



Π.Μ.Σ.: Ιδιωτικό Διεθνές Δίκαιο & Δίκαιο Διεθνών Συναλλαγών

Μάθημα: Δίκαιο Διεθνών Συναλλαγών

Εισηγήτρια: Μπλερίνα Νέμπια

Ημερομηνία Εισήγησης: 08/06/2026

Θέμα: Εμπορική Αντιπροσωπεία, διαμονή και franchising: Συγκριτική ανάλυση, νομική φύση και πλαίσιο και πρακτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

1. Εισαγωγή

Στο πλαίσιο της σύγχρονης οικονομικής δραστηριότητας και της συνεχούς ανάπτυξης της εμπορικής δράσης, ιδίως λόγω της ανάγκης διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή, ιδίως σε περιοχές απομακρυσμένες από την έδρα του εμπόρου, ιδιαίτερη σημασία αποκτούν οι συμβάσεις διαμεσολάβησης στο εμπόριο. Συμβάσεις όπως η εμπορική αντιπροσωπεία, η διανομή και η δικαιόχρηση συνιστούν καίρια εργαλεία για την προώθηση αγαθών και υπηρεσιών, συμβάλλοντας καθοριστικά στην οργανωμένη και αποδοτική επέκταση των επιχειρήσεων στις αγορές. Στην εργασία εξετάζεται πρωτίστως η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, ως θεμελιώδης μορφή εμπορικής συνεργασίας, η οποία διαθέτει ειδική νομοθετική ρύθμιση και έχει επηρεάσει καθοριστικά την εξέλιξη συγγενών συμβατικών μορφών.

Παράλληλα, εξετάζονται η σύμβαση διανομής και η σύμβαση δικαιόχρησης (franchising), οι οποίες, παρότι δεν ρυθμίζονται πλήρως από ειδικούς κανόνες, αποτελούν σύγχρονες και ιδιαίτερα διαδεδομένες μορφές επιχειρηματικής συνεργασίας. Οι συμβάσεις αυτές ανταποκρίνονται σε διαφοροποιημένες ανάγκες της αγοράς, συνδυάζοντας διαφορετικό βαθμό αυτοτέλειας, οικονομικού κινδύνου και ένταξης στο δίκτυο του επιχειρηματία, και παρουσιάζουν σημαντικό θεωρητικό και πρακτικό ενδιαφέρον ως προς τη νομική τους φύση, το εφαρμοστέο δίκαιο και τις έννομες συνέπειες της λειτουργίας τους.

2. Σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας

Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας ρυθμίζεται από το ΠΔ 219/1991 (όπως τροποποιήθηκε και ισχύει) περί εμπορικών αντιπροσώπων. Το ΠΔ αυτό εισήχθη στην ελληνική έννομη τάξη προκειμένου να προσαρμοσθεί η τελευταία προς τις διατάξεις της Οδηγίας 86/653/ΕΟΚ του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (Ε.Κ.) «για τον συντονισμό των δικαίων των κρατών - μελών όσον αφορά τους εμπορικούς αντιπροσώπους (ανεξαρτήτους επαγγελματίες)»¹.

2.1. Νομική φύση της σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας

Κρατούσα στην θεωρία είναι η άποψη ότι η εμπορική αντιπροσωπεία συνιστά σύμβαση παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών (άρθρο 648 ΑΚ). Ωστόσο, δεν αποκλείεται η συμπληρωματική εφαρμογή διατάξεων που διέπουν την εντολή (άρθρο 713 ΑΚ), εφόσον αυτές ταιριάζουν στη φύση της έννομης σχέσης (π.χ. άρθρο 726 ΑΚ). Αντίθετα, η προσέγγιση που χαρακτηρίζει τη σύμβαση ως «σύμβαση-πλαίσιο» ορθώς απορρίπτεται. Τέλος, επισημαίνεται ότι η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας διέπει την εσωτερική σχέση μεταξύ

¹ Παπαδιαμάντης σε Παμπούκης Χ. (επιμ.), Δίκαιο διεθνών Συναλλαγών, 2010, σ. 610

αντιπροσωπευόμενου και εμπορικού αντιπροσώπου, ενώ ως προς τις εξωτερικές σχέσεις με τους τρίτους, ο εμπορικός αντιπρόσωπος ενεργεί ως άμεσος αντιπρόσωπος, κατά την έννοια των άρθρων 211 επ. ΑΚ.

2.2. Ορισμός εμπορικού αντιπροσώπου βάσει του άρθρου 1 παρ. 2 του Π.Δ. 219/1991.

Ως εμπορικός αντιπρόσωπος θεωρείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που αναλαμβάνει τη διαχείριση των υποθέσεων ενός εμπόρου, διεξάγει διαπραγματεύσεις για λογαριασμό του τελευταίου και, ενδεχομένως, προβαίνει και στη σύναψη συμβάσεων στο όνομά του. Υπό αυτή την έννοια, αποτελεί γνήσιο αντιπρόσωπο κατά το άρθρο 211 του Αστικού Κώδικα. Ο αντιπροσωπευόμενος φέρει τους κινδύνους διοχέτευσης, μεταφοράς, παλαίωσης ή αποθήκευσης του προϊόντος, καθώς και τον κίνδυνο αφερεγγυότητας του πελάτη, εκτός εάν ο αντιπρόσωπος έχει αναλάβει έναντι αυτού ευθύνη «del credere» με την οποία ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει ευθύνη έναντι του αντιπροσωπευόμενου για τη φερεγγυότητα του τρίτου, ιδίως για την καταβολή του τιμήματος από τον αγοραστή των προϊόντων ή υπηρεσιών, ή ευθύνη λόγω ελαττωμάτων του πωληθέντος. Αντίστοιχα, ο εμπορικός αντιπρόσωπος φέρει τον κίνδυνο χαμηλής ζήτησης του προϊόντος, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της αναμενόμενης προμήθειάς του, ενώ η πελατεία που αναπτύσσεται ανήκει στον αντιπροσωπευόμενο.

Αντίστοιχα, ως σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας νοείται η **συμφωνία με την οποία ένας επιχειρηματίας (ο αντιπροσωπευόμενος) αναθέτει, έναντι ανταλλάγματος, σε έναν ανεξάρτητο επιχειρηματία (τον εμπορικό αντιπρόσωπο) να επιδιώκει σε μόνιμη και διαρκή βάση, για ορισμένο ή αόριστο χρόνο, είτε να διαπραγματεύεται στο όνομά του και για λογαριασμό του, την πώληση ή την αγορά εμπορευμάτων, είτε να διαπραγματεύεται και να συνάπτει τις πράξεις αυτές επ' ονόματι και για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου**.

2.3. Νομοθετικό πλαίσιο

Η σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας διέπεται από το ΠΔ 219/1991, το οποίο εκδόθηκε σε **συμμόρφωση με την Οδηγία 86/653/ΕΟΚ του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης**, με την οποία ορίστηκαν η έννοια και οι βασικοί κανόνες που διέπουν τη δράση του εμπορικού αντιπροσώπου σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Πριν από την τροποποίηση του ΠΔ 219/1991 με το άρθρο 14 παρ. 3 του Ν. 3557/2007, απαιτούνταν έγγραφη μορφή της σύμβασης για την εφαρμογή του διατάγματος. Ωστόσο, μετά την τροποποίηση αυτή, το άρθρο 8 παρ. 1 στοιχ. α' προβλέπει ρητά ότι δεν απαιτείται πλέον έγγραφος τύπος. Παρ' όλα αυτά, σύμφωνα με το στοιχ. β' της ίδιας διάταξης, κάθε συμβαλλόμενο μέρος μπορεί να ζητήσει από το άλλο υπογεγραμμένο έγγραφο που να αποτυπώνει το περιεχόμενο της σύμβασης και τυχόν μεταγενέστερες τροποποιήσεις της.

2.4. Είδη αντιπροσώπων

Ο εμπορικός αντιπρόσωπος μπορεί να είναι είτε «**απλός**» είτε «**αποκλειστικός**». Η εντολή του μπορεί να περιορίζεται στη απλώς στη διαμεσολάβηση (αντιπρόσωπος διαμεσολάβησης) ή να επεκτείνεται και στη σύναψη συμβάσεων (αντιπρόσωπος πωλήσεων). Επιπλέον, είναι δυνατόν να χαρακτηρίζεται ως «**γενικός**» ή ως «**υποαντιπρόσωπος**».

Ο **υποαντιπρόσωπος** διορίζεται από τον γενικό αντιπρόσωπο για να δρα είτε στην έδρα του είτε σε άλλες πόλεις εντός της γεωγραφικής περιοχής δραστηριοποίησης του τελευταίου, σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 β' του π.δ. 219/1991. Η υποαντιπροσωπεία εμφανίζεται σε δύο βασικές μορφές: αφενός, όταν ο γενικός αντιπρόσωπος ηγείται ενός δικτύου, του οποίου τα μέλη συνδέονται άμεσα με τον αντιπροσωπευόμενο (λεγόμενη «μη γνήσια υποαντιπροσωπεία»), αφετέρου, όταν υφίστανται δύο διακριτά επίπεδα σχέσεων, μία μεταξύ αντιπροσωπευόμενου και **γενικού αντιπροσώπου («master dealer»)** και μία δεύτερη μεταξύ του γενικού αντιπροσώπου και των μελών του δικτύου («**γνήσια υποαντιπροσωπεία**»).

Στη δεύτερη και συνηθέστερη περίπτωση, ο υποαντιπρόσωπος λειτουργεί ως βοηθός εκπλήρωσης του εμπορικού αντιπροσώπου, διατηρώντας ωστόσο την ιδιότητά του ως εμπόρου. Η δυνατότητα διορισμού υποαντιπροσώπων είναι δυνατή, εκτός αν προβλέπεται διαφορετικά στη σύμβαση αντιπροσωπείας.

2.5. Εφαρμοστέο δίκαιο

Το εφαρμοστέο δίκαιο στην εμπορική αντιπροσωπεία καθορίζεται **βάσει των γενικών διατάξεων, το άρθρο 25 ΑΚ και τον Κανονισμό 593/2008 (Ρώμη Ι)**. Σε διεθνές επίπεδο, συναφείς είναι και οι συμβάσεις της Χάγης (14 Μαρτίου 1978) σχετικά με το εφαρμοστέο δίκαιο στην αντιπροσωπεία, καθώς και της Γενεύης (17 Φεβρουαρίου 1983) για την αντιπροσωπεία στη διεθνή πώληση αγαθών.

Στις διεθνείς σχέσεις, είναι σύνηθες τα μέρη να επιλέγουν αλλοδαπό δίκαιο. Το ζήτημα αυτό εξετάστηκε από το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στην **υπόθεση Ingmar (C-381/98)**, όπου τέθηκε το ερώτημα αν μια τέτοια επιλογή μπορεί να στερήσει τον εμπορικό αντιπρόσωπο από την προστασία που παρέχει η Οδηγία 86/653/ΕΟΚ. Το ΔΕΚ, λαμβάνοντας υπόψη τους στόχους της Οδηγίας, δηλαδή την καθιέρωση ενιαίων όρων ανταγωνισμού και εγκατάστασης στην Ένωση, την προστασία των εμπορικών αντιπροσώπων και την ασφάλεια των συναλλαγών, έκρινε ότι η εφαρμογή των σχετικών διατάξεων εντός της Ένωσης είναι αναγκαία για την επίτευξη αυτών των σκοπών. Ειδικότερα, υπογράμμισε ότι ένας αντιπροσωπευόμενος εγκατεστημένος σε τρίτη χώρα δεν μπορεί να παρακάμπτει τις διατάξεις αυτές απλώς μέσω ρήτρας επιλογής αλλοδαπού δικαίου, όταν ο αντιπρόσωπος δραστηριοποιείται εντός της Ένωσης.

2.6. Υποχρεώσεις των μερών

Κατά το **άρθρο 4 του ΠΔ 219/1991**, ο εμπορικός αντιπρόσωπος οφείλει **να ενεργεί με γνώμονα τα συμφέροντα του αντιπροσωπευόμενου**, να συμμορφώνεται με την **αρχή της καλής πίστης και να επιδεικνύει την δέουσα επιμέλεια κατά τη διαπραγμάτευση και σύναψη των συναλλαγών** και να αποφεύγει κάθε ενέργεια που ενδέχεται να τα θίξει ή να δημιουργήσει σύγκρουση συμφερόντων. Ανάλογα με τις περιστάσεις, μπορεί να υπέχει ειδικότερες υποχρεώσεις, όπως η διατήρηση ελάχιστων αποθεμάτων, η ύπαρξη κατάλληλων εγκαταστάσεων ή μεταφορικών μέσων, καθώς και η αξιοποίηση υποαντιπροσώπων. Παράλληλα, δεσμεύεται από **υποχρέωση εχεμύθειας**. Επιπροσθέτως, απαγορεύεται να ζητεί ή να λαμβάνει από πελάτες χρηματικά ωφελήματα ή «δώρα» ή άλλου είδους αμοιβές. Επιπλέον, υποχρεούται να παρέχει στον αντιπροσωπευόμενο κάθε αναγκαία πληροφορία και να συμμορφώνεται με τις εύλογες υποδείξεις του.

Επιπλέον, μπορεί να δεσμεύεται από **ρήτρα μη ανταγωνισμού**, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά τη λήξη της σύμβασης. Κατά τη διάρκεια της σύμβασης, η υποχρέωση αυτή εκδηλώνεται ως απαγόρευση άσκησης ανταγωνιστικής δραστηριότητας, συνεργασίας με ανταγωνιστικές επιχειρήσεις ή, εφόσον έχει συμφωνηθεί, ως υποχρέωση αποκλειστικής συνεργασίας με τον αντιπροσωπευόμενο.

Μετά τη λήξη της σύμβασης, η ρήτρα ανταγωνισμού είναι έγκυρη εφόσον αφορά συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή δραστηριότητας του αντιπροσώπου ή κατηγορία προϊόντων και δεν υπερβαίνει το ένα έτος μετά τη λύση της σύμβασης (**άρθρο 10**). Ενώ γίνεται δεκτό ότι η ρήτρα μη ανταγωνισμού δεν εφαρμόζεται είτε εν όλω είτε εν μέρει όταν η σύμβαση λύθηκε για σπουδαίο λόγο που οφείλεται σε παραβίαση υποχρεώσεων του αντιπροσωπευόμενου.

Από την άλλη πλευρά, **ο αντιπροσωπευόμενος υποχρεούται να καταβάλλει στον εμπορικό αντιπρόσωπο προμήθεια για πράξεις που συνάπτονται κατά τη διάρκεια της σύμβασης, εφόσον αυτές οφείλονται στη δική του παρέμβαση, ή όταν συνάπτονται με πελάτες που έχει προηγουμένως προσελκύσει, ή όταν αφορούν γεωγραφική περιοχή ή ομάδα πελατών για την οποία είναι υπεύθυνος (άρθρο 6)**. Ελλείψει των ανωτέρω προϋποθέσεων, δικαιούται εύλογη αμοιβή (άρθρο 5). Επιπλέον, ο εμπορικός αντιπρόσωπος διατηρεί δικαίωμα προμήθειας και για συμβάσεις που καταρτίζονται μετά τη λύση της σύμβασης, εφόσον συνδέονται κυρίως με την προηγούμενη δραστηριότητά του ή η σχετική παραγγελία είχε υποβληθεί πριν από τη λύση της σύμβασης.

2.7. Ευθύνη αντιπροσωπευόμενου

Η ευθύνη του εμπορικού αντιπροσώπου διέπεται από τις γενικές διατάξεις του Αστικού Κώδικα. Κατά κανόνα, δεν ευθύνεται για την εκτέλεση των συμβάσεων που συνέβαλε να καταρτιστούν, εκτός αν έχει συμφωνηθεί ρήτρα «del credere». Έναντι τρίτων, ευθύνεται μόνο εφόσον τελέσει αδικοπραξία, οπότε υπέχει ευθύνη από κοινού με τον αντιπροσωπευόμενο (άρθρο 922 ΑΚ). Από την άλλη πλευρά, και ο αντιπροσωπευόμενος υποχρεούται να ενεργεί με καλή πίστη, να υποστηρίζει και να διευκολύνει τον αντιπρόσωπο, καθώς και να του παρέχει τις αναγκαίες πληροφορίες.

2.8. Λύση της σύμβασης αντιπροσωπείας

Στις συμβάσεις ορισμένου χρόνου, η λύση επέρχεται με την πάροδο του συμφωνημένου χρονικού διαστήματος, είτε αυτό είχε εξαρχής οριστεί είτε καθορίστηκε μεταγενέστερα με τροποποίηση. Σε συμβάσεις αορίστου χρόνου, κάθε μέρος μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση είτε τηρώντας ορισμένη προθεσμία (1-6 μήνες αναλόγως τη διάρκεια της σύμβασης), είτε χωρίς τήρηση προθεσμίας, όταν υπάρχει σπουδαίος λόγος ή συμβατική παράβαση (έκτακτη καταγγελία). Σύμφωνα με την παράγραφο 4 του άρθρου 8, η προθεσμία αυξάνεται προοδευτικά από έναν έως έξι μήνες, ανάλογα με τη διάρκεια της σύμβασης, και δεν μπορεί να συμφωνηθεί μικρότερη, αλλά επιτρέπεται μεγαλύτερη. Ως σπουδαίος λόγος καταγγελίας θεωρείται η ύπαρξη έκτακτων περιστάσεων ή η παραβίαση τόσο ουσιωδών συμβατικών υποχρεώσεων, ώστε να καθίσταται μη ανεκτή η συνέχιση της σύμβασης σύμφωνα με την καλή πίστη. Στην έννοια αυτή εντάσσεται και η αυθαίρετη μονομερής τροποποίηση των όρων της σύμβασης, ενώ καταγγελία χωρίς σπουδαίο λόγο μπορεί να θεμελιώσει αντίστοιχο δικαίωμα καταγγελίας και για το άλλο μέρος. Η υπαιτιότητα του αντισυμβαλλομένου δεν αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη συνδρομή σπουδαίου λόγου.

Η λύση και εκκαθάριση νομικού προσώπου, η θέση σε δικαστική συμπαράσταση ή η πτώχευση θεωρούνται κατ' αρχήν σπουδαίοι λόγοι καταγγελίας. Επικρατέστερη εμφανίζεται η άποψη ότι τα γεγονότα αυτά δεν επιφέρουν αυτοδικαίως τη λύση της σύμβασης, καθώς ενδέχεται να συνεχιστεί η εκτέλεσή της. Ωστόσο, κατά το ισχύον δίκαιο (άρθρο 103 Ν. 4738/2020), η πτώχευση συνεπάγεται αυτοδίκαιη λήξη των διαρκών ενοχικών σχέσεων.

Τα μέρη μπορούν να προσδιορίσουν συμβατικά συγκεκριμένα γεγονότα ως σπουδαίους λόγους καταγγελίας, χωρίς όμως να είναι δυνατή η εκ των προτέρων παραίτηση από το σχετικό δικαίωμα. Επιπλέον, η σύμβαση ορισμένου όσο και αορίστου χρόνου μπορούν να λυθούν και με μεταγενέστερη συμφωνία των μερών. Η λύση μπορεί να προκύψει και σιωπηρά, βάσει των άρθρων 173 και 200 ΑΚ, όπως σε περίπτωση μακράς αδράνειας των μερών (π.χ. μη αποστολή ή εκτέλεση παραγγελιών). Τέλος, η σύμβαση μπορεί να λήξει λόγω πλήρωσης διαλυτικής αίρεσης (άρθρο 202 ΑΚ) ή λόγω μη πλήρωσης αναβλητικής αίρεσης (άρθρο 207 παρ. 2 ΑΚ).

2.9. Αποζημίωση Πελατείας

Σύμφωνα με το άρθρο 9, μετά τη λύση της σύμβασης ο εμπορικός αντιπρόσωπος δικαιούται αποζημίωση πελατείας σε κάθε περίπτωση λύσης της σύμβασης (ακόμη και λόγω θανάτου του αντιπροσώπου σύμφωνα με το α. 9 παρ. 1 εδ. β') εφόσον α) συνέβαλε στην προσέλκυση νέων πελατών ή στην αύξηση των συναλλαγών με υφιστάμενους πελάτες και β) ο αντιπροσωπευόμενος εξακολουθεί να αποκομίζει οφέλη από αυτές τις σχέσεις.

Ως νέοι πελάτες εννοούνται αυτοί που αποκτήθηκαν με προσπάθειες του αντιπροσώπου. Η τυχόν μείωση της πελατείας δεν αποτελεί, αφ' εαυτής, λόγο αποκλεισμού της αξίωσης αποζημίωσης πελατείας, εφόσον αποδεικνύεται ότι χωρίς τις προσπάθειες του αντιπροσώπου, οι πωλήσεις θα ήταν ακόμη χαμηλότερες. Κατά την ορθότερη ερμηνεία του άρθρου 9 Π.Δ. 219/1991, για τον υπολογισμό της αποζημίωσης πελατείας λαμβάνονται υπόψη αποκλειστικά «νέοι πελάτες», ήτοι εκείνοι που αποκτήθηκαν χάρη στη δραστηριότητα του εμπορικού αντιπροσώπου. Αντιθέτως, δεν θεωρούνται νέοι οι πελάτες που είχαν ήδη αποκτηθεί από τον αντιπροσωπευόμενο, από προηγούμενο αντιπρόσωπο ή λόγω της προϋφιστάμενης φήμης των προϊόντων, και

συνεπώς δεν προσμετρώνται στη βάση υπολογισμού της αποζημίωσης. Επίσης, η απώλεια πελατείας δεν μπορεί να καταλογίζεται άνευ ετέρου στον αντιπρόσωπο, ιδίως όταν οφείλεται σε λόγους που ανάγονται στον αντιπροσωπευόμενο.

Επιπλέον, η αποζημίωση πρέπει να είναι «δίκαιη», λαμβανομένων υπόψη όλων των περιστάσεων της συγκεκριμένης περίπτωσης, ιδίως δε των προμηθειών που ο αντιπρόσωπος απώλεσε λόγω της λύσης της σύμβασης. Η κρίση περί του δικαίου της αποζημίωσης ανήκει καταρχήν στο δικαστήριο της ουσίας και διαμορφώνεται με συνεκτίμηση παραγόντων όπως η διάρκεια της σύμβασης, η κατανομή των επιχειρηματικών κινδύνων, τα ωφελήματα των μερών και τυχόν συμφωνία ρήτρας μη ανταγωνισμού μετά τη λύση της σύμβασης. Ως προμήθειές νοούνται κατ' αρχήν οι μεικτές απολαβές του αντιπροσώπου, χωρίς αφαίρεση των λειτουργικών εξόδων, εκτός εάν αυτά είναι ασυνήθιστα υψηλά.

Το τελικό ύψος της αποζημίωσης προσδιορίζεται από το δικαστήριο με στάθμιση τριών βασικών παραμέτρων: **(α) των οφελών του αντιπροσωπευόμενου, (β) της απώλειας προμηθειών του αντιπροσώπου και (γ) του δικαίου της αποζημίωσης.** Σε περίπτωση απόκλισης των επιμέρους μεγεθών, προκρίνεται το ποσό που ανταποκρίνεται καλύτερα στην αρχή της δίκαιης αποζημίωσης. Οι σχετικοί ισχυρισμοί πρέπει να προβάλλονται επαρκώς στην αγωγή, χωρίς να απαιτείται πάντως η εξαντλητική παράθεση καταλόγου πελατών ή ο ακριβής ποσοτικός προσδιορισμός των ωφελημάτων, δεδομένου ότι η πλήρωση των προϋποθέσεων της αξίωσης αποτελεί ζήτημα πραγματικό.

Επιπλέον, **η αποζημίωση πελατείας δεν μπορεί να υπερβεί το ανώτατο όριο του άρθρου 9 παρ. 1 β' Π.Δ. 219/1991, ήτοι ποσό ισοδύναμο με τον μέσο ετήσιο όρο των αμοιβών του αντιπροσώπου κατά την τελευταία πενταετία** (ή κατά τη συνολική διάρκεια της σχέσης, αν αυτή ήταν μικρότερη).

Παράλληλα, **διατηρείται αυτοτελώς η αξίωση αποζημίωσης για «περαιτέρω ζημία» κατά τις γενικές διατάξεις του Αστικού Κώδικα, η οποία προϋποθέτει υπαιτιότητα του αντιπροσωπευόμενου και αιτιώδη σύνδεσμο με τη ζημία**, και μπορεί να σωρευθεί με την αποζημίωση πελατείας. Επιπλέον, **απαγορεύεται η εκ των προτέρων παραίτηση του εμπορικού αντιπροσώπου από το δικαίωμα αποζημίωσης πελατείας**, λόγω του αναγκαστικού δικαίου χαρακτήρα της ρύθμισης.

Τέλος, σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 2 και 3 Π.Δ. 219/1991, **η αποζημίωση πελατείας δεν οφείλεται στον αντιπροσωπευόμενο** όταν α) ο αντιπρόσωπος δεν γνωστοποιήσει στον αντιπροσωπευόμενο, εντός ενός έτους από τη λύση της σύμβασης, την πρόθεσή του να ασκήσει το σχετικό δικαίωμα, β) όταν ο αντιπροσωπευόμενος καταγγείλει τη σύμβαση λόγω υπαιτιότητας του εμπορικού αντιπροσώπου, η οποία θα δικαιολογούσε την καταγγελία της σύμβασης οποτεδήποτε, γ) όταν ο εμπορικός αντιπρόσωπος καταγγείλει τη σύμβαση, εκτός εάν η λύση οφείλεται σε υπαιτιότητα του αντιπροσωπευόμενου ή δικαιολογείται από λόγους ηλικίας, σωματικής αδυναμίας ή ασθένειας του εμπορικού αντιπροσώπου, που καθιστούν μη ευλόγως απαιτητή τη συνέχιση της δραστηριότητάς του και δ) όταν, κατόπιν συμφωνίας με τον αντιπροσωπευόμενο, ο εμπορικός αντιπρόσωπος εκχωρήσει σε τρίτο τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας.

ΑΠ 360/2025²: Με την υπ' αριθ. 360/2025 απόφασή του, ο Άρειος Πάγος (Α1' Πολιτικό Τμήμα) απέρριψε αίτηση αναίρεσης κατά απόφασης του Τριμελούς Εφετείου Πατρών, με την οποία είχε απορριφθεί **αγωγή εμπορικού αντιπροσώπου περί επιδικάσεως αποζημίωσης λόγω καταγγελίας σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας.**

Η ένδικη διαφορά αφορούσε σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας ορισμένου χρόνου μεταξύ εταιρειών, η οποία καταγγέλθηκε από την αντιπροσωπευόμενη πριν τη λήξη της, χωρίς τήρηση προθεσμίας (έκτακτη

καταγγελία). Η ενάγουσα αντιπρόσωπος αξιώνει αποζημίωση πελατείας, διαφυγόντα κέρδη και λοιπές αξιώσεις, επικαλούμενη έλλειψη σπουδαίου λόγου καταγγελίας.

Το Εφετείο είχε κρίνει ότι η καταγγελία ήταν έγκυρη και δικαιολογημένη λόγω σπουδαίου λόγου, συνιστάμενου σε σοβαρή αντισυμβατική και αντιδεοντολογική συμπεριφορά της αντιπροσώπου εταιρείας, η οποία, μεταξύ άλλων, προέβη σε αθέμιτη προσέλκυση πελατών της αντιπροσωπευόμενης, σε δυσφημιστική επικοινωνία προς σημαντικό πελάτη και σε μονομερή τιμολόγηση συναλλαγών και είσπραξη ποσών χωρίς συναίνεση της εντολέως.

Κατά το δικαστήριο της ουσίας, οι πράξεις αυτές συνιστούν παραβίαση ουσιωδών συμβατικών υποχρεώσεων και καθιστούν, κατά τα χρηστά συναλλακτικά ήθη και την καλή πίστη, μη ανεκτή τη συνέχιση της σύμβασης, στοιχειοθετώντας σπουδαίο λόγο κατά το άρθρο 8 παρ. 8 Π.Δ. 219/1991. Ως εκ τούτου, αποκλείστηκε η γένεση αξιώσεων αποζημίωσης του άρθρου 9 του Π.Δ. 219/1991.

Ο Άρειος Πάγος έκρινε ότι η προσβαλλόμενη απόφαση του Εφετείου είναι νομίμως και επαρκώς αιτιολογημένη, καθόσον **διέλαβε πλήρεις, σαφείς και μη αντιφατικές αιτιολογίες ως προς τη συνδρομή σπουδαίου λόγου καταγγελίας της σύμβασης**. Περαιτέρω, έκρινε ότι το δικαστήριο της ουσίας **εφάρμοσε ορθά τις διατάξεις των άρθρων 8 και 9 του Π.Δ. 219/1991 περί εμπορικών αντιπροσώπων και δεν υπέπεσε στην πλημμέλεια του άρθρου 559 αριθ. 19 ΚΠολΔ περί έλλειψης νόμιμης βάσης**.

Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι **το Εφετείο έλαβε υπόψη του το σύνολο των νομίμως προσκομισθέντων και επικληθέντων αποδεικτικών μέσων**, ενώ δεν παρέλειψε να αποφανθεί επί κανενός αυτοτελούς αιτήματος της αγωγής, ώστε να στοιχειοθετηθεί η πλημμέλεια του άρθρου 559 αριθ. 9 ΚΠολΔ.

Κατ' ακολουθίαν των ανωτέρω, το Ανώτατο Δικαστήριο επικύρωσε την κρίση του Εφετείου ότι η καταγγελία της σύμβασης ήταν νόμιμη και αιτιολογημένη λόγω υπαιτιότητας της αντιπροσώπου και ότι αυτή στερείται αξιώσεων για αποζημίωση πελατείας ή περαιτέρω ζημίας.

3. Σύμβαση διανομής

Στο σύγχρονο εμπόριο, η προώθηση προϊόντων βασίζεται σε οργανωμένη εμπορική πολιτική και στη διαμόρφωση εμπορικής ταυτότητας (brand), προσαρμοσμένης στις ιδιαιτερότητες κάθε αγοράς. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσονται δίκτυα ανεξάρτητων επιχειρηματιών σε διαδοχικά στάδια (παραγωγός, χονδρέμπορος/εισαγωγέας, διανομέας, υποδιανομέας). Οι σχέσεις μεταξύ τους είναι κατά κανόνα συμβάσεις διανομής, ενίοτε όμως εμφανίζουν μικτό χαρακτήρα με στοιχεία εμπορικής αντιπροσωπείας.

3.1. Η έννοια της σύμβασης διανομής

Ως σύμβαση διανομής **χαρακτηρίζεται η αμοτεροβαρής και διαρκής ενοχική σχέση, στο πλαίσιο της οποίας ένας ανεξάρτητος ενδιάμεσος, ο αποκαλούμενος εξουσιοδοτημένος έμπορος ή διανομέας, αναλαμβάνει την υποχρέωση έναντι του αντισυμβαλλομένου του (του προμηθευτή) να διαθέτει με σταθερό και συνεχή τρόπο τα προϊόντα του, ενεργώντας στο όνομά του και για ίδιο λογαριασμό**.

Η σύμβαση διανομής είναι διαρκής και δεν απαιτείται συγκεκριμένος τύπος για την κατάρτισή της. **Η βασική διαφορά της από τη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας έγκειται στο ότι ο εμπορικός αντιπρόσωπος ενεργεί στο όνομα και για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου, ενώ ο διανομέας ενεργεί για ίδιο λογαριασμό, αναλαμβάνοντας ο ίδιος τον επιχειρηματικό κίνδυνο της εμπορικής δραστηριότητας**, διατηρώντας ωστόσο στενό και διαρκή δεσμό με την οργάνωση και τα συμφέροντα του παραγωγού, στοιχείο που τον διαφοροποιεί από άλλες κατηγορίες ανεξάρτητων εμπόρων, όπως οι χονδρέμποροι. Η σύμβαση διανομής αποτελεί, κατά πάγια νομολογιακή διατύπωση, απόρροια της αρχής της ελευθερίας των συμβάσεων και, ιδίως, της ελευθερίας διαμόρφωσης του περιεχομένου τους, ενώ συνιστά δημιούργημα της σύγχρονης οικονομίας που εξυπηρετεί τις ανάγκες της διεπιχειρησιακής συνεργασίας.

Ο διανομέας είναι ανεξάρτητος έμπορος, ο οποίος απολαμβάνει μεγαλύτερο βαθμό αυτονομίας σε σχέση με τον εμπορικό αντιπρόσωπο. Προβαίνει σε αγορά προϊόντων προς μεταπώληση, βάσει γενικής σύμβασης-πλαισίου. Η σύμβαση αυτή δεν υπάγεται ευθέως στις διατάξεις περί πώλησης (ΑΚ 513 επ.), οι οποίες όμως εφαρμόζονται στις επιμέρους συμβάσεις αγοραπωλησίας που συνάπτονται στο πλαίσιο της.

Ο διανομέας καθορίζει ο ίδιος τις τιμές μεταπώλησης προς τρίτους, αν και ενδέχεται να δεσμεύεται από την ύπαρξη ανώτατων ή, ιδίως σε συστήματα επιλεκτικής διανομής, και κατώτατων τιμών. Το κέρδος του προκύπτει από τη διαφορά τιμής και όχι από προμήθεια, γεγονός που του παρέχει μεγαλύτερη ευελιξία σε σχέση με τον εμπορικό αντιπρόσωπο, του οποίου η αμοιβή συνίσταται σε προσυμφωνημένη προμήθεια.

Η πελατεία που δημιουργείται ανήκει στον διανομέα. Ο ίδιος φέρει σημαντικούς επιχειρηματικούς κινδύνους, όπως ο κίνδυνος μη διάθεσης των προϊόντων, αποθήκευσης, μεταφοράς και παλαίωσης, τους οποίους δεν αναλαμβάνει ο εμπορικός αντιπρόσωπος. Η συμφωνία αποκλειστικότητας υπέρ του διανομέα απαντάται συχνά στην πράξη, χωρίς ωστόσο να αποτελεί αναγκαίο στοιχείο της σύμβασης διανομής.

Η σύμβαση διανομής μπορεί να εμφανίζεται ως **αποκλειστική ή επιλεκτική**. Στην αποκλειστική διανομή, ο διανομέας αποκτά το δικαίωμα αποκλειστικής προώθησης των προϊόντων σε συγκεκριμένη περιοχή, συχνά σε συνδυασμό με υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας. Αντιθέτως, στην επιλεκτική διανομή δεν υφίσταται αποκλειστικότητα, αλλά ο διανομέας εντάσσεται σε δίκτυο βάσει προκαθορισμένων κριτηρίων.

Τέλος, σε αντίθεση με τον εμπορικό αντιπρόσωπο, ο διανομέας δεν υπέχει κατ' αρχήν υποχρέωση μη ανταγωνισμού, εκτός εάν αυτή προβλέπεται συμβατικά, και πάντοτε εντός των ορίων που θέτει το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού.

3.3. Νομική Φύση

Η σύμβαση διανομής αποτελεί διαρκή και, κατά κανόνα, άτυπη σύμβαση, η οποία δεν ρυθμίζεται ειδικά από τη νομοθεσία.

Η νομολογία συχνά χαρακτηρίζει τη σύμβαση διανομής ως «**ιδιόρρυθμη εμπορικού χαρακτήρα συμφωνία συνεργασίας**» (ΑΚ 361), η οποία προσομοιάζει προς τη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας και, ως προς τα ουσιαστικά στοιχεία της, συγκλίνει με αυτήν, αλλά και με τη σύμβαση παραγγελίας. Εντάσσεται, κατά κρατούσα άποψη, στην κατηγορία των συμβάσεων παροχής υπηρεσιών, χωρίς ωστόσο να αποκλείεται πλήρως η παρουσία στοιχείων πώλησης. Ελλείνει ειδικών ρυθμίσεων στον Εμπορικό Νόμο, γίνεται δεκτή η εφαρμογή των διατάξεων περί εντολής του Αστικού Κώδικα.

Άλλες αποφάσεις υπογραμμίζουν τον ιδιότυπο χαρακτήρα της σχέσης αυτής, δίνοντας προβάδισμα στη βούληση των μερών και στα συναλλακτικά ήθη. **Κατά την επικρατέστερη άποψη, η σύμβαση διανομής συνιστά διαρκή μεικτή σύμβαση, η οποία συνδυάζει στοιχεία πώλησης και παροχής ανεξάρτητων υπηρεσιών ή έργου, χωρίς να αποκλείεται, κατά περίπτωση, η αναλογική εφαρμογή των διατάξεων περί εντολής.** Ωστόσο, επικρατεί η άποψη ότι το κυρίαρχο στοιχείο είναι εκείνο της παροχής υπηρεσιών και όχι της πώλησης, δεδομένου ότι η παροχή υπηρεσιών συνιστά τη χαρακτηριστική, μη χρηματική παροχή της σύμβασης³. Συνεπώς, **η σύμβαση χαρακτηρίζεται πρωτίστως ως σύμβαση παροχής υπηρεσιών, με τον διανομέα να λειτουργεί ως παρέχων τις σχετικές υπηρεσίες.**

3.2. Νομοθετικό πλαίσιο της σύμβασης διανομής

Ένα σημαντικό ζήτημα που απασχόλησε τόσο τη νομολογία όσο και τη θεωρία αφορά το εφαρμοστέο νομοθετικό πλαίσιο στη σύμβαση διανομής. Ενόψει της έλλειψης ειδικής νομοθετικής ρύθμισης, η νομολογία παρουσίασε σημαντικές διακυμάνσεις ως προς το εάν και υπό ποιες προϋποθέσεις είναι δυνατή η αναλογική

³ Ορφανίδης Γ., Εμπόριο & Δίκαιο (Δώρημα Καθηγητή Ευάγγελου Περάκη), 2026, σ. 1052

εφαρμογή του **ΠΔ 219/1991**. Στη νομολογία διαμορφώθηκε ήδη πριν από την εισαγωγή του π.δ. 219/1991 η τάση αντιμετώπισης της σύμβασης διανομής κατά τρόπο ανάλογο προς τη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, μέσω της εφαρμογής των διατάξεων περί παραγγελίας του άρθρου 91 ΕμπΝ, οι οποίες παρέπεμπαν στις διατάξεις περί εντολής του Αστικού Κώδικα. Μετά την εισαγωγή του π.δ. 219/1991 και ενόψει της λειτουργικής συγγένειας των δύο συμβατικών μορφών, αναδείχθηκε το ζήτημα της αναλογικής εφαρμογής του και στη σύμβαση διανομής, ιδίως ως προς κρίσιμα ζητήματα όπως η αποζημίωση πελατείας και η προθεσμία καταγγελίας⁴. Η νομολογία εμφανίσθηκε αρχικά ασταθής, πλην όμως σε πολλές περιπτώσεις κατέληξε στην εφαρμογή των σχετικών ρυθμίσεων, αναγνωρίζοντας στον διανομέα αντίστοιχη προστασία με εκείνη του εμπορικού αντιπροσώπου.

Για την αναλογική εφαρμογή του, διαμορφώθηκαν ορισμένα κριτήρια, όπως: α) ο βαθμός ενσωμάτωσης του διανομέα στην επιχειρηματική οργάνωση του προμηθευτή, β) η εξάρτησή του από αυτόν και γ) ο βαθμός ομοιότητας της σύμβασης διανομής με εκείνη της εμπορικής αντιπροσωπείας ως προς τα ουσιώδη χαρακτηριστικά. Με βάση τα κριτήρια αυτά, η νομολογία κατέληγε συχνά στην εφαρμογή του ΠΔ 219/1991 και στις συμβάσεις διανομής, με αποτέλεσμα να αναγνωρίζεται και στον διανομέα δικαίωμα αποζημίωσης πελατείας.

Κρίσιμο σημείο υπήρξε η υπόθεση **«Μαυρωνά» (2004)**, όπου το ΔΕΚ αποφάνθηκε με σχετική «διάταξη», ότι η οδηγία για τους εμπορικούς αντιπροσώπους δεν μπορεί να εφαρμόζεται και σε άλλες περιπτώσεις διαμεσολαβητών, που δεν συνιστούν εμπορική αντιπροσωπεία κατά την έννοια της Οδηγίας. Ωστόσο, δεν απέκλεισε τη δυνατότητα θέσπισης εθνικών κανόνων εμπνευσμένων από την Οδηγία, αφήνοντας ανοιχτό το ενδεχόμενο αναλογικής εφαρμογής του π.δ. 219/1991.

Μετά την έκδοση της εν λόγω διάταξης, η ελληνική νομολογία απέρριψε την αναλογική εφαρμογή, με το επιχείρημα ότι κάθε αναλογική εφαρμογή της Οδηγίας ή του π.δ. 219/1991 σε διαρκείς συμβάσεις παροχής διαμεσολαβητικών υπηρεσιών αντίκειται στην ανάγκη ομοιόμορφης ερμηνείας και εφαρμογής του ενωσιακού δικαίου. Η θέση αυτή, όμως, της ελληνικής νομολογίας δέχθηκε έντονη κριτική, αφού η αναλογική εφαρμογή του π.δ. 219/1991, ως ελληνικού νομοθετήματος, δεν μπορεί να εμποδίζεται, αν οι όροι της αναλογίας επιβάλλουν την εφαρμογή αυτή.

Καθοριστική υπήρξε η απόφαση ΑΠ 139/2006, η οποία δέχθηκε την αναλογική εφαρμογή, στηριζόμενη στην αρχή της ισότητας και της καλής πίστης. Σύμφωνα με αυτήν, κρίσιμα κριτήρια είναι, μεταξύ άλλων:

- η ένταξη του διανομέα στην οργάνωση του παραγωγού,
- η οικονομική εξάρτησή του,
- η συμβολή του στη δημιουργία πελατείας,
- η υποχρέωση μη ανταγωνισμού,
- η γνώση και μεταβίβαση της πελατείας,
- η ομοιότητα της οικονομικής λειτουργίας με την εμπορική αντιπροσωπεία.

Όπως έχει υποστηριχθεί, η απαρίθμηση των προϋποθέσεων αυτών έχει ενδεικτικό και όχι σωρευτικό χαρακτήρα, παρά τη χρήση του συνδέσμου «και». Καθοριστική σημασία αποδίδεται στη συνολική εκτίμηση της συμβατικής σχέσης.

Η νομολογία εξελίχθηκε περαιτέρω. Ενδεικτικά η **απόφαση ΑΠ 42/2015** δέχεται ότι, προκειμένου η σύμβαση διανομής να προσεγγίζει, ως προς το περιεχόμενο και τη λειτουργία της, τη σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας, απαιτείται οι διανομείς να αναλαμβάνουν υποχρεώσεις αντίστοιχες με εκείνες του εμπορικού αντιπροσώπου. Ειδικότερα, οι υποχρεώσεις αυτές περιλαμβάνουν:

⁴ Παπαδιαμάντης σε Παμπούκης Χ. (επιμ.), Δίκαιο διεθνών Συναλλαγών, 2009, σ. 613

- α) την αποχή από ανταγωνιστικές πράξεις σε βάρος του εντολέα, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά τη λήξη της σύμβασης,
- β) την τήρηση επαγγελματικού απορρήτου,
- γ) τη διαρκή και αποκλειστική προώθηση των προϊόντων του εντολέα εντός της συμφωνημένης περιοχής, υπό τον έλεγχό του ως προς την εξέλιξη των πωλήσεων ή των αγορών,
- δ) τη διαφήμιση των προϊόντων, ακόμη και με ίδιες δαπάνες, και
- ε) τη γνωστοποίηση του πελατολογίου στον εντολέα.

Ωστόσο, η απόφαση δεν απαιτεί τη σωρευτική συνδρομή όλων των ανωτέρω προϋποθέσεων. Αντιθέτως, υιοθετεί ένα ευέλικτο σύστημα, κατά το οποίο τα επιμέρους στοιχεία μπορούν να διαφοροποιούνται, ενώ η έλλειψη κάποιου από αυτά δύναται να αναπληρωθεί από την αυξημένη ένταση των λοιπών.

Η νομολογιακή αυτή προσέγγιση οδηγεί στο συμπέρασμα ότι, όταν συντρέχουν οι ανωτέρω συνθήκες, επιβάλλεται η αναλογική εφαρμογή του π.δ. 219/1991, ιδίως ως προς τις διατάξεις που αφορούν την καταγγελία και την αποζημίωση λόγω λύσης της σύμβασης, χωρίς να παρεμποδίζεται από την Οδηγία. Στην περίπτωση αυτή, ως βάση υπολογισμού της αποζημίωσης λαμβάνεται το κέρδος του διανομέα και όχι η προμήθεια.

Επιπλέον, οι διατάξεις του π.δ. 219/1991 που έχουν αναγκαστικό χαρακτήρα διατηρούν, κατ' αρχήν, τη φύση αυτή και κατά την αναλογική εφαρμογή τους στη σύμβαση διανομής. Ωστόσο, τούτο δεν ισχύει απόλυτα, καθώς, εφόσον διαπιστώνεται οικονομική ισοτιμία των συμβαλλομένων μερών, ο αναγκαστικός χαρακτήρας των διατάξεων δύναται να υποχωρεί, επιτρέποντας την υιοθέτηση αντίθετης συμβατικής ρύθμισης.

Εξάλλου, με τις αποφάσεις ΑΠ 103/2012 και ΑΠ 445/2012, το ζήτημα παραπέμφθηκε στην **Ολομέλεια του Αρείου Πάγου**, η οποία, με τις αποφάσεις **15 και 16/2013**, υιοθέτησε την **άποψη της αναλογικής εφαρμογής**. Όπως χαρακτηριστικά επισημάνθηκε, οι αποφάσεις αυτές «σηματοδότησαν το τέλος της αμφισβήτησης» αναφορικά με το ζήτημα αυτό.

Παράλληλα, έχει διαμορφωθεί νομολογία σύμφωνα με την οποία η αναλογική εφαρμογή του π.δ. 219/1991 δεν εκτείνεται έως την εφαρμογή του και σε συμβάσεις επιλεκτικής (μη αποκλειστικής) διανομής. Ωστόσο, ορθότερο είναι να γίνει δεκτό ότι η δυνατότητα αναλογικής εφαρμογής δεν μπορεί να κρίνεται εκ των προτέρων (a priori), αλλά πρέπει να εξετάζεται κατά περίπτωση (ad hoc), με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εκάστοτε συμβατικής σχέσης.

Σημαντική εξέλιξη αποτέλεσε και ο **ν. 3557/2007**, ο οποίος έλυσε νομοθετικά την διχογνωμία, προβλέποντας ρητά την αναλογική εφαρμογή του π.δ. 219/1991 στις συμβάσεις αποκλειστικής διανομής, εφόσον ο διανομέας λειτουργεί ως τμήμα της εμπορικής οργάνωσης του προμηθευτή. Σύμφωνα με το Ωστόσο, η διατύπωση της διάταξης έχει χαρακτηριστεί ασαφής, καθώς αφενός διακρίνει μεταξύ αποκλειστικής και μη αποκλειστικής διανομής, αποκλείοντας κατ' αρχήν τη δεύτερη από την αναλογική εφαρμογή, και αφετέρου θέτει μια επιπλέον, αόριστη προϋπόθεση, ήτοι την ένταξη του διανομέα στην εμπορική οργάνωση του παραγωγού.

Η προϋπόθεση αυτή δημιουργεί ερμηνευτικά προβλήματα, δεδομένου ότι, εκ της φύσεώς του, κάθε διανομέας εντάσσεται λειτουργικά στο δίκτυο διανομής του παραγωγού, συμβάλλοντας ουσιωδώς στην προώθηση των προϊόντων του και ακολουθώντας την επιχειρηματική του πολιτική⁵. Παρά ταύτα, ο διανομέας διαφοροποιείται από τον εμπορικό αντιπρόσωπο, καθόσον συμβάλλεται ο ίδιος με τους πελάτες και

⁵ Παπαδιαμάντης σε Παμπούκης Χ. (επιμ.), Δίκαιο διεθνών Συναλλαγών, 2009, σ. 614

αποκομίζει κέρδος από τη διαφορά τιμής αγοράς και μεταπώλησης, ενώ ο αντιπρόσωπος ενεργεί στο όνομα και για λογαριασμό του εντολέα, λαμβάνοντας προμήθεια.

3.4. Υποχρεώσεις των μερών

Με τη σύμβαση διανομής, **ο διανομέας αναλαμβάνει την υποχρέωση να προμηθεύεται προϊόντα από τον παραγωγό και να τα μεταπωλεί, σε διαρκή και συχνά αποκλειστική βάση, επιδιώκοντας τη διάθεσή τους στις μεγαλύτερες δυνατές ποσότητες.** Αντίστοιχα, **ο παραγωγός υποχρεούται να προμηθεύει τον διανομέα εντός των ορίων των πραγματικών και συμβατικών του δυνατοτήτων, καθώς και σύμφωνα με τον προγραμματισμό των παραγγελιών.**

Οι τιμές αγοράς καθορίζονται, ελλείψει αντίθετης συμφωνίας, κατά δίκαιη κρίση. Τυχόν συμβατική ρήτρα που υποβάλλει τις παραγγελίες του διανομέα στην έγκριση του παραγωγού οριοθετείται από την αρχή της καλής πίστης, ώστε να μην επιτρέπεται αδικαιολόγητη ή συστηματική άρνηση εκτέλεσης παραγγελιών, η οποία θα οδηγούσε σε ματαίωση του επιχειρηματικού σκοπού του διανομέα.

Περαιτέρω, ο διανομέας υπέχει και παρεπόμενες υποχρεώσεις, είτε συμβατικές είτε απορρέουσες από την καλή πίστη, όπως:

- η ενημέρωση του παραγωγού σχετικά με τη ζήτηση και τις συνθήκες της αγοράς,
- η ενημέρωση για τυχόν προσβολές δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας,
- η διάθεση και οργάνωση κατάλληλου προσωπικού,
- η αποχή από ανταγωνιστικές δραστηριότητες,
- η τήρηση επαγγελματικού απορρήτου,
- η ανάπτυξη δικτύου πωλήσεων και η προώθηση/διαφήμιση των προϊόντων,
- η διατήρηση επαρκούς αποθέματος για την ομαλή εξυπηρέτηση της ζήτησης,
- η οργάνωση υπηρεσιών επισκευής και παροχής ανταλλακτικών,
- η συμμόρφωση προς τις οδηγίες του παραγωγού ως προς την εμφάνιση και την ποιότητα των προϊόντων καθώς και
- η τήρηση λοιπών εύλογων υποδείξεων του παραγωγού, στο μέτρο που αυτές εξυπηρετούν τον σκοπό της σύμβασης, δηλαδή την προώθηση των πωλήσεων.

Εν γένει, ο διανομέας οφείλει να προστατεύει και να προάγει τα συμφέροντα του παραγωγού. Μετά τη λήξη της σύμβασης, ενδέχεται να υπέχει υποχρέωση μεταβίβασης της πελατείας στον παραγωγό, είτε κατόπιν ρητής συμφωνίας είτε κατόπιν ερμηνείας, αν και η σύγχρονη επιχειρηματική πρακτική επιτρέπει στον παραγωγό να παρακολουθεί ήδη κατά τη διάρκεια της σύμβασης την εξέλιξη της πελατείας.

Ο παραγωγός υποχρεούται:

- να προμηθεύει τον διανομέα με τα συμφωνημένα προϊόντα, σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης,
- να παρέχει βοήθεια, πληροφορίες και τεχνογνωσία,
- να συνδράμει στην προώθηση των πωλήσεων,
- να διαθέτει προϊόντα κατάλληλης ποιότητας και αρτιότητας,
- ενδεχομένως να παραχωρεί άδεια χρήσης διακριτικών γνωρισμάτων
- και μετά τη λήξη της σύμβασης (υπό προϋποθέσεις), να επαναγοράζει τα αδιάθετα αποθέματα ή/και τα ανταλλακτικά.

Σε περίπτωση σύμβασης αποκλειστικής διανομής, ο παραγωγός υποχρεούται να μην διαθέτει τα προϊόντα του σε τρίτους εντός της συμφωνημένης περιοχής.

3.5. Λύσης της σύμβασης διανομής

Η σύμβαση διανομής λύεται σύμφωνα με τους όρους που έχουν συμφωνηθεί. Η μη ανανέωση σύμβασης ορισμένου χρόνου δεν συνιστά, κατ' αρχήν, καταχρηστική άσκηση δικαιώματος. Επιπλέον, ο θάνατος ή η πτώχευση ενός εκ των μερών (ΑΚ 726) επιφέρουν τη λύση της σύμβασης.

Στις συμβάσεις αορίστου χρόνου είναι δυνατή οποτεδήποτε η τακτική καταγγελία, ακόμη και σιωπηρή. Στις συμβάσεις ορισμένου χρόνου δεν αποκλείεται η καταγγελία για σπουδαίο λόγο (ΑΚ 672, 725), η οποία όμως υπόκειται στον έλεγχο του άρθρου 281 ΑΚ περί καταχρηστικής άσκησης δικαιώματος.

Το ζήτημα της καταχρηστικότητας της καταγγελίας κρίνεται κατά περίπτωση. Καταρχήν, η καταγγελία, ακόμη και αν είναι αιφνίδια, δεν θεωρείται αυτοτελώς καταχρηστική, καθώς αποτελεί ενδεχόμενο σύμφυτο με τη σύμβαση. Ωστόσο, στοιχεία όπως η απουσία σοβαρού λόγου αντικατάστασης του διανομέα, η επιτυχής έως τότε δραστηριότητά του, η δημιουργία σημαντικής πελατείας ή η ανάληψη δανειακών ή άλλων υποχρεώσεων για την ανάπτυξη του δικτύου διανομής, μπορούν να θεμελιώσουν κατάχρηση. Ιδίως σημαντικό στοιχείο αποτελεί και η πραγματοποίηση μη αποσβεσθεισών επενδύσεων, ιδίως όταν αυτές έγιναν κατόπιν απαίτησης του παραγωγού.

Υπό προϋποθέσεις, μπορεί επίσης να επιδικαστεί χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης, εφόσον η καταγγελία έλαβε χώρα υπό προσβλητικές συνθήκες για τον διανομέα. Σε περίπτωση καταχρηστικής καταγγελίας, ο διανομέας δικαιούται αποζημίωση.

Εξάλλου, κατά τη νομολογία, διαδοχικές συμβάσεις ορισμένου χρόνου με ταυτόσημο περιεχόμενο, οι οποίες ανανεώνονται χωρίς ουσιαστική διαπραγμάτευση, μπορεί να θεωρηθούν ότι συνιστούν σύμβαση αορίστου χρόνου.

4. Σύμβαση Δικαιόχρησης (Franchise)

4.1. Ορισμός και κατηγορίες σύμβασης δικαιόχρησης

Η σύμβαση δικαιόχρησης αποτελεί μια διαρκή σύμβαση-πλαίσιο και συγκαταλέγεται στις μικτές συμβάσεις, καθώς συνδυάζει στοιχεία από τη μίσθωση προσοδοφόρου αντικειμένου, την παροχή ανεξάρτητων υπηρεσιών και την εντολή. Σε αντίθεση με τη σύμβαση διανομής, όπου ο διανομέας περιορίζεται στην αγορά και μεταπώληση προϊόντων του παραγωγού, στη σύμβαση δικαιόχρησης ο αντισυμβαλλόμενος αναλαμβάνει την εμπορία και ενδεχομένως και την παραγωγή προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών στο δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό, αξιοποιώντας όμως την τεχνογνωσία, τις μεθόδους, τα διακριτικά γνωρίσματα και τη συνολική επιχειρηματική οργάνωση (όπως η ενιαία διαμόρφωση χώρου) του επιχειρηματία. Ειδικότερα, **το franchising συνιστά μορφή επιχειρηματικής συνεργασίας μεταξύ μιας οργανωμένης και συνήθως μεγαλύτερης επιχείρησης (του δικαιοπαρόχου ή franchisor) και μιας μικρότερης (του δικαιοδόχου ή franchisee).** Στο πλαίσιο αυτής της σχέσης, **ο δικαιοπάροχος παραχωρεί στον δικαιοδόχο, έναντι ανταλλάγματος και υπό την εποπτεία του, το δικαίωμα εκμετάλλευσης ενός συνόλου δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας,** όπως σημάτων, διακριτικών γνωρισμάτων, τεχνογνωσίας, σχεδίων, υποδειγμάτων ή ευρεσιτεχνιών, για συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

Το σύνολο αυτών των δικαιωμάτων και της παρεχόμενης επιχειρηματικής τεχνογνωσίας αποκαλείται «πακέτο δικαιόχρησης» (franchise package).

Το franchising διακρίνεται σε επιμέρους κατηγορίες, ανάλογα με τη φύση της δραστηριότητας που αναπτύσσεται⁶:

⁶ Τριανταφυλλάκης Γ., Εισηγήσεις Εμπορικού Δικαίου, 2009, σ. 84

α) **Franchising διανομής**, όπου ο δικαιοδόχος διαθέτει προϊόντα απευθείας στους τελικούς καταναλωτές μέσω καταστήματος που φέρει τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

β) **Franchising υπηρεσιών**, στο οποίο ο δικαιοδόχος παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες, αξιοποιώντας το εμπορικό όνομα και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του τελευταίου.

γ) **Franchising παραγωγής**, όπου ο δικαιοπάροχος παραχωρεί στον δικαιοδόχο άδεια να παράγει ή να μεταποιεί προϊόντα βάσει των οδηγιών του, με σκοπό τη διάθεση ή μεταπώλησή τους υπό το σήμα του δικαιοπαρόχου.

δ) **Μεικτό franchising**, στο οποίο συνδυάζονται χαρακτηριστικά από περισσότερες μορφές franchising, κυρίως από εκείνες της διανομής και της παροχής υπηρεσιών.

4.2. Νομικό πλαίσιο της Σύμβασης Δικαιόχρησης

Στην ελληνική έννομη τάξη δεν υπάρχει ειδική νομοθετική ρύθμιση για το franchising, ωστόσο, γίνεται δεκτό ότι μπορούν να εφαρμοστούν αναλογικά, είτε οι γενικές διατάξεις (ιδίως τα άρθρα 361, 281 και 288) του Αστικού Κώδικα και οι διατάξεις για τις συμβάσεις των μερών, είτε, υπό προϋποθέσεις, οι διατάξεις του ΠΔ 219/1991 περί εμπορικής αντιπροσωπείας.

4.3. Υποχρεώσεις των μερών

Ο δικαιοπάροχος υποχρεούται να επιτρέπει τη **χρήση των διακριτικών του γνωρισμάτων από τον δικαιοδόχο, να του παρέχει την αναγκαία εκπαίδευση και τεχνογνωσία**, καθώς και να τον καθοδηγεί ως προς τις μεθόδους οργάνωσης και λειτουργίας της επιχείρησης. Παράλληλα, οφείλει να μεριμνά για τον απαραίτητο εξοπλισμό και τη συντήρηση του καταστήματος του δικαιοδόχου.

Από την πλευρά του, ο δικαιοδόχος υποχρεούται καταρχάς **να καταβάλει το αρχικό ποσό ένταξης στο δίκτυο (entry fee) και στη συνέχεια το συμφωνημένο (σε μηνιαία ή τριμηνιαία βάση) ποσοστό επί των εσόδων του (royalties)**. Επιπλέον, **δραστηριοποιείται χρησιμοποιώντας τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου**, οφείλει να τηρεί τις οδηγίες και τις κατευθύνσεις του, να διασφαλίζει ομοιόμορφη εικόνα με τα λοιπά μέλη του δικτύου και δεσμεύεται από υποχρέωση μη ανταγωνισμού.

4.4. Λύση της σύμβασης δικαιόχρησης

Η σύμβαση δικαιόχρησης ορισμένου χρόνου μπορεί να λυθεί με καταγγελία σε περίπτωση ύπαρξης σπουδαίου λόγου, ακόμη και αν αυτός δεν οφείλεται σε υπαιτιότητα κάποιου μέρους. Αντίθετα, **στις συμβάσεις αορίστου χρόνου δεν απαιτείται η συνδρομή σπουδαίου λόγου για την καταγγελία, η οποία όμως υπόκειται στον έλεγχο του άρθρου 281 ΑΚ περί καταχρηστικής άσκησης δικαιώματος**. Η καταγγελία, καταρχήν, δεν συνοδεύεται από υποχρέωση καταβολής αποζημίωσης, εκτός εάν γίνει δεκτή η αναλογική εφαρμογή των διατάξεων που ισχύουν για την εμπορική αντιπροσωπεία (π.δ. 219/1991), άποψη που υποστηρίζεται από σημαντικό μέρος της θεωρίας. Μετά τη λύση της σύμβασης, ο δικαιοδόχος υποχρεούται να διακόψει τη χρήση ή, κατά περίπτωση, να επιστρέψει στον δικαιοπάροχο το παραχωρηθέν «πακέτο» δικαιωμάτων. Επιπλέον, συχνά προβλέπεται το λεγόμενο «σύμφωνο προτίμησης» (pacte de préférence), δυνάμει του οποίου, κατά τη λήξη της σύμβασης, ο δότης έχει το δικαίωμα εξαγοράς της επιχείρησης του λήπτη.

5. Τα πρακτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των συμβάσεων αντιπροσωπείας, διανομής και franchising

Τα διάφορα σχήματα “δικτύου διανομής”, όπως ο εμπορικός αντιπρόσωπος, ο διανομέας και ο λήπτης franchising, παρουσιάζουν στην πράξη σημαντικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τα οποία συνδέονται κυρίως με τον βαθμό ανεξαρτησίας, τον επιχειρηματικό κίνδυνο και την ένταξη στο δίκτυο του επιχειρηματία.

Ο **εμπορικός αντιπρόσωπος** αποτελεί την πλέον «ασφαλή» μορφή ένταξης σε δίκτυο διανομής, καθώς **δρα χωρίς να αναλαμβάνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο της αγοράς και διάθεσης προϊόντων**. Δεν αποκτά κυριότητα επί των εμπορευμάτων, αλλά αμείβεται με προμήθεια, γεγονός που του εξασφαλίζει **σταθερότητα και περιορισμένη οικονομική έκθεση**. Επιπλέον, λειτουργεί στο πλαίσιο οργανωμένου δικτύου, απολαμβάνοντας την υποστήριξη, τη φήμη και την τεχνογνωσία του επιχειρηματία. Ωστόσο, τα πλεονεκτήματα αυτά συνοδεύονται από σημαντικά **μειονεκτήματα**, όπως ο **περιορισμένος βαθμός ανεξαρτησίας, η έντονη οικονομική και οργανωτική εξάρτηση από τον εντολέα, καθώς και το περιορισμένο εύρος κέρδους, το οποίο δεν υπερβαίνει την προκαθορισμένη προμήθεια**.

Αντίθετα, ο **διανομέας** εμφανίζει σαφώς **μεγαλύτερη επιχειρηματική αυτονομία**. Αγοράζει τα προϊόντα και τα μεταπωλεί στο όνομά του και για λογαριασμό του, αποκομίζοντας κέρδος από τη διαφορά τιμής. **Διαμορφώνει ο ίδιος την εμπορική του πολιτική και δημιουργεί δική του πελατεία**, η οποία αποτελεί σημαντικό επιχειρηματικό στοιχείο. Παράλληλα, συχνά απολαμβάνει ορισμένες συμβατικές προστασίες, όπως η αποκλειστικότητα σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Ωστόσο, η ενισχυμένη αυτή ελευθερία συνεπάγεται και αυξημένο επιχειρηματικό κίνδυνο. Ο **διανομέας φέρει τους κινδύνους της μη διάθεσης των προϊόντων, της αποθήκευσης, της μεταφοράς και της τυχόν απαξίωσής τους, ενώ απαιτείται και σημαντική επένδυση κεφαλαίων**. Επιπλέον, παρά την ανεξαρτησία του, εξακολουθεί να είναι ενταγμένος στο δίκτυο του παραγωγού και να δεσμεύεται από συμβατικές υποχρεώσεις, οι οποίες μπορούν να περιορίσουν τη δράση του.

Η **σύμβαση franchising**, τέλος, συνιστά μια ενδιάμεση αλλά ιδιαίτερα σύνθετη μορφή συνεργασίας. Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας, **μια συνήθως μεγάλη και καθιερωμένη επιχείρηση με ισχυρή φήμη στην αγορά επιλέγει, αντί της ίδρυσης υποκαταστημάτων ή θυγατρικών σε νέες αγορές, που θα συνεπαγόταν αυξημένο κόστος και επιχειρηματικό κίνδυνο, να υιοθετήσει το σύστημα franchising**. Έτσι, συνεργάζεται με άλλες, συχνά τοπικές, επιχειρήσεις, στις οποίες μεταβιβάζει την τεχνογνωσία, την οργανωτική της δομή και την εμπειρία της για την παραγωγή ή διάθεση των προϊόντων της.

Από την πλευρά τους, **οι μικρότερες αυτές επιχειρήσεις, διατηρώντας την αυτονομία τους, αποκτούν τη δυνατότητα να διεισδύουν ευκολότερα στην αγορά σε σύγκριση με το αν λειτουργούσαν ανεξάρτητα, αξιοποιώντας τη φήμη και την αναγνωρισιμότητα των προϊόντων του δικαιοπαρόχου**. Επιπλέον, μέσω του «πακέτου» δικαιωμάτων που τους παραχωρείται, εξασφαλίζεται η ομοιομορφία στη λειτουργία των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο δίκτυο, επιτυγχάνεται τυποποίηση, διασφαλίζεται η ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών και, τελικά, επιτυγχάνεται μείωση του κόστους λειτουργίας.

Ωστόσο, **ο λήπτης υποχρεούται να συμμορφώνεται με τις οδηγίες και τα πρότυπα του δικαιοπαρόχου, στερείται ουσιαστικής ελευθερίας στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής του στρατηγικής και επιβαρύνεται με οικονομικές υποχρεώσεις, όπως αρχικά δικαιώματα εισόδου και συνεχείς καταβολές (royalties)**. Επιπλέον, παραμένει εξαρτημένος από τη συνολική εικόνα και λειτουργία του δικτύου, ενώ διατρέχει τον κίνδυνο απώλειας της επένδυσής του σε περίπτωση λύσης της σύμβασης.

6. Συμπεράσματα

Στο πλαίσιο της σύγχρονης οικονομικής δραστηριότητας και της συνεχούς ανάπτυξης της εμπορικής δράσης, ιδιαίτερα λόγω της ανάγκης διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή, ακόμη και σε απομακρυσμένες περιοχές, ιδιαίτερη σημασία αποκτούν οι συμβάσεις διαμεσολάβησης στο εμπόριο. Συμβάσεις όπως η εμπορική αντιπροσωπεία, η διανομή και η δικαιόχρηση αποτελούν βασικά εργαλεία προώθησης αγαθών και υπηρεσιών, συμβάλλοντας στην οργανωμένη και αποτελεσματική ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Ενδεικτικά, **η εμπορική αντιπροσωπεία χαρακτηρίζεται από χαμηλό επιχειρηματικό κίνδυνο αλλά περιορισμένη αυτονομία, η σύμβαση διανομής από αυξημένο βαθμό ανεξαρτησίας σε συνδυασμό με**

υψηλότερο επιχειρηματικό κίνδυνο, ενώ το franchising συνιστά μία ενδιάμεση μορφή συνεργασίας, που συνδυάζει οργανωμένη επιχειρηματική υποστήριξη με περιορισμούς στην ελευθερία δράσης του λήπτη.