

FREFAȚĂ	7
I. INTRODUCERE.....	11
II. FRANCIZA	13
1. Pilonii francizei.....	14
1.1. Marca francizorului	14
1.1.1. Definiție.....	14
1.1.2. Importanța mărcii francizorului	15
1.2. Know-how-ul francizorului.....	21
1.2.1. Definiție.....	21
1.2.2. Lipsa know-how-ului, indicator al contractului de concesiune exclusivă	30
1.3. Asistența comercială și tehnică oferită de către francizor	32
1.3.1. Asistența inițială	33
1.3.2. Asistența continuă	36
1.3.3. Lipsa asistenței comerciale și tehnice, un indicator al contractului de know-how	39
2. Tipuri de franciză	43
2.1. Franciza în funcție de obiectul de activitate.....	43
2.1.1. Franciza industrială sau de producție	43
2.1.2. Franciza de distribuție	46
2.1.3. Franciza de servicii	52
2.2. Franciza în funcție de organizarea activității rețelei	58
2.2.1. Franciza principală	58

2.2.2. Franciza de stand.....	62
2.2.3. Franciza mixtă.....	63
2.2.4. Franciza financiară	65
3. Contractul de franciză	66
3.1. Particularități ale contractului de franciză	67
3.1.1. Contract intuitu personae.....	67
3.1.2. Contract de colaborare.....	78
3.1.3. Contract care păstrează independența părților.....	83
3.2. Negocierea contractului de franciză.....	89
3.3. Clauze specifice în contractul de franciză	99
3.3.1. Clauza de confidențialitate.....	99
3.3.2. Clauza de neconcurență	107
3.3.3. Clauza de exclusivitate	115
3.3.4. Clauza cu privire la prețurile practicate de rețeaua de franciză	124
III. FRANCIZAREA	132
1. Alegerea produsului	137
2. Testarea francizei.....	139
3. Selectarea francizaților.....	145
4. Selectarea unei rețele de franciză	147
5. Transmiterea know-how-ului.....	150
6. Redevența inițială.....	156
7. Comunicări cu privire la know-how	158
8. Aproximarea membrilor rețelei de franciză.....	160
9. Franciza și comerțul electronic sau e-franciza	169
10. Sfârșitul relațiilor contractuale	173
11. Câteva concluzii asupra aspectelor specifice contractului de franciză.....	176
Index alfabetic selectiv	181