

KODEKS DOBRYCH PRAKTYK DLA RYNKU FRANCZYZY – PROJEKT

PREAMBUŁA

Ze względu na rolę jaką franczyza odgrywa we współczesnej gospodarce i mając na względzie, że:

- **FRANCZYZA JEST SPOSOBEM PROWADZENIA BIZNESU**, którego istota polega na tym, że franczyzodawca udziela franczyzobiorcy prawa do korzystania z opracowanego i sprawdzonego w warunkach rynkowych sposobu prowadzenia działalności gospodarczej, zwanego często systemem, w zamian za stosowne wynagrodzenie i zawsze z zastrzeżeniem, że działalność franczyzobiorcy prowadzona jest pod marką franczyzodawcy, ale na własny rachunek i ryzyko franczyzobiorcy jako niezależnego, samodzielnego przedsiębiorcy;
- **FRANCYZOWY MODEL BIZNESOWY ZAKŁADA**, że franczyzobiorcy, działając pod marką franczyzodawcy i zgodnie z zasadami systemu francyzowego, pracują na renomę franczyzodawcy i z tej renomy czerpią dla siebie wymierną korzyść w postaci klientów ufających marce;
- **FRANCYZODAWCY ZDAJĄ SOBIE SPRAWĘ, ŻE W RAMACH UMOWY FRANCZYZY** renomę stworzonej przez siebie marki powierzają w ręce innych osób, co rodzi nowe wyzwania i przesądza o konieczności ścisłej, rzetelnej współpracy z franczyzobiorcami, których działania będą miały bezpośredni wpływ na markę franczyzodawcy;
- **FRANCYZOBIORCY MAJĄ ŚWIADOMOŚĆ**, że ich działania i sposób wykonywania umowy franczyzy mają istotny wpływ na postrzeganie marki przez klientów, a więc mają wpływ nie tylko na ich własny biznes, ale również na biznesy innych franczyzobiorców i franczyzodawcy;
- **WZAJEMNA WSPÓŁPRACA FRANCYZODAWCY I FRANCYZOBIORCÓW** wymaga rzetelnego podejścia do wykonywania obowiązków przez obie strony, prowadzenia stałego dialogu oraz zaufania i wiary we wspólny sukces i że obok dobrego pomysłu na biznes, są to podstawy udanej franczyzy;

Uzgodnienie zestawu dobrych praktyk dla współpracy w ramach franczyzy leży w interesie całego środowiska francyzowego, tak franczyzodawców jak i franczyzobiorców, bez względu na różnice w realizowanych modelach francyzowych. Stworzenie katalogu dobrych praktyk franczyzy i ich przestrzeganie pozwoli na dalszy właściwy rozwój tego modelu biznesowego, który jest źródłem satysfakcji z prowadzonej działalności dla obu stron umowy franczyzy.

Dlatego uczestnicy rynku francyzowego, przedstawiciele Franczyzobiorców i Franczyzodawców,

przyjmują niniejszy Kodeks Dobrych Praktyk dla Rynku Franczyzy.

I. CELE I CHARAKTER KODEKSU

Niniejszy Kodeks został opracowany w wyniku wspólnej inicjatywy przedstawicieli Francyzobiorców i Francyzodawców.

ART. 1 [CEL KODEKSU]

Celem Kodeksu jest określenie dobrych praktyk, zasad i standardów, jakimi powinni kierować się Francyzobiorcy i Francyzodawcy we współpracy w ramach zawartej umowy franczyzy, a także przed jej zawarciem i bezpośrednio po jej rozwiązaniu.

ART. 2 [CHARAKTER POSTANOWIEŃ KODEKSU]

1. Postanowienia Kodeksu nie uzupełniają postanowień umowy franczyzy ani nie stanowią źródła powszechnie obowiązującego prawa.
2. Przystąpienie do Kodeksu i zobowiązanie się do jego stosowania jest dobrowolne.
3. Postanowienia Kodeksu są wiążące dla Sygnatariuszy Kodeksu, którzy przystąpili do Kodeksu w trybie przewidzianym w art. 26 Kodeksu.
4. Przystąpienie do Kodeksu jest równoznaczne z zobowiązaniem się do jego przestrzegania i aktywnego promowania zapisanych w nim standardów.
5. Każdy Sygnatariusz Kodeksu ma prawo powoływać się na fakt przystąpienia do Kodeksu, w tym w szczególności publicznie udostępniać informację o tym, że przestrzega jego postanowień.

ART. 3 [ZAKRES KODEKSU]

Kodeks określa kwestie związane w szczególności z:

- a. nawiązywaniem współpracy pomiędzy Francyzodawcami a kandydatem na Francyzobiorcę,
- b. zasadami wzajemnej współpracy pomiędzy Francyzobiorcą a Francyzodawcą,
- c. zasadami przystępowania do Kodeksu i jego ewentualnego wypowiedzania,
- d. zasadami wprowadzania zmian w Kodeksie,
- e. rozwiązywaniem sporów dotyczących stosowania Kodeksu.

II. DOBRE PRAKTYKI PRZED NAWIĄZANIEM WSPÓŁPRACY

Istotę franczyzy stanowi jednolitość systemu francyzowego, działanie pod wspólną marką, budowanie jej renomy i czerpanie z tej renomy wymiernej korzyści, jaką jest zaufanie klientów.

Relacje pomiędzy Francyzodawcą a Francyzobiorcą jako samodzielnymi przedsiębiorcami, są kształtowane w ramach swobody działalności gospodarczej, określonej w Prawie przedsiębiorców (Konstytucji Biznesu). Strony umowy franczyzy nie stanowią jednostek gospodarczych, które są ze sobą powiązane, ale odrębne podmioty gospodarcze działające pod wspólną marką.

Zarówno Francyzodawca, jak i Francyzobiorca (kandydat na Francyzobiorcę) są samodzielnymi przedsiębiorcami, którzy mogą swobodnie decydować o wyborze swoich partnerów biznesowych. Do podjęcia decyzji o nawiązaniu współpracy francyzowej, kandydat na Francyzobiorcę i Francyzodawca, mogą kierować się dowolnymi, zgodnymi z prawem, kryteriami.

Podstawą modelu francyzowego i jednym z fundamentów społecznej gospodarki rynkowej, jest zasada swobody umów. Ważnym składnikiem tej swobody jest wolność decydowania o tym czy i z kim nawiązać współpracę.

Powyższe zasady powinny być stosowane bez ich nadużywania.

ART. 4 [ZAKAZ WPROWADZANIA W BŁĄD]

Zabronione jest świadome wprowadzanie w błąd drugiej strony przez przekazywanie informacji niezgodnych z prawdą. Zakaz ten obowiązuje jednolicie Francyzodawców, Francyzobiorców oraz kandydatów na Francyzobiorców.

ART. 5 [POUFNOŚĆ]

1. Wszystkie informacje o kandydacie na Francyzobiorcę powinny mieć charakter poufny. Francyzodawca nie powinien ujawniać ich żadnej osobie trzeciej ani wykorzystywać do innych celów niż proces nawiązywania współpracy. Francyzodawca może zobowiązać kandydata na Francyzobiorcę do zachowania poufności określonych informacji związanych z systemem francyzowym, którego dotyczy proces nawiązywania współpracy.
2. Francyzodawca może zastrzec poufność określonych informacji związanych z prowadzoną działalnością, zaś Francyzobiorca powinien zachować poufność wszystkich pozyskanych w związku z procesem nawiązywania współpracy lub w okresie wykonywania umowy franczyzy informacji o:
 - a. systemie franczyzy,
 - b. sytuacji lub planach Francyzodawcy,
 - c. innych Francyzobiorcach.

ART. 6 [OBOWIĄZEK POINFORMOWANIA O ISTOTNYCH OKOLICZNOŚCACH WSPÓŁPRACY]

Przed nawiązaniem współpracy, Francyzodawca ma obowiązek poinformować kandydatów na Francyzobiorców o wszystkich istotnych okolicznościach dotyczących współpracy w ramach umowy franczyzy, z uwzględnieniem warunków jej nawiązania i rozwiązania, w tym stosowanych okresów wypowiedzenia umowy franczyzy. Dotyczy to w szczególności procesu nawiązywania współpracy z kandydatami na Francyzobiorców, którzy nie prowadzili wcześniej działalności gospodarczej.

ART. 7 [PODSTAWOWE ZASADY PROCESU NAWIĄZYWANIA WSPÓŁPRACY]

1. Francyzodawca:
 - a. informuje kandydata na Francyzobiorcę jak przebiega proces nawiązywania współpracy z Francyzobiorcą przed przystąpieniem do tego procesu;
 - b. prowadzi proces nawiązywania współpracy z Francyzobiorcą według zasad stosowanych jednolicie wobec wszystkich kandydatów na Francyzobiorców;
 - c. bez zbędnej zwłoki przekazuje kandydatowi na Francyzobiorcę informacje o zakończeniu procesu oceny, w tym o pozytywnej lub negatywnej ocenie jego kandydatury;
 - d. może oczekiwać od kandydata na Francyzobiorcę:
 - udzielenia rzetelnych informacji o jego doświadczeniu, wykształceniu, stanie majątkowym, aktualnym zaangażowaniu w pracę zawodową lub prowadzenie biznesu oraz ewentualnych sporach sądowych lub postępowaniach administracyjnych, których jest stroną, w zakresie niezbędnym do przeprowadzenia procesu nawiązywania współpracy;
 - odbycia przez kandydata na Francyzobiorcę szkolenia (oferowanego mu przez Francyzodawcę) z pełnym zaangażowaniem wraz z wnikliwą analizą zasad i procedur obowiązujących w systemie francyzowym.
2. Przed nawiązaniem współpracy z Francyzodawcą, kandydat na Francyzobiorcę powinien móc przeprowadzić własną, rzetelną i ostrożną analizę opłacalności biznesu, który zamierza prowadzić w ramach franczyzy. W tym celu kandydat na Francyzobiorcę powinien wnikliwie przeanalizować wszystkie uzyskane od Francyzodawcy informacje, a w razie jakichkolwiek niejasności wystąpić do Francyzodawcy o wyjaśnienie. Kandydat na Francyzobiorcę może w celu podjęcia decyzji o rozpoczęciu współpracy

z Francyzodawcą skorzystać z fachowej pomocy ekspertów, w szczególności z zakresu prawa, finansów i księgowości.

3. Proces nawiązywania współpracy z kandydatem na Francyzobiorcę obejmuje szkolenie zarówno z wiedzy teoretycznej, jak i umiejętności praktycznych kandydata. Oba te elementy powinny być brane pod uwagę przy ocenie kandydatury.

ART. 8 [INFORMACJE O SYSTEMIE FRANCYZOWYM]

1. Francyzodawca przekazuje kandydatowi na Francyzobiorcę wiarygodne informacje o systemie francyzowym. Informacje te powinny pozwolić na dokonanie przez kandydata na Francyzobiorcę rzetelnej oceny tego czy system francyzowy, do którego aplikuje, odpowiada mu w wystarczającym stopniu.
2. W celu umożliwienia kandydatowi na Francyzobiorcę dokonania oceny atrakcyjności danego systemu francyzowego oraz jego predyspozycji do działania w tym systemie, Francyzodawca przedstawia kandydatowi na Francyzobiorcę co najmniej:
 - a. wymogi stawiane kandydatowi na Francyzobiorcę co do doświadczenia, wykształcenia, dyspozycyjności;
 - b. reguły i wymogi operacyjne - w zakresie umożliwiającym rozpoznanie charakteru działalności prowadzonej w ramach systemu franczyzy i wymaganego zaangażowania Francyzobiorcy;
 - c. wymogi, które dotyczą bezpośrednio osoby Francyzobiorcy (np. wymóg osobistego prowadzenia biznesu, ewentualne ograniczenia dotyczące wchodzenia w spółki lub zajmowania się innymi biznesami, w tym prowadzenia w ramach biznesu działalności konkurencyjnej dla Francyzodawcy oraz obowiązek poinformowania Francyzodawcy o ewentualnym prowadzeniu takiej działalności);
 - d. źródła i zasady zaopatrzenia oraz utrzymywania stanów magazynowych;
 - e. model wzajemnych rozliczeń pomiędzy stronami umowy franczyzy, stosowany w systemie francyzowym;
 - f. zasady szkoleń dla Francyzobiorcy i jego personelu oraz zasady ustalania ich kosztów;
 - g. zasady finansowania biznesu (dopuszczalne proporcje kapitału własnego i obcego, np. kredytu) oraz informacje o wymaganych zabezpieczeniach, ewentualnych zmianach kapitałowych lub własnościowych;
 - h. wymogi w zakresie inwestowania przez Francyzobiorcę w lokal, wyposażenie, nowe technologie, zmianę wizerunku lub rozbudowę biznesu;
 - i. zasady odnawiania lub przedłużania umowy franczyzy;
 - j. informację o okresie, na jaki może zostać zawarta umowa franczyzy oraz warunkach jej rozwiązania, w tym stosowanych okresach wypowiedzenia.

ART. 9 [OBOWIĄZEK INFORMACYJNY PO DOKONANIU OCENY KANDYDATA NA FRANCYZOBIORCĘ]

1. Po uzyskaniu przez kandydata na Francyzobiorcę pozytywnej oceny jego kandydatury, przed zawarciem umowy franczyzy, Francyzodawca umożliwi kandydatowi na Francyzobiorcę zapoznanie się z:
 - a. treścią umowy franczyzy, w tym treścią ogólnych warunków, regulaminów, instrukcji lub wytycznych, jeśli są one częścią umowy franczyzy;
 - b. wymaganymi standardami operacyjnymi i sposobami weryfikacji ich przestrzegania;
 - c. źródłami kosztów i przychodów w danym modelu biznesowym, tak aby kandydat na Francyzobiorcę mógł oszacować koszty przyszłej działalności;
 - d. całością opłat francyzowych;
 - e. całością innych wymaganych opłat wiadomych Francyzodawcy;
 - f. całością możliwych do przewidzenia przez Francyzodawcę standardowych kosztów związanych z uruchomieniem działalności w ramach oferowanego systemu francyzowego (np. kosztów budowy lub adaptacji, nabycia wyposażenia, nabycia oznakowania, zakupu stanów magazynowych);

- g. znanymi Francyzodawcy okolicznościami, które w jego ocenie mogą mieć wpływ na przychody z działalności Francyzobiorcy.
2. Informacje, o których mowa w ust. 1, Francyzodawca przekazuje kandydatowi na Francyzobiorcę z odpowiednim wyprzedzeniem, które umożliwia mu niezbędny do decyzji namysł.
3. W przypadku gdy w informacjach, o których mowa w ust. 1, zawarte są dane o charakterze zmiennym (wariantowym lub indywidualnym), powinny być one jednoznacznie oznaczone jako takie.
4. Informacje, o których mowa w ust. 1 oraz wzór umowy franczyzy Francyzodawca udostępnia kandydatowi na Francyzobiorcę na co najmniej 14 dni przed podpisaniem umowy franczyzy, tak aby kandydat na Francyzobiorcę mógł się z nimi zapoznać.

ART. 10 [INFORMACJE DOTYCZĄCE LOKALIZACJI PRZEKAZANE PRZEZ KANDYDATA NA FRANCYZOBIORCĘ]

Jeśli w ramach systemu franczyzowego, którego dotyczy proces nawiązywania współpracy, Francyzobiorca zapewnia lokalizację punktu franczyzowego:

- a. Francyzodawca może oczekiwać od kandydata na Francyzobiorcę udzielenia Francyzodawcy wszystkich niezbędnych, rzetelnych informacji o tej lokalizacji;
- b. Francyzodawca nie powinien samodzielnie rozpoczynać działalności w lokalizacji zaproponowanej przez kandydata na Francyzobiorcę, ani oferować innym Francyzobiorcom tej lokalizacji, jeśli wcześniej lokalizacja ta nie była mu znana. Francyzodawca powinien zachować w poufności informacje dotyczące lokalizacji przekazane mu przez kandydata na Francyzobiorcę, jeśli zastrzegł on ich poufność.

III. WYMAGANIA DOTYCZĄCE UMOWY FRANCZYZY

Umowa franczyzy określa zasady współpracy pomiędzy Francyzodawcą a Francyzobiorcą. Postanowienia umowy franczyzy powinny być sformułowane w sposób możliwie jasny, jednoznaczny i zrozumiały.

ART. 11 [PODSTAWOWE WYMAGANIA DOTYCZĄCE UMOWY FRANCZYZY]

1. Umowa franczyzy powinna być zawierana w formie pisemnej.
2. Umowa franczyzy zawierana z Francyzobiorcą będącym przedsiębiorcą zarejestrowanym w Polsce powinna podlegać prawu polskiemu i jurysdykcji polskich sądów powszechnych lub polskich sądów arbitrażowych.
3. W przypadku gdy umowa franczyzy (zawierana z Francyzobiorcą będącym przedsiębiorcą zarejestrowanym w Polsce) sporządzona jest w kilku wersjach językowych, polska wersja językowa powinna być wersją wiążącą.
4. Treść umowy franczyzy musi być zgodna z przepisami prawa powszechnie obowiązującego.

ART. 12 [ZAKRES UMOWY FRANCZYZY]

Umowa franczyzy zawiera co najmniej:

- a. opis systemu franczyzowego;
- b. precyzyjne określenie praw i obowiązków stron, w tym stawianych Francyzobiorcy wymogów operacyjnych i inwestycyjnych; możliwe jest tu odesłanie do znanych Francyzobiorcy standardów systemu franczyzy;
- c. w przypadku gdy Francyzobiorca ma obowiązek poniesienia określonych nakładów na swój koszt – ich zakres i wartość, albo sposób ich ustalenia w przypadku gdy ich ustalenie w momencie zawierania umowy franczyzy nie jest możliwe;

- d. zasady wprowadzania instrukcji lub wytycznych albo zmian w tym instrukcjach lub wytycznych, jeśli są one częścią umowy franczyzy, w tym przesłanki nabycia przez nie mocy wiążącej strony umowy franczyzy;
- e. jednoznaczne wskazanie czy Franczyzobiorca może zajmować się inną działalnością;
- f. jednoznaczne określenie czy Franczyzobiorcy przysługuje wyłączność czasowa lub terytorialna;
- g. określenie wymogów co do zaangażowania Franczyzobiorcy w działalność marketingową;
- h. określenie wymogów co do podnoszenia przez Franczyzobiorcę kwalifikacji własnych oraz personelu Franczyzobiorcy;
- i. wyraźne mechanizmy rozkładu odpowiedzialności za towar pomiędzy stronami umowy franczyzy, czytelną informację o zakresie, w jakim Franczyzobiorca ma wpływ na asortyment i ceny oraz czytelne zasady odpowiedzialności za naruszenia umowy franczyzy;
- j. zasady i zakres, w jakim Franczyzodawca upoważniony będzie do kontroli wykonywania umowy franczyzy, w tym w zakresie przestrzegania przez Franczyzobiorcę standardów operacyjnych lub obowiązku rzetelnego prowadzenia rozliczeń; zasady te określać mogą wskazane wprost w umowie franczyzy (udostępnione Franczyzobiorcy wraz z projektem umowy franczyzy) procedury systemu franczyzy;
- k. wskazanie wysokości opłat franczyzowych lub stawek opłat i sposobu ich obliczenia, a w przypadku opłat pobieranych według stawki procentowej od przychodu Franczyzobiorcy, jednoznaczne wskazanie podstawy obliczania opłat;
- l. wskazanie innych opłat pobieranych przez Franczyzodawcę lub ponoszonych na rzecz osób trzecich w związku z wykonywaniem franczyzy (np. czynsz za lokal, podatek od nieruchomości, opłata licencyjna);
- m. określenie czasu trwania umowy franczyzy i warunków jej przedłużenia oraz przedterminowego rozwiązania;
- n. określenie warunków ewentualnego zbycia lub przeniesienia franczyzy na rzecz osoby trzeciej, w tym na rzecz osób najbliższych Franczyzobiorcy na wypadek jego śmierci;
- o. zastrzeżenie poufności informacji o systemie franczyzowym, które umożliwiłyby kopiowanie lub imitowanie rozwiązań w nim przyjętych, a także informacji, których ujawnienie mogłoby niekorzystnie wpłynąć na pozycję rynkową Franczyzodawcy lub Franczyzobiorców;
- p. możliwość rozwiązania umowy franczyzy z zachowaniem rozsądnego i proporcjonalnego okresu wypowiedzenia przez każdą ze stron umowy franczyzy, przy czym rozwiązanie współpracy z zachowaniem ustalonego okresu wypowiedzenia nie może być podstawą do nałożenia kar umownych;
- q. sposób i mechanizmy wzajemnych rozliczeń pomiędzy stronami umowy franczyzy oraz zasady ich zmiany, przy czym zmiany dokonywane w sposób niezgodny z tymi zasadami są nieważne;
- r. sformułowanie klauzul o zakazie konkurencji w sposób jasny, rozsądny i proporcjonalny przy uwzględnieniu faktu, że nie powinny obowiązywać dłużej, niż jest to bezwzględnie konieczne.

ART. 13 [KARY UMOWNE OKREŚLONE W UMOWIE FRANCZYZY]

Kary umowne przewidziane w umowie franczyzy muszą być określone w wysokości proporcjonalnej do wagi naruszeń, za które mają być naliczane.

ART. 14 [CZAS TRWANIA I OKRESY WYPOWIEDZENIA UMOWY FRANCZYZY]

1. Umowa franczyzy może być zawarta na czas oznaczony lub nieoznaczony, przy czym w przypadku umów zawartych na czas oznaczony, czas ten powinien być na tyle długi, aby franczyzobiorcy i franczyzodawcy mogli zamortyzować swoje początkowe i późniejsze inwestycje związane z daną franczyzą.
2. Rozwiązanie umowy franczyzy powinno być możliwe z zachowaniem rozsądnego i proporcjonalnego okresu wypowiedzenia, przy czym:
 - a. okres wypowiedzenia powinien być proporcjonalny do:

- czasu trwania umowy, tj. okresu, na jaki umowa została zawarta albo okresu, jaki upłynął od zawarcia umowy, lub
 - skali i charakteru nakładów poniesionych przez każdą ze stron umowy w związku z nawiązaniem współpracy, w tym ewentualnych zobowiązań finansowych zaciągniętych w związku z jej nawiązaniem,
- b. ustalony w umowie franczyzy okres wypowiedzenia powinien odpowiadać uzasadnionym interesom każdej ze stron.
3. Umowa franczyzy zawarta na czas oznaczony powinna przewidywać możliwość jej rozwiązania z ważnych przyczyn przez każdą ze stron umowy, a rozwiązanie umowy z ważnych przyczyn z zachowaniem ustalonego okresu wypowiedzenia nie może być podstawą do nałożenia kar umownych.
 4. Umowa franczyzy w sposób jasny określa zasady zakończenia współpracy pomiędzy Francyzodawcą a Francyzobiorcą oraz zasady wzajemnych rozliczeń po jej zakończeniu.

IV. DOBRA WSPÓŁPRACA STRON UMOWY FRANCZYZY

Dbłość o renomę marki leży we wspólnym interesie Francyzobiorców i Francyzodawcy. Dlatego każda ze stron umowy franczyzy powinna w toku współpracy dbać o renomę marki i powstrzymać się od działań, które mogą zaszkodzić tej marce lub drugiej stronie umowy.

Francyzobiorcy i Francyzodawcy powinni kierować się dobrą wiarą, uczciwością i życzliwością oraz zasadą lojalnej współpracy poprzez terminowe i rzetelne wykonywanie obowiązków, które przyjęli na siebie w ramach zawartej umowy franczyzy.

ART. 15 [KANAŁY KOMUNIKACJI]

1. Francyzodawca tworzy efektywne kanały komunikacji z Francyzobiorcami i zapewnia Francyzobiorcom możliwość stałej konsultacji w sprawach operacyjnych oraz w kwestiach dotyczących marketingu. Informacje o ewentualnych zmianach w systemie francyzowym są przekazywane Francyzobiorcom ze stosownym wyprzedzeniem, umożliwiającym wprowadzenie wymaganych zmian
2. Francyzodawca tworzy – w najwłaściwszej dla systemu francyzowego formie – platformę kooperacji z Francyzobiorcami w celu wymiany spostrzeżeń i poglądów pomiędzy stronami umowy franczyzy, w tym w szczególności w celu zbierania pomysłów i opinii Francyzobiorców, które Francyzodawca może wziąć pod uwagę przy podejmowaniu decyzji co do dalszego rozwoju systemu francyzowego.

ART. 16 [OBOWIĄZEK PRZEKAZYWANIA WIEDZY OPERACYJNEJ]

Francyzodawca organizuje cykliczne szkolenia dla Francyzobiorców lub w innej formie przekazuje Francyzobiorcom niezbędną wiedzę operacyjną, w tym wiedzę dotyczącą:

- a. oferowanych produktów, towarów lub usług;
- b. standardów operacyjnych;
- c. standardów obsługi klientów;
- d. form rozliczeń księgowych i podatkowych.

ART. 17 [DOBRE PRAKTYKI DOTYCZĄCE KONTROLI]

1. Francyzodawca tworzy system kontroli sprawności operacyjnej Francyzobiorców, w ramach którego sprawdza poziom wykszolenia Francyzobiorcy i jego personelu.
2. Kryteria oceny powinny być znane kontrolowanemu Francyzobiorcy i jednoznaczne.
3. Kontrole powinny być wykonywane regularnie, jako zapowiedziane lub niezapowiedziane, a wyniki oceny powinny być niezwłocznie przedstawione kontrolowanemu Francyzobiorcy. W razie potrzeby strony powinny ustalić plan naprawczy.

4. Z uwagi na renomę marki, przedmiotem kontroli może być w szczególności przestrzeganie przez Franczyzobiorcę przepisów prawa powszechnie obowiązującego, w tym przepisów dotyczących zatrudnienia i warunków pracy.

ART. 18 [INFORMOWANIE O ISTOTNYCH ZMIANACH]

Francyzodawca informuje Franczyzobiorców z odpowiednim wyprzedzeniem o planowanych istotnych zmianach dotyczących profilu działalności w ramach modelu franczyzowego.

ART. 19 [OBOWIĄZKI FRANCZYZOBIORCÓW]

W ramach umowy franczyzy Francyzodawca może wymagać od Franczyzobiorcy:

- a. przestrzegania obowiązujących w danym systemie franczyzowym procedur i standardów operacyjnych oraz ustalonych zasad marketingu marki;
- b. przestrzegania wymogów prawa, w szczególności w zakresie zatrudnienia i bezpieczeństwa pracy personelu;
- c. zapewniania należytego poziom wykształcenia personelu;
- d. niezwłocznego dostosowywania swojej działalności do ewentualnych zmian w wymogach systemu franczyzowego,
- e. udostępniania Francyzodawcy wszelkich informacji niezbędnych do weryfikacji prawidłowego wykonywania umowy franczyzy, w tym umożliwiania dostępu do pomieszczeń lub danych operacyjnych, o ile jest to niezbędne dla tego celu;
- f. prowadzenia sprawozdawczości finansowej zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i zasadami wynikającymi z umowy franczyzy, a także bieżącego oceniania rentowności swojego biznesu;
- g. terminowego wywiązywania się z zobowiązań wobec dostawców i personelu.

ART. 20 [ZAKAZ KONKURENCJI]

Francyzodawca może wymagać od Franczyzobiorcy:

- a. niezawierania umowy spółki lub jakichkolwiek innych porozumień dopuszczających osoby trzecie do działalności prowadzonej przez niego w ramach umowy franczyzy;
- b. że w czasie trwania umowy franczyzy oraz po jej rozwiązaniu, przez okres ustalony w umowie franczyzy (jednak nie dłuższy niż rok), nie będzie przystępował do sieci franczyzowej bezpośrednio lub pośrednio konkurencyjnej wobec sieci organizowanej przez Francyzodawcę, ani imitował systemu franczyzowego, z którym zakończył współpracę, w swojej działalności.

ART. 21 [OGRANICZENIA DOTYCZĄCE NAKŁADANIA KAR UMOWNYCH]

Francyzodawca nie może nadużywać tytułu do nakładania kar umownych i innych ryczałtowo liczonych obciążeń dla Franczyzobiorców.

ART. 22 [ODPOWIEDZIALNOŚĆ FRANCYZODAWCY DOTYCZĄCA ZALECEŃ]

W przypadku gdy przeciwko Franczyzobiorcy zostaną skierowane:

- a. roszczenia dotyczące korzystania przez niego – zgodnie z zaleceniami Francyzodawcy – z praw własności intelektualnej, przemysłowej lub z know-how przekazanych mu przez Francyzodawcę, albo
- b. roszczenia lub zarzuty stanowiące skutek ścisłego przestrzegania przez Franczyzobiorcę standardów i procedur operacyjnych (wskazanych przez Francyzodawcę) obowiązujących w danym systemie franczyzowym,

- Francyzodawca zwolni Francyzobiorcę z odpowiedzialności za takie roszczenia, przystąpi do sporu lub pokryje poniesione przez Francyzobiorcę koszty niezbędnej pomocy prawnej.

ART. 23 [ZGŁASZANIE NIEPRAWIDŁOWOŚCI]

1. Francyzobiorca powinien wprowadzić rozwiązania organizacyjne umożliwiające Francyzobiorcom zgłaszanie nieprawidłowości związanych z wykonywaniem zawartych umów franczyzy, w sposób zapewniający odpowiednią poufność i bezpieczeństwo przekazywanych informacji oraz rozpatrywanie otrzymanych zgłoszeń w rozsądnym terminie.
2. Francyzodawca powinien przekazać Francyzobiorcom informację o zasadach i trybie zgłaszania nieprawidłowości, o których mowa w ust. 1.
3. Przed ujawnieniem informacji o nieprawidłowościach związanych z wykonywaniem zawartej umowy Franczyzy w inny sposób, o ile obowiązek jej ujawnienia nie wynika z przepisów powszechnie obowiązującego prawa, Francyzobiorca powinien skorzystać z udostępnianych przez Francyzodawcę kanałów zgłaszania nieprawidłowości.
4. Po otrzymaniu zgłoszenia nieprawidłowości Francyzodawca powinien poinformować Francyzobiorcę co najmniej o przyjęciu zgłoszenia do rozpatrzenia, a także o zakończeniu i wynikach kolejnych etapów jego rozpatrywania.

ART. 24 [SPORY POMIĘDZY STRONAMI UMOWY FRANCZYZY]

Ewentualne spory pomiędzy stronami umowy franczyzy powinny być rozwiązywane w pierwszej kolejności w drodze negocjacji i mediacji.

ART. 25 [TERMIN ROZLICZENIA PO ZAKOŃCZENIU WSPÓŁPRACY]

Francyzodawca po zakończeniu współpracy z Francyzobiorcą powinien dokonać rozliczenia współpracy w rozsądnym terminie, pod warunkiem dostarczenia przez Francyzobiorcę wszelkich dokumentów niezbędnych do dokonania rozliczenia.

V. PRZYSTĄPIENIE DO KODEKSU, WYPOWIEDZENIE KODEKSU, ZMIANY W KODEKSIE

ART. 26 [PRZYSTĄPIENIE DO KODEKSU]

1. Sygnatariuszem Kodeksu mogą być zarówno Francyzodawcy, jak i organizacje zrzeszające Francyzobiorców. Przystąpienie do Kodeksu przez organizację zrzeszającą Francyzobiorców oznacza związanie się Kodeksem wyłącznie przez członków tej organizacji.
2. Obowiązek przestrzegania Kodeksu wiąże jedynie jego Sygnatariuszy.
3. Inne podmioty niż wymienione w ust. 1 mogą stosować postanowienia Kodeksu jako zbiór norm, których dobrowolne przestrzeganie przyczynia się do podnoszenia standardów współpracy stron umowy franczyzy.
4. Skutkiem przystąpienia do Kodeksu przez jedną ze stron umowy franczyzy jest możliwość powoływania się na postanowienia Kodeksu przez drugą stronę umowy franczyzy – w zakresie obowiązków, jakie przyjął na siebie Sygnatariusz w związku z przystąpieniem do Kodeksu.
5. Przystąpienie do Kodeksu następuje przez wypełnienie oświadczenia, którego treść stanowi Załącznik nr 1 do Kodeksu.

ART. 27 [WYPOWIEDZENIE KODEKSU]

Sygnatariusz Kodeksu może wypowiedzieć Kodeks w każdym czasie.

ART. 28 [ZMIANA KODEKSU]

1. Każdy Sygnatariusz Kodeksu może przedstawić propozycję zmian w Kodeksie.
2. Każda zmiana Kodeksu wymaga zgody wszystkich Sygnatariuszy Kodeksu, przy czym każdy Sygnatariusz Kodeksu może zastrzec, że nie będzie związany daną zmianą w Kodeksie (opt-out). Lista zastrzeżeń jest publikowana wraz z tekstem jednolitym Kodeksu.

ART. 29 [DOSTOSOWANIE DO POSTANOWIEŃ KODEKSU]

W terminie 6 miesięcy od dnia przystąpienia do Kodeksu, każdy Sygnatariusz Kodeksu powinien dostosować prowadzoną przez siebie działalność do standardów i zasad wynikających z Kodeksu.

ZAŁĄCZNIK NR 1

OŚWIADCZENIE O PRZYSTĄPIENIU DO KODEKSU DOBRYCH PRAKTYK DLA RYNKU
FRANCZYZY

Podzielając wartości i cele, które legły u podstaw przyjęcia Kodeksu Dobrych Praktyk dla Rynku Franczyzy („Kodeks”), zobowiązując się do przestrzegania wynikających z niego standardów i zasad w ramach wykonywanej działalności gospodarczej oraz do współpracy dla rozwoju i promocji franczyzy w gronie Sygnatariuszy Kodeksu, niniejszym zgodnie z art. 26 Kodeksu składam oświadczenie o przystąpieniu do Kodeksu.

NAZWA PODMIOTU

.....
[firma przedsiębiorcy lub nazwa organizacji]

RODZAJ PODMIOTU

.....
[Franczyzodawca/Organizacja zrzeszająca Francyzobiorców]

DANE PODMIOTU

Zarejestrowany w: [nazwa rejestru]

pod numerem NIP

reprezentowany przez

[imię i nazwisko osób uprawnionych do reprezentacji Sygnatariusza Kodeksu]

MIEJSCOWOŚĆ, DATA, PODPIS

.....
[miejscowość]

.....
[data]

.....
[podpis]