχρέωση του αντιπροσωπευόμενου είναι να καταβάλλει στον εμπορικό αντιπρόσωπο την συμφωνηθείσα αμοιβή, η οποία **ελλείπει σχετικής συμφωνίας** μεταξύ των μερών, θα καθορίζεται σε ποσοστό επί της αξίας της συμβάσεως στην οποία μεσολαβεί ή συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου ανάλογα με τις συνήθειες που εφαρμόζονται στον τόπο που ασκεί τις δραστηριότητές του, τα εμπορεύματα, τα οποία αφορά η σύμβαση της εμπορικής αντιπροσωπείας και εν γένει όλα τα στοιχεία που έχουν σχέση με την εμπορική πράξη, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται και στην παράγραφο 2 του άρθρου 5 του ΠΔ 219/1991.

Η αμοιβή του εμπορικού αντιπροσώπου καθορίζεται ανάλογα με τον αριθμό και την αξία των υποθέσεων που διαπραγματεύεται, ενώ σύμφωνα με το άρθρο 6 του ΠΔ 219/1991, για εμπορική πράξη που έχει συναφθεί κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, ο εμπορικός αντιπρόσωπος δικαιούται προμήθεια:

- α) αν η πράξη έχει συναφθεί χάρη στην παρέμβασή του ή
- β) αν η πράξη έχει συναφθεί με τρίτο με τον οποίο ο αντιπρόσωπος έχει συνάψει προηγουμένως πράξεις του ίδιου είδους, ώστε να τον έχει καταστήσει πελάτη ή
- γ) αν είναι αρμόδιος για ένα καθορισμένο γεωγραφικό τομέα ή για μια καθορισμένη ομάδα προσώπων και η πράξη έχει συναφθεί με πελάτη που ανήκει σε αυτό τον τομέα ή σε αυτή την ομάδα.

Η αξίωση για προμήθεια υφίσταται από τον χρόνο και κατά το μέτρο που είτε ο αντιπροσωπευόμενος εξετέλεσε την πράξη, είτε ο αντιπροσωπευόμενος ώφειλε να έχει εκτελέσει την πράξη, δυνάμει της συμφωνίας που έχει συναφθεί με τον τρίτο είτε ο τρίτος εξετέλεσε την πράξη. Η προμήθεια πρέπει να καταβληθεί το αργότερο την τελευταία ημέρα του μηνός που ακολουθεί το τρίμηνο κατά την διάρκεια του οποίου είχε γεννηθεί η σχετική αξίωση. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος έχει δικαίωμα να απαιτήσει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, ώστε να επαληθεύσει το ποσό των προμηθειών που οφείλει ο αντιπροσωπευόμενος.

Η αξίωση προμήθειας του εμπορικού αντιπροσώπου αποσβένεται εάν από συμπεριφορά του τρίτου και του εντολέα προκύπτει ότι δεν θα εκτελεσθεί η σύμβαση και η μη εκτέλεση δεν οφείλεται σε γεγονότα για τα οποία είναι υπαίτιος ο αντιπροσωπευόμενος.

Η αποζημίωση πελατείας του εμπορικού αντιπροσώπου: Ο θεσμός της αποζημίωσης πελατείας, ρυθμίστηκε σε επίπεδο ΕΕ με την οδηγία 86/653/ΕΟΚ. Ειδικότερα, όσο διαρκεί η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, οι αντισυμβαλλόμενοι αντλούν κατά τρόπο αμοιβαίο οικονομικά οφέλη, ωστόσο στις περιπτώσεις κατά τις οποίες ο αντι-

πρόσωπο
ται ακόμ
ες αγορέ
ο κύκλο
ο εμπορ
τη δυνα
πρόσωπο
γάζεται
καθώς μ
Επιπρόσ
μα περισ
ξη ρήτρα
ποσά για
με τον ε
σβέσει ε
λατείας
σωπευό
του εμπ

Επομ
μεταξύ τ
ο αντιπ
πρόσωπο
στη σχέσ
το ύλο
σμοθετή
φορά αξί

Το δι
άρθρου 9

α) Ο εμπ
πεία
προ
διατ
αυτ
ψη ό
αντι
τους
τρας

β) Το π
μέσο

αυτών, προκειμένου ο τελευταίος να είναι σε δυνατό τρόπο τα συμφέροντά του είτε να συμμορφώνονται κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων τους ή να δρουν νόμιμα και με καλή πίστη του αντιπροσωπευόμενου είναι να καταβάλλει στην πελάτη αμοιβή, η οποία ελλείψει σχετικής συμφωνίας ορίζεται σε ποσοστό επί της αξίας της σύμβασης σύμφωνα με τον ΠΔ 219/1991.

Ο αντιπρόσωπος καθορίζεται ανάλογα με τον τρόπο που ασκεί τις δραστηριότητές του, τα εμπόδια της εμπορικής αντιπροσωπείας και εν γένει άλλων εμπορικών πράξεων, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται και στο άρθρο 10 του ΠΔ 219/1991.

Η συναφθείσα χάρη στην παρέμβασή του ή

συναφθεί με τρίτο με τον οποίο ο αντιπρόσωπος έχει συμφωνήσει, ώστε να τον έχει καταστήσει υπεύθυνος για ένα καθορισμένο γεωγραφικό τομέα ή για μια κατηγορία πράξεων ή και η πράξη έχει συναφθεί με πελάτη που ανήκει σε μια ομάδα.

Η συναφθείσα χάρη υφίσταται από τον χρόνο και κατά το μέτρο που ολοκληρώθηκε η πράξη, είτε ο αντιπροσωπευόμενος ως ενάγων ή ενάμενος της συμφωνίας που έχει συναφθεί με τον τρίτο. Η προμήθεια πρέπει να καταβληθεί το αργότερο στο τέλος του τρίμηνου κατά την διάρκεια του οποίου ολοκληρώθηκε η πράξη. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος έχει δικαίωμα να απαγορευτεί, ώστε να επαληθεύσει το ποσό των προμηθειών που έχει πραγματοποιήσει.

Ο αντιπρόσωπος δικαιούται να αποσβένεται εάν ο πελάτης εντολέας προκύπτει ότι δεν θα εκτελεσθεί η σύμβαση λόγω γεγονότων για τα οποία είναι υπαίτιος ο αντιπρόσωπος.

Αρμοδιότητα του εμπορικού αντιπροσώπου: Ο θεσμός της αντιπροσωπείας ορίζεται σε επίπεδο ΕΕ με την οδηγία 86/653/ΕΟΚ. Ειδικότερα, η αρμοδιότητα της εμπορικής αντιπροσωπείας, οι αντισυμβαλλόμενοι και τα οικονομικά οφέλη, ωστόσο στις περιπτώσεις κατά τις οποίες

ο αντιπρόσωπος εισφέρει νέους πελάτες στον αντιπροσωπευόμενο, ο τελευταίος επωφελείται περισσότερο γιατί ενισχύεται η φήμη του, τα προϊόντα του εισέρχονται σε νέες αγορές, αυξάνεται ο αριθμός των συμβάσεων που συνάπτονται και φυσικά αυξάνεται ο αριθμός των εργασιών του. Με τη λύση όμως της σύμβασης, η πελατεία που εισέφερε ο αντιπρόσωπος, παραμένει πλέον στον αντιπροσωπευόμενο και αυτός έχει το δικαίωμα να συνεχίσει να συνεργάζεται με τους πελάτες που ο εμπορικός αντιπρόσωπος εισέφερε. Αντίθετα, ο εμπορικός αντιπρόσωπος δεν μπορεί πλέον να συνεργαστεί με τους πελάτες που εισέφερε ή επαύξησε, να αντλεί οικονομικό όφελος από την πελατεία που εισέφερε ή επαύξησε, να λύσει τη σύμβαση χάνει τις όποιες προμήθειες επρόκειτο να εισπράξει. Η θέση του εμπορικού αντιπροσώπου είναι δυνατόν να επιδεινωθεί ακόμη και με τη λύση της σύμβασης, όταν έχει συμφωνηθεί στη σύμβαση η ύπαρξη ανταγωνισμού ή όταν ο αντιπρόσωπος επένδυσε σημαντικά χρηματικά μέσα για την ανάπτυξη της εμπορικής δραστηριότητας λόγω του συμβατικού δεσμού που υπάρχει με τον πελάτη και τα οποία λόγω της λύσης της σύμβασης δεν θα μπορεί να αποσβένεται. Συνεπώς, η αξίωση του εμπορικού αντιπροσώπου για αποζημίωση πελάτη δικαιούται από το γεγονός ότι ο αντιπρόσωπος εισφέρει στον αντιπροσωπευόμενο πελάτη που είτε δημιουργήθηκε είτε ενισχύθηκε χάρη στη δική του δράση.

Συνεπώς, με τον θεσμό της αποζημίωσης πελατείας επιχειρείται μία εξισορρόπηση των συμφερόντων που (εξακολουθεί) να αποκομίζει μετά τη λύση της σύμβασης ο αντιπροσωπευόμενος και της οικονομικής βλάβης που επέρχεται στον εμπορικό αντιπρόσωπο λόγω της λύσης της συμβατικής σχέσης. Επειδή ο εμπορικός αντιπρόσωπος κερδίζει από την πράξη είναι το ασθενέστερο (κατά τεκμήριο) μέρος της σύμβασης και εισφέρει ουσιαστικό αγαθό της σταθερής πελατείας, η αξίωση αποζημίωσης δεν θεωρείται ότι είναι για να ωφεληθεί υπέρμετρα, αλλά για να επέλθει ισορροπία από τη μεταβατική δράση του αντιπροσωπευόμενου λόγω της εισφοράς της πελατείας.

Η αξίωση αποζημίωσης πελατείας προβλέπεται ρητά στην παράγραφο 1 του άρθρου 10 του ΠΔ 219/1991, όπου ορίζεται ότι:

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος δικαιούται μετά τη λύση της σύμβασης αποζημίωση, εάν και εφόσον κατά τη διάρκεια αυτής έφερε νέους πελάτες ή ενισχύθηκε σημαντικά τις υποθέσεις με τους υπάρχοντες πελάτες και ο εντολέας αποσβένεται ουσιαστικά οφέλη που προκύπτουν από τις υποθέσεις με τους πελάτες και η καταβολή της αποζημίωσης αυτής είναι δίκαιη, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων και ιδιαίτερα των προμηθειών που χάνει ο εμπορικός αντιπρόσωπος και οι οποίες προκύπτουν από τις υποθέσεις με τους πελάτες αυτές περιστάσεις αυτές συμπεριλαμβάνεται επίσης και η εφαρμογή της ρήτρας ανταγωνισμού με την έννοια του άρθρου 10 του παρόντος,

Η αξίωση αποζημίωσης αυτής δεν μπορεί να υπερβαίνει ποσό ισοδύναμο με τον αριθμό των αμοιβών που εισέπραξε ο εμπορικός αντιπρόσωπος κατά τα

πέντε τελευταία έτη, αν δε η σύμβαση διήρκησε λιγότερο από πέντε έτη, η αποζημίωση υπολογίζεται με βάση τον μέσο όρο της εν λόγω περιόδου,

- γ) Η χορήγηση αυτής της αποζημίωσης δεν στερεί από τον εμπορικό αντιπρόσωπο την αξίωση για την ανόρθωση της περαιτέρω ζημίας την οποία υπέστη, όπως ορίζεται από τις διατάξεις του Αστικού Κώδικα.

Οι προϋποθέσεις για να γεννηθεί η αξίωση αποζημίωσης πελατείας είναι:

- 1. Η λύση της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας:** Όταν η σύμβαση αντιπροσωπείας είναι ορισμένου χρόνου τότε αυτή θα λύεται αυτόματα μόλις παρέλθει ο συμφωνημένος χρόνος. Ωστόσο, η σύμβαση αυτή μπορεί να μετατραπεί σε σύμβαση αορίστου χρόνου, εάν τα μέρη την ανανεώσουν σιωπηρά και επομένως θα λύεται με την άσκηση τακτικής καταγγελίας. Στην περίπτωση αυτή πρέπει να τηρούνται οι νόμιμες προθεσμίες. Φυσικά, η σύμβαση ορισμένου και η αορίστου χρόνου μπορούν να λυθούν και με έκτακτη καταγγελία όταν υπάρχει σπουδαίος λόγος, χωρίς να είναι απαραίτητη η τήρηση κάποιας προθεσμίας. Μία σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, μπορεί να λυθεί και στην περίπτωση κατά την οποία τελεί υπό διαλυτική αίρεση και υπάρχει πλήρωση της αίρεσης αυτής (άρθρο 202 του Αστικού Κώδικα), οπότε και γεννάται η σχετική αξίωση. Μπορεί επίσης να λυθεί και στην περίπτωση θανάτου του εμπορικού αντιπροσώπου, με τη σχετική αξίωση να περιέρχεται στους κληρονόμους αυτού, αφού το άρθρο 9 παράγραφος 1 εδάφιο δ' του ΠΔ 219/1991 ορίζει ρητά ότι το δικαίωμα αποζημίωσης ή ανόρθωσης ζημίας γεννάται επίσης και όταν η σύμβαση λύεται λόγω θανάτου του εμπορικού αντιπροσώπου.
- 2. Η εισφορά νέων πελατών και/ή σημαντική προαγωγή των υποθέσεων με τους υπάρχοντες πελάτες:** Να σημειωθεί εισαγωγικά ότι ως πελάτες νοούνται τα πρόσωπα που αγοράζουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες του αντιπροσωπευόμενου προσφέροντας το αντίστοιχο οικονομικό αντάλλαγμα, αποκλεισμένων των προσώπων που απλά εκδηλώνουν ενδιαφέρον ή διατηρούν απλώς επαφές με τον εμπορικό αντιπρόσωπο, οι οποίες δηλαδή δεν μετουσιώνονται σε κάποια συναλλαγή με οικονομικό αντάλλαγμα. Καθοριστικό στοιχείο απόδοσης του ως άνω χαρακτηρισμού (του πελάτη) είναι η σταθερότητα, η οποία διαπιστώνεται μέσω της βούλησης ενός προσώπου να συνάπτει σταθερά συναλλακτικές πράξεις και όχι μόνο μία φορά. Η σπουδαιότητα της σταθερότητας έγκειται ακριβώς στο γεγονός ότι μετά τη λύση της σύμβασης ο αντιπροσωπευόμενος θα είναι σε θέση να διατηρεί τους σταθερούς πελάτες –και να κομίζει οικονομικά οφέλη από αυτούς– χωρίς τη μεσολάβηση του εμπορικού αντιπροσώπου ή άλλου γεγονότος ή πράξης. Ο εμπορικός αντιπρόσωπος θα λαμβάνει τη συμφωνηθείσα προμήθεια για την επίτευξη κάθε συναλλαγής με πελάτες, ανεξάρτητα από το αν είναι αυτοί θεωρούνται σταθεροί ή όχι, ωστόσο για να αξιώσει αποζημίωση πελατείας θα πρέπει να προσφέρει ένα επιπλέον οικονομικό και επιχειρηματικό πλεονέκτημα στον αντιπροσωπευόμενό του, το οποίο διαπιστώνεται μέσω διαρκών ή μόνιμων συναλλακτικών σχέσεων με κάποιους πελάτες. Επι-

πλέον, προ
υπ' όψιν όλ
τίστως με τ
κτιμώνται λ
τήσεις που
ται και το ε
νικής πόλη
Νέοι πελά
προσωπευό
ας, με συνέ
δράσης του
τους οποίο
πλαίσιο εκτ
πος, δηλαδ
είναι अपαρ
τάρτισης τ
οποία έγινε
θεωρείται ν
λατών δεν
έδωσε ο αν
στη διάθεσ
σουν προϊό
μπάνια αυτ
αντιπροσώ
που να ήτα
μαίνει ότι ε
στωθεί από
λά ποσά στ
πελατών. Π
νέων πελατ
Ως σημαντι
αύξηση των
του αντιπρό
εργασιών. Κ
κτήρα και ν
θέσεων ως σ
είναι λ.χ. η
κλος εργα
ενώ ο προσ
ζημίωση σφ
σωπευόμεν
ώπου σε σ

εντε έτη, η αποζη-

ικό αντιπρόσωπο
πέστη, όπως ορί-

ίται:

βαση αντιπροσω-
εις παρέλθει ο συμ-
τεί σε σύμβαση αο-
ένως θα λύεται με
ει να τηρούνται οι
υ χρόνου μπορούν
γος, χωρίς να είναι
κής αντιπροσωπεί-
διαλυτική αίρεση
ύ Κώδικα), οπότε
ερίπτωση θανάτου
εται στους κληρο-
19/1991 ορίζει ρη-
επίσης και όταν ή

υθέσεων με τους
ούνται τα πρόσω-
μενου προσφέρο-
ών προσώπων που
ον εμπορικό αντι-
λαγή με οικονομι-
ρακτηρισμού (του
ύλησης ενός προ-
ία φορά. Η σπου-
μετά τη λύση της
ους σταθερούς πε-
μεσολάβηση του
ός αντιπρόσωπος
υναλλαγής με πε-
χι, ωστόσο για να
ων οικονομικό και
ποίο διαπιστώνε-
ους πελάτες. Επι-

πλέον, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν ένας πελάτης είναι σταθερός, λαμβάνονται υπ' όψιν όλες οι ιδιαίτερες περιστάσεις της κάθε περίπτωσης, που σχετίζονται πρωτίστως με το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρει ο αντιπροσωπευόμενος, συνεκτιμώνται λ.χ. η τιμή αυτών, η διάρκεια ζωής αυτών, οι ιδιαίτερες ανάγκες και απαιτήσεις που ενδεχομένως να έχει ένα προϊόν (λ.χ. συντήρησης). Επίσης, συνεκτιμάται και το είδος της εν λόγω πελατείας, εάν δηλαδή είναι πελατεία χονδρικής ή λιανικής πώλησης.

Νέοι πελάτες είναι εκείνοι που δεν είχαν καμία συναλλακτική σχέση με τον αντιπροσωπευόμενο, πριν από τη θέση σε ισχύ της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, με συνέπεια νέοι πελάτες να θεωρούνται όσοι αποκτήθηκαν μετά την έναρξη της δράσης του εμπορικού αντιπρόσωπου. Επίσης, ως νέοι πελάτες νοούνται εκείνοι τους οποίους εισέφερε κατά τη διάρκεια της σύμβασης αντιπροσωπείας και στο πλαίσιο εκπλήρωσης των συμβατικών του υποχρεώσεων ο εμπορικός αντιπρόσωπος, δηλαδή εκείνα τα πρόσωπα που είναι νέα για τον αντιπροσωπευόμενο, χωρίς να είναι απαραίτητα και νέοι για τον αντιπρόσωπο. Συνεπώς, από τη στιγμή της κατάρτισης της πρώτης συναλλαγής ενός προσώπου με τον αντιπροσωπευόμενο, η οποία έγινε με τη διαμεσολάβηση του εμπορικού αντιπρόσωπου, το πρόσωπο αυτό θεωρείται νέος πελάτης που εισέφερε ο εμπορικός αντιπρόσωπος. Εισφορά νέων πελατών δεν θα υφίσταται στις περιπτώσεις της αξιοποίησης πελατολογίου το οποίο έδωσε ο αντιπροσωπευόμενος στον νέο εμπορικό αντιπρόσωπο, καθώς ήδη το είχε στη διάθεσή του. Επίσης, δεν θεωρούνται νέοι πελάτες όσοι αποφάσισαν να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες του αντιπροσωπευόμενου χάρη στη διαφημιστική καμπάνια αυτού, χωρίς να υπάρξει δηλαδή καμία μεσολαβητική πράξη του εμπορικού αντιπρόσωπου. Αυτό που απαιτείται είναι ο μεσολαβητικός ρόλος του αντιπρόσωπου να ήταν καθοριστικός και να συνέβαλε στην απόκτηση του πελάτη. Τούτο σημαίνει ότι ενδέχεται να επιδικαστεί σχετική αποζημίωση στην περίπτωση που διαπιστωθεί από το δικαστήριο, ότι ο εμπορικός αντιπρόσωπος επένδυσε εξαιρετικά υψηλά ποσά στη διαφήμιση και χάρη σε αυτή προσελκύσθηκε σημαντικός αριθμός νέων πελατών. Πάντως, ο εμπορικός αντιπρόσωπος, φέρει το βάρος απόδειξης εισφοράς νέων πελατών στην επιχείρηση του αντιπροσωπευόμενου.

Ως σημαντική προαγωγή των υποθέσεων με τους υπάρχοντες πελάτες νοείται η αύξηση των πωλήσεων που διαπιστώνεται σε πρόσωπα τα οποία ήταν ήδη πελάτες του αντιπροσωπευόμενου και η οποία έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του κύκλου εργασιών. Και σε αυτή την περίπτωση η προαγωγή θα πρέπει να έχει σταθερό χαρακτήρα και να είναι σημαντική. Σχετικά με το χαρακτηρισμό της προαγωγής των υποθέσεων ως σημαντικής, αυτή θα εξετάζεται υπό το πρίσμα πολλών παραγόντων όπως είναι λ.χ. η δομή της αγοράς που δραστηριοποιείται ο αντιπροσωπευόμενος, ο κύκλος εργασιών πριν τη ανάληψη δράσης εκ μέρους του εμπορικού αντιπρόσωπου, ενώ ο προσδιορισμός πρέπει να είναι και χωρικός και χρονικός, καθώς η όποια αποζημίωση οφείλεται ακριβώς λόγω του οφέλους που εξακολουθεί να έχει ο αντιπροσωπευόμενος μετά τη λύση της σύμβασης, χάρη στη δράση του εμπορικού αντιπρόσωπου σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

Επιπρόσθετα, ο νόμος απαιτεί ο αντιπροσωπευόμενος να διατηρεί οφέλη που προκύπτουν από τις υποθέσεις με τους πελάτες τους οποίους ο εμπορικός αντιπρόσωπος είτε εισέφερε είτε προήγαγε τις υποθέσεις, στην περίπτωση δηλαδή κατά την οποία αυτός θα συνεχίσει να επωφελείται από αυτούς και μετά τη λύση της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας. Έτσι, οι όποιες συναλλακτικές σχέσεις ιδρύθηκαν ή προήχθησαν χάρη στη δράση του εμπορικού αντιπροσώπου θα πρέπει να αναμένεται ότι θα εξακολουθήσουν και στο μέλλον και έχουν τη δυναμική να κομίσουν οικονομικά οφέλη στον αντιπροσωπευόμενο. Δεν επηρεάζει η επιλογή του αντιπροσωπευόμενου να αξιοποιήσει ή όχι την πελατεία αυτή, αλλά αρκεί να είναι σε θέση να την αξιοποιήσει. Συνεπώς, ως προς την έννοια του οφέλους του αντιπροσωπευόμενου, τονίζεται ότι αφορά στη δυνατότητα που έχει ο αντιπροσωπευόμενος να λαμβάνει σταθερά έσοδα από τις συναλλαγές στις οποίες θα προβαίνουν οι πελάτες που εισέφερε ο αντιπρόσωπος ή από τις συναλλακτικές σχέσεις με υπάρχοντες πελάτες, οι οποίες βελτιώθηκαν σημαντικά χάρη στη δράση του τελευταίου. Ως προς το πότε το όφελος θα είναι σημαντικό, αυτό εξετάζεται κατά περίπτωση από το δικαστήριο, λαμβανομένων υπ' όψιν λ.χ. της διάρκειας που αναμένεται να έχει η συναλλακτική σχέση του αντιπροσωπευόμενου με έναν νέο πελάτη, η αξία των συναλλαγών με τους ήδη υπάρχοντες πελάτες των οποίων τις παραγγελίες αύξησε σημαντικά η δράση του εμπορικού αντιπροσώπου, κ.ά. Συνεπώς, θα συγκρίνονται οι σχέσεις με πελάτες που γεννήθηκαν ή προήχθησαν σημαντικά εξαιτίας της δράσης του εμπορικού αντιπροσώπου και η αποτίμηση της χρηματικής αξίας αυτών με τις αντίστοιχες συναλλαγές (και την αξία αυτών) που είχε ο αντιπροσωπευόμενος πριν από την έναρξη της δράσης του εμπορικού αντιπροσώπου. Η παραπάνω σύγκριση δεν αφορά στο σύνολο της επιχειρηματικής δράσης του αντιπροσωπευόμενου ή σε κάθε γεωγραφική περιοχή, παρά μόνο στη γεωγραφική περιοχή δράσης του αντιπροσώπου και για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που αποτελούσαν αντικείμενο της σύμβασης.

- 3. Ο δίκαιος χαρακτήρας της αποζημίωσης πελατείας:** Σύμφωνα με την προϋπόθεση αυτή το δικαστήριο θα αποφανθεί περί του δικαίου ή μη χαρακτήρα της αποζημίωσης με τη σχετική κρίση να σχηματίζεται κάθε φορά από τα δεδομένα της περίπτωσης. Η σχετική κρίση δεν διαμορφώνεται μόνο από το ζήτημα της απώλειας των προμηθειών, η οποία αποτελεί τη βάση της κρίσης αυτής, αλλά και από άλλες παραμέτρους όπως είναι το περιεχόμενο της σύμβασης ή η συνολική δράση του αντιπροσώπου. Σημειώνεται, ότι η απώλεια προμηθειών συνεπάγεται ότι η πελατεία που εισέφερε ή προήγαγε ο αντιπρόσωπος θα συνεχίσει και μελλοντικά να συναλλάσσεται με τον αντιπροσωπευόμενο και να του αποφέρει εισπράξεις. Οι προμήθειες δηλαδή που χάνει ο αντιπρόσωπος αφορούν σε αυτές που θα ελάμβανε σε περίπτωση συνέχισης της σύμβασης από την προαναφερθείσα πελατεία.

Παρά τη φαινομενική πλήρωση των παραπάνω προϋποθέσεων, ενδέχεται τελικά να μην οφείλεται αποζημίωση πελατείας για λόγους που προβλέπονται ρητά στον νόμο. Συγκεκριμένα: α) Όταν ο εντολέας καταγγείλει τη σύμβαση λόγω υπαιτιότητας εμπο-

ήλικας, σωματικής αδυναμίας ή ασθένειας του εμπορικού αντιπροσώπου, εξαιτίας των οποίων δεν είναι δυνατό να απαιτηθεί εύλογα από αυτόν η εξακολούθηση της δραστηριότητας του, γ) όταν μετά από συμφωνία με τον αντιπροσωπευόμενο, ο αντιπρόσωπος εκχωρεί σε τρίτο τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που έχει αναλάβει δυνάμει της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας.

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος πρέπει να ασκήσει την αποζημίωσης πελατείας, σύμφωνα με τα όσα ορίζονται στην παράγραφο 2 του άρθρου 9 του ΠΔ 219/1991, καθώς χάνει την αξίωση αποζημίωσης ή ανόρθωσης ζημίας, εάν δεν γνωστοποιήσει προς τον αντιπροσωπευόμενο εντός έτους από τη λύση της σύμβασης ότι προτίθεται να ασκήσει το δικαίωμα του αυτό.

1.3. Η σύμβαση εμπορικής διανομής

Η εμπορική διανομή αποτελεί μία σημαντική μορφή διαμεσολαβητικής σύμβασης στις σύγχρονες εμπορικές συναλλαγές. Στη σύμβαση αυτή, το ένα μέρος που καλείται προμηθευτής (και μπορεί να είναι λ.χ. παραγωγός αγαθών), αναλαμβάνει την υποχρέωση να πωλεί αγαθά σε ένα άλλο μέρος (στον διανομέα), προκειμένου ο τελευταίος να μεταπωλήσει τα αγαθά αυτά σε τρίτους, στο δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό, αναλαμβάνοντας έτσι πλήρως και τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Η σύμβαση εμπορικής διανομής είναι αμφοτεροβαρής, διαρκής ενοχή, δυνάμει της οποίας ο ανεξάρτητος ενδιάμεσος, ο διανομέας, εντάσσεται στο δίκτυο διανομής του προμηθευτή, αναλαμβάνοντας έναντι αυτού την υποχρέωση να πωλεί με σταθερό και διαρκή τρόπο στο όνομά του και για δικό του λογαριασμό τα προϊόντα του τελευταίου. Ο διανομέας αποκομίζει οικονομικό όφελος από τη διαφορά μεταξύ της τιμής πώλησης των προϊόντων και της τιμής αγοράς τους από τον προμηθευτή. Βασικά χαρακτηριστικά της σύμβασης εμπορικής διανομής είναι τα ακόλουθα:

1. **Σύμβαση-πλαίσιο:** Οι συμβάσεις εμπορικής διανομής, έχουν συνήθως μακρά διάρκεια και συνιστούν συμβάσεις-πλαίσιο, καθώς τη στιγμή της κατάρτισης τα μέρη καθορίζουν το γενικό πλαίσιο αυτής, με πολλά από τα επιμέρους στοιχεία να μην είναι τη στιγμή σύναψης της σύμβασης απολύτως προσδιορισμένα, αλλά να προσδιορίζονται μεταγενέστερα με επιμέρους (εκτελεστικές) συμβάσεις. Στην αρχική σύμβαση πλαίσιο τίθενται τα θεμέλια και οι βάσεις της συνεργασίας των μερών, όπως είναι για παράδειγμα όροι σχετικά με την υποχρέωση μη ανταγωνισμού, ρήτρες ελαχίστων αγορών, κ.ά.

2. **Διανομή των συμβατικών προϊόντων από το διανομέα, στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του επιχειρηματικό κίνδυνο και κέρδος:** Η σύμβαση διανομής αντιδιαστέλλεται ως προς την νομική της φύση, από εκείνη της

σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, καθώς στη σύμβαση εμπορικής διανομής, ο διανομέας, ενεργεί στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του επιχειρηματικό κίνδυνο. Στη σύμβαση εμπορικής διανομής τα προϊόντα διανέμονται από το διανομέα στο όνομά του, για δικό του λογαριασμό και με δικό του επιχειρηματικό κίνδυνο και κέρδος.

3. **Ο διανομέας προωθεί την πελατεία:** Στις συμβάσεις εμπορικής διανομής η προώθηση της πελατείας από τον διανομέα, εξυπηρετεί τόσο τα συμφέροντα του ίδιου όσο και του προμηθευτή, αφού ο τελευταίος προσδοκά τη διείσδυση σε συγκεκριμένη αγορά μέσω του διανομέα. Η προώθηση της πελατείας έχει συγκεκριμένο και επαρκώς προσδιορισμένο περιεχόμενο και σχεδιάζεται είτε και από τους δύο αντισυμβαλλομένους είτε από τον ίδιο τον διανομέα όταν κατέχει ισχυρή οικονομική θέση στη συγκεκριμένη περιοχή και ο σχεδιασμός αυτός ευνοεί την προώθηση των προϊόντων. Στη συναλλακτική πρακτική είναι σύνηθες ο προμηθευτής να δεσμεύεται να βοηθήσει και ο ίδιος στον σχεδιασμό και στην οργάνωση της προώθησης των προϊόντων, η οποία εκπληρώνεται λ.χ. μέσω παροχής χρηματοδότησης προωθητικών εκθέσεων ή την παροχή κατάλληλης τεχνογνωσίας στον διανομέα.
4. **Ο μικτός χαρακτήρας της σύμβασης εμπορικής διανομής:** Η σύμβαση εμπορικής διανομής έχει μικτό της χαρακτήρα, καθώς συνδυάζει στοιχεία της σύμβασης πώλησης και της σύμβασης εργασίας (ανεξαρτήτων υπηρεσιών) ή έργου.

Στις συμβάσεις διανομής, ο διανομέας υποχρεούται να αγοράζει τα προϊόντα του προμηθευτή και να τα μεταπωλεί σε διαρκή και (ενδεχομένως) αποκλειστική βάση, ενώ ο προμηθευτής υποχρεούνται να πωλεί στο διανομέα τα συμβατικά προϊόντα βασιζόμενος σημαντικά στον προγραμματισμό και την οργάνωση των παραγγελιών, που του υποβάλλει ο διανομέας. Άλλες υποχρεώσεις του διανομέα, οι οποίες θα έχουν τη βάση τους είτε στη σύμβαση είτε στην καλή πίστη και τα συναλλακτικά ήθη, είναι η πληροφόρηση του προμηθευτή για θέματα ζήτησης των προϊόντων, της αγοράς που τα προϊόντα διανέμονται, τη διαφήμιση των προϊόντων, των τηρούμενων αποθεμάτων. Μόλις λήξει η σύμβαση εμπορικής διανομής, ενδέχεται ο διανομέας να υποχρεούται να μεταβιβάσει την πελατεία του στον προμηθευτή. Άλλες υποχρεώσεις του προμηθευτή είναι η παροχή πληροφοριών και τεχνογνωσίας στον διανομέα, η συμβολή του –στο πλαίσιο της καλής πίστης– στην προώθηση των προϊόντων, η παροχή προϊόντων χωρίς ελαττώματα, και η υπό προϋποθέσεις επαναγορά των αποθεμάτων μετά τη λήξη της σύμβασης.

Στις συμβάσεις εμπορικής διανομής ενδέχεται να περιλαμβάνονται ρήτρες ελάχιστων αγορών και ελαχίστων πωλήσεων. Ιδίως στις συμβάσεις αποκλειστικής διανομής ενδέχεται να συμφωνούνται ρήτρες ελάχιστης απόδοσης του διανομέα ή πραγματοποίησης ενός ελάχιστου κύκλου εργασιών ετησίως, μέσω των οποίων θα επιδιώκει την επίτευξη ενός στόχου ελάχιστου αριθμού πωλήσεων επί τη βάση των συμφωνηθέντων ποσοτικών ή ποιοτικών κριτηρίων. Αντίστοιχα, μπορεί να συμφωνηθεί, ότι ο διανομέας θα

αγοράζει ορισμένη ποσότητα προϊόντων ή ποσότητα προϊόντων που αντιστοιχεί σε ορισμένο ποσοστό επί του κύκλου εργασιών του προμηθευτή. Με την συμπερίληψη των παραπάνω ρητρών ο διανομέας παρακινείται να αυξάνει διαρκώς τις πωλήσεις ώστε να αποσοβηθεί ο κίνδυνος της μη διάθεσης των προϊόντων, εξασφαλίζοντας παράλληλα στον προμηθευτή κέρδος. Η μη επίτευξη των παραπάνω όρων και ρητρών, μπορεί να αποτελέσει λόγο για έγκυρη καταγγελία της σύμβασης διανομής.

Ειδικότερη μορφή της σύμβασης εμπορικής διανομής αποτελεί η **σύμβαση αποκλειστικής διανομής**, η οποία απορρέει από την αρχή της ελευθερίας των συμβάσεων και της ειδικότερης έκφασής της, που είναι η ελευθερία προσδιορισμού του περιεχομένου τους (άρθρο 361 του Αστικού Κώδικα). Η σύμβαση αυτή αποτελεί ιδιόρρυθμη διαρκή ενοχική σύμβαση εμπορικής συνεργασίας, δυνάμει της οποίας ο προμηθευτής υποχρεώνεται να πωλεί αποκλειστικά στον διανομέα τα αγαθά που έχουν συμφωνηθεί σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή. Επίσης, ο προμηθευτής αναλαμβάνει την υποχρέωση της μη παράδοσης των προϊόντων σε τρίτους ανταγωνιστές του αποκλειστικού διανομέα στη συμφωνημένη γεωγραφική περιοχή διανομής και ο αποκλειστικός διανομέας αναλαμβάνει την υποχρέωση να μη διανέμει ανταγωνιστικά (προς τη δράση του προμηθευτή) προϊόντα στην ίδια περιοχή.

Με τη σύμβαση αποκλειστικής διανομής, ο διανομέας αναλαμβάνει υποχρεώσεις όπως η τήρηση των οδηγιών του παραγωγού σχετικά με τα πωλούμενα προϊόντα, η ύπαρξη προσωπικού που θα αναλαμβάνει την προώθηση των πωλήσεων, η προστασία των συμφερόντων και της φήμης του προμηθευτή, η ύπαρξη των αναγκαίων αποθεμάτων. Μολονότι αναγνωρίζεται στις συμβάσεις αυτές το δικαίωμα καθορισμού των τιμών μεταπώλησης των προϊόντων σε τρίτους, εντούτοις δεν αποκλείεται να έχουν συμφωνηθεί μεταξύ των αντισυμβαλλομένων ανώτατα ή κατώτατα όρια τιμών μεταπώλησης. Σύμφωνα με την παράγραφο 4 του άρθρου 14 του ν. 3557/2007, **οι διατάξεις του ΠΔ 219/1991 εφαρμόζονται αναλογικά και στις συμβάσεις αποκλειστικής διανομής, εφόσον στο πλαίσιο αυτών ο διανομέας ενεργεί ως τμήμα εμπορικής οργάνωσης του προμηθευτή.**

Η λύση της σύμβασης και η αποζημίωση πελατείας: Η σύμβαση εμπορικής διανομής λήγει σύμφωνα με τους όρους και τους τρόπους που έχουν συμφωνηθεί. Ζήτημα ανακύπτει σχετικά με το πότε η καταγγελία της σύμβασης ως λόγος λύσης αυτής θα είναι καταχρηστική. Μία καταγγελία θα θεωρείται καταχρηστική όταν για παράδειγμα ο προμηθευτής προβαίνει σε αυτή χωρίς να βασίζεται σε ουσιώδεις λόγους, όταν ο διανομέας ασκεί επιτυχώς την επιχειρηματική του δράση στο πλαίσιο της σύμβασης, όταν ο διανομέας έχει δημιουργήσει αξιόλογη πελατεία και σημαντική διείσδυση στην αγορά που δραστηριοποιείται ή όταν έχει αναλάβει οικονομικές υποχρεώσεις (χρέη) για την ανάπτυξη του δικτύου διανομής δεδομένης και ικανοποιητικής συνεργασίας μεταξύ των μερών.

Επαρκείς ενδείξεις της ένταξης του διανομέα σε ένα δίκτυο διανομής μπορεί να είναι:

- Η εγκατάσταση στα κτίρια του διανομέα επιγραφών, σημαιών και ενδείξεων οχημάτων του προμηθευτή ή ύπαρξη εκθεσιακού χώρου ή χώρου δοκιμαστικής οδήγησης στις συμβάσεις εμπορικής διανομής οχημάτων,
- Η υποχρέωση διακίνησης των προϊόντων από τον διανομέα αποκλειστικά εντός της συμφωνημένης γεωγραφικής περιοχής,
- Η άμεση πληροφόρηση του προμηθευτή για κάθε νέο πελάτη του διανομέα,
- Η υποχρέωση μη ανταγωνισμού,
- Η παροχή εκπαίδευσης από τον προμηθευτή στους υπαλλήλους του διανομέα,
- Η διαφήμιση των προϊόντων του προμηθευτή με πρωτοβουλία του διανομέα και με δικές του δαπάνες.

Όπως προαναφέρθηκε, το άρθρο 9 του ΠΔ 219/1991 εισήγαγε στο ελληνικό δίκαιο τη δυνατότητα της αποζημίωσης πελατείας, η οποία στοχεύει να εξισορροπήσει τις συνέπειες της κατάστασης που δημιουργήσε η λύση της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας και το οποίο εφαρμόζεται αναλογικά και στη σύμβαση εμπορικής διανομής. Η ανάγκη νομοθετικής πρόβλεψης της δυνατότητας αυτής προέκυψε ακριβώς επειδή λόγω της λύσης της σύμβασης εμπορικής διανομής, ο διανομέας δεν είναι σε θέση να λαμβάνει όφελος από την πελατεία που ο ίδιος μέσα από την επιχειρηματική του δράση και προκειμένου να εκπληρώσει τις συμβατικές του υποχρεώσεις επαύξησε ή δημιούργησε, καθώς χάνει τις προμήθειες που πιθανότητα θα λάμβανε μελλοντικά. Ο προμηθευτής αντίστοιχα, συνεχίζει να επωφελείται παρά τη λύση της σύμβασης από την επαυξημένη ή δημιουργηθείσα πελατεία, και εξαιτίας αυτού του λόγου καλείται να αποζημιώσει τον διανομέα για την πελατεία αυτή. Η αποζημίωση πελατείας λειτουργεί ως αντιστάθμισμα και αντάλλαγμα για τη πελατεία που προήγαγε ή δημιούργησε ο διανομέας στον προμηθευτή και με τη λύση της σύμβασης αυτή παραμένει στον προμηθευτή, ο οποίος θα συνεχίσει να αντλεί οικονομικά οφέλη από αυτή. Η αξίωση για αποζημίωση πελατείας δεν εξαρτάται από την τήρηση του έγγραφου τύπου κατά την κατάρτιση της σύμβασης, συνεπώς δεν επηρεάζει εάν η κατάρτιση της σύμβασης έγινε γραπτώς ή προφορικά.

Ειδικά, ως προς το όφελος που συνεχίζει να αντλεί ο προμηθευτής και μετά τη λύση της σύμβασης, αυτό αποτελείται από:

- Το κέρδος που θα συνεχίσει να λαμβάνει ο προμηθευτής από τις υποθέσεις τις οποίες είτε εισέφερε είτε εξέλιξε σημαντικά ο διανομέας στα πλαίσια της σύμβασης,
- Την αύξηση της υπεραξίας της επιχείρησης λόγω της αύξησης της πελατείας από τις προσπάθειες του διανομέα,
- Τις προμήθειες που θα έπρεπε να καταβάλει στο διανομέα για μελλοντικές παραγγελίες και πλέον εξοικονομεί.

Για τις επιμέρους λεπτομέρειες της αποζημίωσης πελατείας, προς αποφυγή επαναλήψεων, παραπέμπεται στην ανωτέρω ενότητα για την εμπορική αντιπροσωπεία.

1.4. Η σύμβαση δικαιόχρησης (franchising)

Η σύμβαση δικαιόχρησης αποτελεί μία αρρυθμιστη από το νόμο διαρκή διαμεσολαβητική σύμβαση εμπορικής συνεργασίας, δυνάμει της οποίας μία επιχείρηση η οποία καλείται δικαιοπάροχος ή δότης (franchisor), παραχωρεί σε μία άλλη η οποία καλείται δικαιοδόχος ή λήπτης (franchisee), έναντι οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα να εκμεταλλεύεται το αποκαλούμενο «πακέτο» δικαιόχρησης (franchising), με απώτερο σκοπό την πώληση συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών σε άλλους τρίτους οι οποίοι και αποτελούν τους τελικούς χρήστες. Το πακέτο δικαιόχρησης μπορεί να περιλαμβάνει δικαιώματα βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας (λ.χ. δικαιώματα που αφορούν σε εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, κ.ά.). Το συγκεκριμένο είδος σύμβασης απαντάται συχνά μεταξύ μιας μεγάλης συνήθως επιχείρησης, η οποία και αποτελεί τον δικαιοπάροχο (franchisor) και άλλων μικρότερης οικονομικής ισχύος επιχειρηματιών, οι αποτελούν τους δικαιοδόχους (franchisee), συνεπώς συνάπτεται μεταξύ νομικά και οικονομικά ανεξάρτητων επιχειρήσεων.

Ο λόγος που η σύμβαση αυτή είναι συνηθισμένη μεταξύ των ανωτέρω προσώπων είναι διότι οι μεγάλες επιχειρήσεις (franchisor) επιθυμούν να δημιουργήσουν όσο το δυνατόν περισσότερα σημεία πώλησης των προϊόντων (ή υπηρεσιών) τους, εξοικονομώντας δαπάνες εγκατάστασης, ενώ οι μικρότεροι επιχειρηματίες αναμένουν να αποκομίσουν κέρδη που προέρχονται κυρίως εξαιτίας της ισχυρής εμπορικής φήμης, της οργάνωσης και της τεχνογνωσίας του δικαιοδόχου. Η πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό και με αυτή τη μορφή εμπορικής συνεργασίας, αποτελεί μία σημαντική δυνατότητα αποτελεσματικής και οργανωμένης επέκτασης ενός συστήματος δικαιόχρησης είτε εντός της εσωτερικής αγοράς ενός κράτους (εσωτερικό franchising) είτε και εκτός αυτής, σε παγκόσμια κλίμακα, δηλαδή σε αλλοδαπές αγορές.

Η σύμβαση δικαιόχρησης ανήκει και αυτή στις αποκαλούμενες συμβάσεις-πλαίσιο. Επομένως, μέσα από την κύρια σύμβαση δικαιόχρησης παρέχονται οι απαραίτητες κατευθυντήριες γραμμές επί τη βάση των οποίων θα συναφθούν οι επί μέρους εκτελεστικές συμβάσεις, για να επιτευχθούν οι στόχοι της κύριας σύμβασης. Η σύμβαση δικαιόχρησης συνάπτεται στο πλαίσιο της αρχής της ελευθερίας των συμβάσεων (άρθρο 361 ΑΚ), και ως προς τη νομική της φύση, ανήκει στην κατηγορία των μικτών συμβάσεων, καθώς σε αυτή συναντώνται χαρακτηριστικά στοιχεία περισσότερων συμβάσεων, όπως λ.χ. της σύμβασης εντολής (άρθρο 713 επ. ΑΚ), της μίσθωσης προσοδοφόρου αντικείμενου (άρθρο 368 επ. ΑΚ), ή της σύμβασης παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών (άρθρο 648 επ. ΑΚ). Στο περιεχόμενο της σύμβασης ρυθμίζονται οι βασικές υποχρεώσεις των αντισυμβαλλομένων και η εκπλήρωση των επιμέρους υποχρεώσεων ενδέχεται να απαιτεί την κατάρτιση επιμέρους εκτελεστικών συμβάσεων. Ειδικά, ως προς το ζήτημα της υποχρέωσης μη ανταγωνισμού, σημειώνεται ότι όπως και στις συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας και εμπορικής διανομής, εάν δεν υπάρχει σχετική συμφωνία των μερών

(ρήτρα μη ανταγωνισμού), η υποχρέωση μη ανταγωνισμού προκύπτει από τις επιταγές της καλής πίστης (άρθρο 288 ΑΚ) και την ύπαρξη αμοιβαίας εμπιστοσύνης, δεδομένου ότι οι συμβάσεις αυτές θεμελιώνονται κατά κανόνα μακροχρόνια συνεργασία. Στις συναλλαγές η συμβατική ή μετασυμβατική απαγόρευση ανταγωνισμού εντάσσεται στην κύρια σύμβαση δικαιόχρησης, λαμβανομένου υπ' όψιν του γεγονότος ότι οι όροι της κύριας σύμβασης έχουν συχνά προδιατυπωθεί από τον δικαιοπάροχο, ο οποίος συνήθως βρίσκεται σε θέση οικονομικής και διαπραγματευτικής ισχύος. Επειδή η σύμβαση δικαιόχρησης, όπως προαναφέρθηκε, είναι αρρυθμιστη στην ελληνική έννομη τάξη, για όσα ζητήματα ενδεχομένως ανακύψουν, τυγχάνουν εφαρμογής νομοθετήματα που ρυθμίζουν κατά τρόπο ειδικότερο εκφάνσεις της συναλλακτικής ζωής, όπως διατάξεις του Αστικού Κώδικα, το ΠΔ 219/1991 «περί εμπορικών αντιπροσώπων», η νομοθεσία για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού, η νομοθεσία για τον αθέμιτο ανταγωνισμό, η νομοθεσία για τα σήματα, κ.ά.

Βασικές κατηγορίες συμβάσεων δικαιόχρησης: Η συνεργασία και οι μορφές που δύναται να λάβει το franchising μεταξύ των μερών διαμόρφωσε στη συναλλακτική πρακτική δύο κύριες κατηγορίες συμβάσεων, οι οποίες αφορούν τόσο στο εσωτερικό όσο και στο διεθνές franchising, και διακρίνονται: α) βάσει του αντικείμενου και του περιεχομένου τους, β) βάσει του βαθμού ενσωμάτωσης των συμμετεχόντων στο σύστημα και του βαθμού εξάρτησης του δικαιοδόχου.

Στις συμβάσεις δικαιόχρησης που διακρίνονται με βάση το αντικείμενο και το περιεχόμενό τους εντάσσονται:

Το franchising διανομής: Ο δικαιοδόχος πωλεί συγκεκριμένα προϊόντα του δικαιοπαρόχου σε τελικούς καταναλωτές σε κατάστημα, το οποίο φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου και εντάσσεται στο δίκτυο καταστημάτων του τελευταίου. Αυτή η μορφή αποτελεί τη μορφή της δικαιόχρησης που συναντάται με μεγαλύτερη συχνότητα στις συναλλαγές.

Το franchising υπηρεσιών: Ο δικαιοδόχος παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς καταναλωτές κάνοντας χρήση του διακριτικού γνωρίσματος, της εμπορικής επωνυμίας ή του σήματος του δικαιοπαρόχου. Η παροχή των υπηρεσιών του δικαιοδόχου προς τους τελικούς καταναλωτές γίνεται σύμφωνα με τις οδηγίες και τις κατευθύνσεις που δίδονται από τον δικαιοπάροχο.

Το franchising παραγωγής ή βιομηχανικό franchising: Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί στον δικαιοδόχο την άδεια προκειμένου ο τελευταίος να παράγει ή να μεταποιεί με συγκεκριμένο και προκαθορισμένο τρόπο, εμφάνιση και συμπεριφορά ορισμένα προϊόντα τα οποία στη συνέχεια θα μεταπωλεί με το διακριτικό τίτλο και το σήμα του δικαιοπαρόχου.

Στη συναλλακτική πρακτική δεν αποκλείεται το ενδεχόμενο να υπάρξει μικτή μορφή franchising, η οποία θα περιέχει στοιχεία όλων ή κάποιων από τους παραπάνω τύπους δικαιόχρησης.

Στις συμβάσεις δικαιόχρησης που διακρίνονται με βάση το βαθμό ενσωμάτωσης των συμμετεχόντων στο σύστημα και το βαθμό εξάρτησης του δικαιοδόχου εντάσσονται:

Το franchising υπαγωγής: Ο δικαιοπάροχος κατέχει κυρίαρχο ρόλο στο πλαίσιο του συστήματος δικαιόχρησης που ανέπτυξε, ενώ οι δικαιοδόχοι περιορίζονται μόνο στην εκτέλεση των οδηγιών του δικαιοπαρόχου. Συνεπώς, ο δικαιοπάροχος καθορίζει την συνολική επιχειρηματική δράση και των δικαιοδόχων που είναι ενταγμένοι στο σύστημα δικαιόχρησης που δημιούργησε, ενώ οι δικαιοδόχοι συμμορφώνονται στις κατευθύνσεις και τις οδηγίες που τους δίνει, ενώ η όλη δράση τους υπόκειται στο διαρκή έλεγχο του δικαιοπαρόχου.

Το franchising ισότιμης συνεργασίας: Στον συγκεκριμένο τύπο δεν υπάρχει η κυριαρχία του δικαιοπαρόχου, αλλά αντίθετα η συνεργασία των αντισυμβαλλομένων εδράζεται στην μεταξύ τους ισοτιμία. Το στοιχείο της συμμετοχικότητας και της συνεργασίας διέπει τη σχέση του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου, καθώς αποφασίζουν από κοινού για όλα τα θέματα που αφορούν στο δίκτυο δικαιόχρησης και στη λειτουργία αυτού, ενώ αλληλοβοηθούνται σε θέματα της εκπαίδευσης ενώ δεν αποκλείεται και η εξυπηρέτηση πελατών από ένα δικαιοδόχο για λογαριασμό ενός άλλου δικαιοδόχου που είναι ενταγμένος στο δίκτυο. Ο συγκεκριμένος τύπος δικαιόχρησης είναι σπάνιο να συναντηθεί στη συναλλακτική πρακτική.

Η διεθνοποίηση των συναλλαγών και η επακόλουθη άνοδος του διεθνούς franchising γέννησε την ανάγκη ανάπτυξης μεθόδων και μηχανισμών για να διευκολυνθεί και να καταστεί εφικτή η διασύνδεση μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται και είναι εγκατεστημένοι σε διαφορετικές έννομες τάξεις. Οι συνήθεις μέθοδοι και περιπτώσεις διασύνδεσης επιχειρήσεων στο πλαίσιο του διεθνούς franchising είναι:

1. Η περίπτωση κατά την οποία δικαιοπάροχος χορηγεί «κύρια άδεια franchising» (master franchising) σε επιχειρηματία της επιλογής του (master franchisee), δυνάμει της οποίας ο τελευταίος έχει έναντι οικονομικού ανταλλάγματος το αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης του «πακέτου» franchising σε μία συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, προκειμένου να μπορεί να συνάψει επιμέρους συμφωνίες δικαιόχρησης με τρίτες επιχειρήσεις (υπο)δικαιοδόχους, οι οποίες έχουν την εγκατάστασή τους στη χώρα του master franchisee.
2. Η περίπτωση κατά την οποία ο δικαιοπάροχος δίδει απευθείας στους επιμέρους δικαιοδόχους τη δυνατότητα να λειτουργούν ως μέλη του δικτύου από συγκεκριμένη μονάδα εκμετάλλευσης, η οποία βρίσκεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσα στη συμφωνηθείσα (αλλοδαπή) χώρα ανάπτυξης.
3. Η περίπτωση κατά την οποία ο δικαιοπάροχος έχει ιδρύσει στη χώρα που θέλει να επεκτείνει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες θυγατρική εταιρεία, δια της οποίας συνάπτει επιμέρους συμβάσεις franchising με εγχώριες επιχειρήσεις (δικαιοδόχους), ενώ παράλληλα έχει τη δυνατότητα να λειτουργεί στο νέο αυτό δίκτυο και δικά του καταστήματα

4. Η περίπτωση κατά την οποία ο δικαιούχος ιδρύει κοινή επιχείρηση (joint venture) με πρόσωπο το οποίο δραστηριοποιείται στην χώρα στην οποία θέλει να επεκτείνει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες, προκειμένου η συγκεκριμένη (κοινή) εταιρεία σε επόμενο στάδιο να συνάψει είτε συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής (area development agreement) είτε μία κύρια συμφωνία δικαιόχρησης (master franchising) τελικούς χρήστες.
5. Η περίπτωση κατά την οποία ο δικαιούχος έχει συμφωνήσει με τον δικαιούχο να αναλάβει ο τελευταίος βάσει συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος τη δημιουργία και λειτουργία μιας σειράς καταστημάτων σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή και σε συγκεκριμένη χώρα (συμφωνία ανάπτυξης περιοχής - area development agreement).

Η λύση της σύμβασης δικαιόχρησης: Μία σύμβαση δικαιόχρησης ορισμένου χρόνου λυεται μόλις παρέλθει ο συμφωνημένος χρόνος, καθώς επίσης και με έκτακτη καταγγελία από το μέρος εκείνο στο πρόσωπο του οποίου το σχετικό δικαίωμα καταγγελίας (για σπουδαίο λόγο) θεμελιώθηκε, εφόσον η συνέχιση της σύμβασης καθίσταται κατά τρόπο προφανή ασύμφορη για το θιγόμενο μέρος. Σπουδαίοι λόγοι καταγγελίας είναι όσοι αποτελούν υπαίτια παράβαση συμβατικών υποχρεώσεων εκ μέρους ενός συμβαλλομένου ή κάθε άλλο περιστατικό που αντίκειται στα συναλλακτικά ήθη και την καλή πίστη και οδηγεί στον κλονισμό της εμπιστοσύνης μεταξύ των μερών, ώστε η περαιτέρω συνέχιση της εμπορικής τους συνεργασίας να είναι ανέφικτη. Οι συμβάσεις δικαιόχρησης αορίστου χρόνου λύνονται είτε με έκτακτη είτε τακτική καταγγελία.

Η αναλογική εφαρμογή του ΠΔ 219/1991 στη σύμβαση δικαιόχρησης και η δυνατότητα επιδίκασης αποζημίωσης πελατείας: Το ζήτημα της αναλογικής εφαρμογής των διατάξεων του ΠΔ 219/1991 και στις συμβάσεις δικαιόχρησης δεν έχει αντιμετωπισθεί με ενιαίο τρόπο στην ελληνική έννομη τάξη. Ειδικά, για τη δυνατότητα επιδίκασης αποζημίωσης πελατείας, η σχετική αξίωση αναμένεται να προκύπτει πρωτίστως στον τύπο της δικαιόχρησης υπαγωγής.

Από τις διατάξεις του άρθρου 9 του ΠΔ 219/1991 που ρυθμίζουν το ζήτημα της αποζημίωσης πελατείας αναλογικής εφαρμογής μπορεί να τύχουν -τουλάχιστον- στον τύπο της σύμβασης δικαιόχρησης υπαγωγής κατ' αρχήν η διάταξη των παραγράφων 2, 3 και 4. Αρχικά, σύμφωνα και με τα οριζόμενα στην παράγραφο 2 του άρθρου 9, η απώλεια του δικαιώματος αποζημίωσης του λήπτη θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη εάν αυτός δεν ειδοποιήσει εντός της ενιαίας προθεσμίας τον δότη ότι προτίθεται να κάνει χρήση του δικαιώματός του. Επιπλέον, σύμφωνα με την παράγραφο 3 η αποζημίωση δεν θα οφείλεται όταν ο δικαιούχος καταγγείλει τη σύμβαση λόγω υπαιτιότητας του δικαιούχου, η οποία θα δικαιολογούσε καταγγελία της σύμβασης κατά πάντα χρόνο. Επίσης, δεν θα οφείλεται αποζημίωση όταν ο δικαιούχος καταγγέλλει τη σύμβαση, εκτός εάν η λύση αυτή οφείλεται σε υπαιτιότητα του δικαιούχου ή δικαιολογείται από λόγους ηλικίας, σωματικής αδυναμίας ή ασθένειας του λήπτη εξαιτίας των οποίων δεν είναι δυνατό να απαιτηθεί εύλογα από αυτόν η εξακολούθηση της δραστηριότητάς του. Τέλος, δυνάμει της παραγράφου 4 είναι άκυρη εκ των προτέρων παραίτηση του δικαιούχου από το δικαίωμα αυτό.