

ETICKÝ KÓDEX FRANCHISINGU

Etický kódex franchisingu Slovenskej franchisingovej asociácie je vypracovaný v súlade s Etickým kódexom franchisingu Európskej franchisingovej federácie.

Európsky etický kódex franchisingu vypracovala Európska franchisingová asociácia (European Franchise Federation – EFF)

Každá národná franchisingová asociácia, ktorá je členom EFF, ho preberá pre svojich členov a zabezpečuje jeho dodržiavanie.

1. DEFINÍCIA FRANCHISINGU

Franchising je marketingový odbytový systém tovarov a/alebo služieb a/alebo technológií, ktorý je založený na úzkej a trvalej spolupráci medzi právne a finančne samostatnými a nezávislými podnikmi, poskytovateľom franchisingu a jeho prijímateľmi. Poskytovateľ franchisingu dáva svojim prijímateľom franchisingu právo a ukladá povinnosť vykonávať činnosť v súlade s jeho franchisingovou koncepciou.

Toto právo oprávňuje a zaväzuje prijímateľa franchisingu za priame alebo nepriame poplatky používať obchodné meno a/alebo obchodnú značku a/alebo značku služieb, know-how (*), obchodné a technické metódy, procedurálny systém a iné práva priemyselného a/alebo duševného vlastníctva poskytovateľa franchisingu, obchodnú a technickú podporu poskytovateľa, v rámci a na základe podmienok uvedených vo franchisingovej zmluve, písomne uzavretej na tento účel obidvoma stranami.

() "Know-how" je súbor nepatentovaných praktických skúseností poskytovateľa, ktorý ich získal a overil vlastnou činnosťou a ktoré sú: dôverné, podstatné a identifikovateľné.*

- "dôverné" znamená, že know-how vo svojej podstate, štruktúre alebo presnom zložení jeho častí nie je všeobecne známe alebo ľahko dostupné pre tretiu osobu; nie je to však ohraničené v tom slova zmysle, že každý komponent know-how by mal byť úplne neznámy alebo nedosiahnuteľný mimo podnikania poskytovateľa franchisingu.

- "podstatné" znamená, že know-how obsahuje informácie dôležité pre predaj tovarov alebo poskytnutie služieb konečným spotrebiteľom, najmä na prezentáciu tovarov na predaj, spracovanie tovarov v súvislosti s poskytovaním služieb, metódy správania k zákazníkom, ako aj na riadenie podniku (administratívu a finančný manažment). Know-how musí byť užitočné pre prijímateľa franchisingu tak, aby sa od uzavretia zmluvy zlepšila jeho konkurenčná schopnosť, a to najmä zvýšením jeho výkonnosti a uľahčením prístupu na nový trh..

- "identifikovateľné" znamená, že know-how musí byť dostatočne podrobne opísané, aby bolo možné overiť, či spĺňa kritérium utajenia a dôležitosti, opis know-how môže byť uvedený vo franchisingovej zmluve alebo v osobitnom dokumente alebo v akejkoľvek inej vhodnej forme.

2. HLAVNÉ ZÁSADY

2.1. Poskytovateľ franchisingu je iniciátorom franchisingového reťazca, zloženého z poskytovateľa franchisingu a jeho jednotlivých prijímateľov franchisingu, s ktorými dlhodobo spolupracuje a podporuje ich.

2.2 Povinnosti poskytovateľa franchisingu

Poskytovateľ franchisingu by mal:

- úspešne podnikateľ aspoň v jednej pilotnej jednotke počas primerane dlhého obdobia, a to už pred začiatkom tvorby franchisingového reťazca
- byť vlastníkom, alebo právoplatným používateľom obchodného mena, ochrannej známky alebo iného zvláštneho označenia svojho reťazca.
- poskytnúť prijímateľovi franchisingu počiatočné zaškolenie a následnú obchodnú a/alebo technickú pomoc počas celej doby platnosti zmluvy

2.3 Povinnosti prijímateľa franchisingu

Prijímateľ franchisingu by mal:

- trvalo usilovať o rozvoj svojho franchisingového podniku a udržiavanie spoločnej identity a dobrej povesti franchisingového reťazca
- umožniť poskytovateľovi franchisingu a/alebo ním povereným subjektom vstup do svojej prevádzky, písomných a iných dokumentov a poskytnúť poskytovateľovi franchisingu preukázateľne pravdivé hospodárske údaje o svojom podniku, aby mu v záujme účinného manažmentu umožnil vyhodnotenie výkonu a hospodárskych výsledkov
- prijímateľ nesmie prezradiť tretím stranám know-how poskytovateľa franchisingu ani počas, ani po skončení franchisingovej zmluvy.

2.4 Povinnosti oboch strán

Obe strany by sa mali snažiť o etické správanie. Poskytovateľ franchisingu by mal písomne oznámiť akékoľvek porušenie zmluvy a v prípade potreby by mal poskytnúť dostatočný čas na nápravu.

Obe strany by sa mali snažiť riešiť názorové rozdiely a spory s dobrou vôľou, poctivou a vecnou komunikáciou a priamym rokovaním.

3. SPRÍSTUPNENIE INFORMÁCIÍ O REŤAZCI, ZÍSKAVANIE NOVÝCH PRIJÍMATEĽOV

- 3.1. Reklama na získanie nových prijímateľov franchisingu by nemala obsahovať dvojzmyselné a zavádzajúce údaje.

- 3.2. Akýkoľvek náborový, reklamný alebo publikačný materiál, obsahujúci priame alebo nepriame údaje o možných budúcich výsledkoch, jeho príjmoch alebo zisku, by mal byť vecný, objektívny, zrozumiteľný a nezavádzajúci.
- 3.3. Aby mohli byť potenciálni prijímatelia franchisingu úplne oboznámení so stavom vecí, mali by dostať kópiu platného etického kódexu ako aj úplnú a presnú písomnú dokumentáciu obsahujúcu všetky informačné materiály o franchisingovom partnerstve, a to už v primeranej lehote pred prijatím a podpisom záväzných dokumentov.
- 3.4. V prípade, že poskytovateľ franchisingu vyžaduje od budúceho prijímateľa franchisingu uzatvorenie zmluvy o budúcej franchisingovej zmluve, mali by sa rešpektovať nasledovné zásady:
 - pred uzavretím akejkoľvek budúcej zmluvy by mal kandidát na prijímateľa franchisingu dostať písomnú informáciu o účele tejto zmluvy a o výške úhrady, ktorú by mal zaplatiť poskytovateľovi, aby pokryl posledné skutočné výdavky poskytovateľa franchisingu, ktoré sa vyskytli a súvisia s obdobím pred uzavretím zmluvy. V prípade, že franchisingová zmluva vstúpi do platnosti, výdavky ktoré prijímateľ zaplatil poskytovateľovi, by mu mali byť vrátené alebo zahrnuté vo franchisingovom poplatku, ktorý má zaplatiť.
 - budúca zmluva by mala obsahovať ustanovenie o dobe platnosti a o podmienkach vypovedania zmluvy.
 - poskytovateľ franchisingu môže do zmluvy uviesť klauzuly na ochranu svojho know-how a identity.

4. VÝBER PRIJÍMATEĽOV FRANCHISINGU

Poskytovateľ franchisingu by mal vybrať a prijať iba tých, ktorí na základe primeraného prieskumu preukázali, že majú dostatočný rozsah základných zručností, vzdelanie, osobné kvality a finančné prostriedky, nutné na zvládnutie franchisingového podnikania.

5. FRANCHISINGOVÁ ZMLUVA

5.1 Franchisingová zmluva by mala byť v súlade s národným právom, právom Európskeho spoločenstva a týmto etickým kódexom.

5.2 Zmluva by mala obsahovať záujmy členov franchisingového reťazca na ochrane priemyselných práv poskytovateľa franchisingu a práv duševného vlastníctva a na udržiavaní spoločnej identity a authority franchisingového reťazca.

Všetky zmluvy a zmluvné dojednania súvisiace s franchisingovým vzťahom sa vypracúvajú v úradnom jazyku krajiny, v ktorej má prijímateľ franchisingu sídlo, alebo ich do tohto jazyka prekladá úradný prekladateľ a podpísané zmluvy sa okamžite odovzdávajú prijímateľovi franchisingu.

5.3 Franchisingová zmluva musí jednoznačne stanoviť príslušné povinnosti a zodpovednosti strán a všetky ďalšie podstatné náležitosti vzájomného vzťahu poskytovateľa a prijímateľa franchisingu.

5.4 Nevyhnutné minimum zmluvných podmienok:

- práva prislúchajúce poskytovateľovi franchisingu
- práva prislúchajúce prijímateľovi franchisingu
- tovar a/alebo služby poskytované jednotlivým prijímateľom franchisingu
- povinnosti poskytovateľa franchisingu
- povinnosti prijímateľa franchisingu
- platobné povinnosti prijímateľa franchisingu
- dĺžka trvania zmluvy, ktorá by mala byť dostatočne dlhá na to, aby umožnila prijímateľom franchisingu amortizáciu ich počiatočných investícií, súvisiacich s franchisingom
- podmienky pre akékoľvek obnovenie zmluvy
- podmienky, podľa ktorých môže individuálny prijímateľ franchisingu predať alebo previesť franchisingové podnikanie a prípadné predkupné práva poskytovateľa franchisingu v tejto veci
- ustanovenia vzťahujúce sa na používanie typických rozlišovacích znakov, obchodného mena, ochranej známky, značky služieb, firemného štítu, loga a iných zvláštnych identifikačných znakov poskytovateľa franchisingu
- právo poskytovateľa franchisingu prispôsobiť franchisingový systém novej alebo zmenenej situácii
- ustanovenie o ukončení zmluvy
- ustanovenie, podľa ktorého sa hmotný a nehmotný majetok patriaci poskytovateľovi franchisingu alebo inému majiteľovi okamžite po skončení platnosti zmluvy vráti

6. ETICKÝ KÓDEX FRANCHISINGU A MASTER- FRANCHISING

Tento etický kódex sa uplatňuje na vzťah medzi poskytovateľom franchisingu a jeho prijímateľmi ako aj na vzťah medzi master-prijímateľom franchisingu a jeho jednotlivými prijímateľmi. Netýka sa vzťahu medzi poskytovateľom franchisingu a jeho master prijímateľmi.

Schválený dňa: VZ SFA 25.11.2009