

تونس: الفرانشيز أحد مفاتيح التشغيل ونجاح المؤسسة

ما تزال ثقافة "الفرانشيز" في تونس غير منتشرة لدى الناس لاسيما لدى الباعثين الجدد وأصحاب الشهادت العليا، الذين يشكون من البطالة وكثير منهم يبحث عن وظيفة قارة ولو براتب بسيط.

ولا يقتصر الأمر على عامة الناس بل وحتى بعض أصحاب المؤسسات أنفسهم يجهلون معنى "الفرانشيز" وبعضهم يعتبرونه تمثيلا تجاريا لا



غير (représentation commerciale).

ويستدعي هذا الموضوع الكثير من الاهتمام لاسيما بعد اعتراف وزارة التجارة بنشاط "الفرانشيز" وأصدرت منشورا (مؤخرا) يعرف ويقنن هذا النشاط، الذي كان مسكوتا عنه وغير خاضع إلى أي إطار قانوني.

وبإمكان هذا النشاط حديث العهد في تونس أن يقلب مسيرة باعث شاب من باحث عن عمل إلى باحث عن عمال في وقت قد يكون قصيرا جدا من خلال الاستفادة من اسم علامة تجارية.

وبمقدور "الفرانشيز" أن يلعب دورا فعالا في إحداث المؤسسات وخلق الوظائف. كما بإمكانه أن يلعب دور الوساطة بين المؤسسات التونسية والأسواق الخارجية، من خلال تصدير علاماتهم ومنتجاتهم أو خدماتهم إلى الخارج، وبالتالي جني مزيد من الأرباح.

وبالتالي وجب على أصحاب الشركات وأصحاب الشهادت العليا والطلبة والتجار وكل من يههم الأمر الاطلاع على الاطار القانوني الذي ينظم هذا القطاع والتعرف على دواليبه للاستفادة من الفرص التي يوفرها نشاط "الفرانشيز".

معنى الفرانشيز

حسب الفصل 14 من قانون تجارة التوزيع يعتبر "الفرانشيز" عقدا يمنح بمقتضاه صاحب تسمية أو علامة تجارية ما حق استغلالها لشخص طبيعي أو معنوي يسمى (المستغل تحت التسمية الأصلية)، وذلك قصد قيامه بتوزيع منتجات أو إسداء خدمات لقاء مقابل مالي محدد.

وهذا يعني ببساطة أن تؤجر شركة ما علامتها التجارية إلى شخص آخر أو شركة أخرى، وذلك لقاء مقابل مبلغ يدفع إليها ونسبة من إجمالي الأرباح.

ويطلق على الشركات الكبرى التي تسند علامتها التجارية إلى شخص آخر أو شركة أخرى تسمية (المرخص - Franchiseur). أما المستفيد من الماركة العالمية فيطلق عليه اسم (المرخص له - Franchisé).

إطار الفرانشيز

لم يكن يوجد في تونس قانون ينظم تجارة "الفرانشيز" أو ما يعرف بعقود الاستغلال تحت علامة تجارية. وبما أن "الفرانشيز" هو عقد بين مالك العلامة ومؤجرها فإنها كانت تخضع مرّة إلى مجلة الالتزامات والعقود ومرّة إلى عقود استغلال العلامات التجارية، ومرّة أخرى إلى قانون المنافسة والأسعار.

ولم تخضع تجارة "الفرانشيز" أو عقود الاستغلال تحت التسمية الأصلية إلى قانون صريح خاصّ بها، إلا حينما جاء القانون عدد 69 المؤرخ في 12 أوت 2009، والذي خصّص بابا كاملا ضمن قانون تجارة التوزيع الجديد (من الفصل 14 إلى 17) لتأطير عقود الاستغلال تحت التسمية الأصلية، وذلك قصد تنظيم تجارة التوزيع وإعادة تأهيل قطاع الخدمات وتعصير اقتصادها ككل.

تمّ صدر بالرائد الرسمي عدد 50 بتاريخ 22 جوان 2010 الأمر عدد 1501 لسنة 2010 المؤرخ في 21 جوان 2010، أمر يتعلق بضبط الشروط الدنيا الواجب توفرها في عقد الإستغلال تحت التسمية الأصلية والقطاعات المعنية بنشاط الفرانشيز (أنقر هنا للاطلاع على الأمر).

صالون الفرانشيز

لنشر ثقافة "الفرانشيز" في تونس بين أصحاب الشركات التونسية والأجنبية وبين التجار والباعثين الجدد والطلبة والاطارات (...) بادرت غرفة التجارة والصناعة بتونس التي يرأسها منير المؤخر بتنظيم أول صالون متوسطي للفرانشيز في ديسمبر 2009، وذلك بعد 5 أشهر من صدور القانون المنظم لهذه التجارة في 12 أوت 2009.

أذاك شارك قرابة 46 عارضا، ورغم أنّ عدد الزوار لم يقع تسجيله بدقة من قبل غرفة التجارة والصناعة بتونس، إلا أنّ الحضور كان لا بأس به حسبما لاحظناه.

وعاودت غرفة تونس هذا العام الكرة، وستقوم بتنظيم الدورة الثانية للصالون المتوسطي للفرانشيز تحت شعار "عقود الاستغلال تحت العلامة الأصلية مساهمة في رفع تحديات التشغيل" بمقر الاتحاد التونسي للصناعة والتجارة، من 01 إلى 03 ديسمبر 2010. والدعوة مفتوحة إلى الجميع!

وسيشترك في هذه الدورة 46 عارضا أيضا من جنسيات مختلفة (تونس، مصر، فرنسا، إسبانيا، إيطاليا، وحتى من الولايات المتحدة الأمريكية).

ويهدف الصالون إلى جمع أصحاب العلامات الأجنبية والمستغلين المستقبليين للعلامة في تونس. كما تهدف هذه التظاهرة إلى اطلاع المشاركين على الإطار التشريعي والمالي والجبائي المنظم لهذا النشاط من خلال ورشات عمل مبرمجة في إطار التظاهرة.

يستمكن المؤسسات التونسية والأجنبية من تشخيص حرفائها المستقبليين وإرساء علاقات دائمة بين صاحب العلامة الأصلية والمستغل للعلامة في اطار علاقة مربحة للطرفين.

يستشارك مغازة "مونبري" (Monoprix) في هذا الصالون. علما أنها كشفت عن عزمها تأجير علاماتها تحت تسمية "مونوبري ميني" (Mini-M) إلى تجار أو الباعثين الجدد التونسيين من أجل ضرب عصفورين بحجر واحد: اقتحام الأحياء السكنية + تشغيل الشباب).

مع الإشارة إلى أنه بإمكان الباعثين الجدد الاستفادة من مصادر التمويل الحكومية مثل بنك التضامن بنك تمويل المؤسسات الصغرى والمتوسطة لتمويل مشاريعهم في هذا الاتجاه.

يهدف هذا الصالون أيضا إلى دفع الشركات التونسية لتسويق علاماتها بالخارج من خلال تأجير ماركاتها. وهذا بالطبع يستدعي إلى كسب معركة الجودة أولا!

تعليق    إرسال

الاصدارات الاخيرة

بيع تذاكر السفر: إير فرونس تعكر صفو مهنيي الأسفار في تونس

ارتفاع أسعار الحبوب في شمال إفريقيا يرجع إلى ضعف الإنتاج

المجلس الاقتصادي الرقمي: أين القطاع الخاص ؟

جراعات جديدة للنهوض بقطاع النقل البحري والجوي

يبدأ المعرض التونسي الليبي الأول للخدمات الصحية