



EUROPEAN FRANCHISE FEDERATION

Ave. Louise 65/11, B-1050 Bryssel, Belgien tel: 32 (0) 2 520 16 07
info@eff-franchise.com www.eff-franchise.com

ETISKA REGLER FÖR FRANCHISING I EUROPA

INLEDNING

- 1) I inledningen fastställs ändamålet med de etiska reglerna för franchising i Europa som medlemsorganisationer inom European Franchise Federation ("EFF") ska tillämpa i sina respektive länder.
- 2) De **Etiska reglerna för franchising i Europa** ("Koden") är en samling viktiga bestämmelser för hur förhållandet ska regleras mellan en franchisegivare och dess franchisetagare, som utövar verksamhet tillsammans inom ramarna för ett franchisenätverk. De övergripande etiska reglerna som utgör grunden i dessa bestämmelser är lojalitet, d.v.s. ett förhållande mellan franchisegivare och franchisetagare som grundar sig på rättvisa och öppenhet som är egenskaper som bidrar till förtroendet i förhållandet.
- 3) Koden ska tillämpas på alla stadier i franchiseförhållandet, d.v.s. såväl innan avtalet sluts, under avtalets genomförande som efter att avtalet har upphört.
- 4) Koden är franchisebranschens självregleringsregler som finns tillgängliga för alla aktörer inom franchisebranschen i Europa för att de ska kunna få allmän vägledning på området.
- 5) Kodens principer är entydiga och strider inte mot nationella lagar och grundläggande rättigheter inom EU. Den fortlöpande målsättningen med reglerna är att bygga upp en effektivare struktur för franchisebranschen.
- 6) Koden utgör fundamentet i verksamheten som EFFs nationella franchiseorganisationers medlemmar bedriver. Organisationernas respektive medlemsregler, ackreditering samt disciplinära åtgärder måste vara förenliga med standarderna i Koden. Koden i sin helhet är bindande för alla medlemmar i EFF såväl som deras respektive medlemskap. Koden godkänns av alla medlemsorganisationer i EFF och varje organisation åtar sig att främja reglerna, tolka dem och tillämpa dem i sina respektive länder. Varje organisation ansvarar för att säkerställa att Koden är tillgänglig, särskilt för alla som vill komma in i franchisebranschen.

- 7) Nationella franchiseorganisationer som är medlemmar i EFF har möjlighet att göra ett nationellt tillägg till och/eller en tolkning av Koden, såvida tillägget eller tolkningen inte avviker från reglerna eller leder till att Koden misstolkas.
- 8) EFF representerar franchisebranschen i sin helhet vilket, från ett fleraktörsperspektiv sett, innebär att organisationen representerar franchisenätverkens intressen, inkluderat franchisegivares och franchisetagares intressen gentemot offentliga myndigheter, civilsamhället och konsumenter.
- 9) Koden skapades ursprungligen 1972 av viktiga aktörer i Europa som var medlemmar i de organisationer som grundade EFF. Koden återspeglar europeiska franchisegivares och franchisetagares erfarenheter av gott uppförande. Koden sågs över 1992 för att återspegla utvecklingen av franchising på marknaden och uppfylla kraven i samband med utvecklingen av EU:s lagstiftning.
- 10) Koden uppdaterades 2016 för att införliva ytterligare bestämmelser som återspeglar franchisegivares och franchisetagares fortsatta erfarenheter på marknaderna i medlemsorganisationernas länder och för att uppfylla Europeiska kommissionens rekommendationer i frågor som rör självreglering. Koden är ett levande dokument. Omarbetningarna är fortlöpande och återkommande för att Koden alltid ska vara relevant för en bransch i ständig utveckling.
- 11) EFF anser att effektiv självreglering är det bäst anpassade och mest flexibla sättet att reglera den europeiska franchisebranschen, vilket även intygas av EFFs 40 år långa erfarenhet i egenskap av den enda rösten för europeisk franchising. Det är utifrån dessa grunder som franchising har bidragit till att främja självständigt företagande i stor utsträckning, särskilt när det gäller utvecklingen av små och medelstora företag, moderniserad handel samt arbetstillfällen som uppkommer i samband med franchising på den europeiska marknaden.
- 12) EFF är en organisation utan vinstsyfte som grundades 1972. Organisationen är registrerad i Bryssel i Belgien där den har ett permanent sekretariat. EFFs medlemmar utgörs av enskilda ackrediterade nationella franchiseorganisationer från länder som omfattas av de geografiska och institutionella villkoren i EFFs stadgar.
- 13) EFFs viktigaste uppgift är att främja införandet av Koden för att klanderfri och etisk franchising ska kunna utvecklas inom EU.

ETISKA REGLER FÖR FRANCHISING I EUROPA

1. DEFINITION AV FRANCHISING

Franchising är ett system för marknadsföring av varor och/eller tjänster och/eller teknik som grundas på ett nära och fortlöpande samarbete mellan juridiskt och ekonomiskt separata och oberoende företag, d.v.s. franchisegivaren och dess enskilda franchisetagare, genom vilket franchisegivaren ger franchisetagaren rätten och ålägger denna skyldighet att utöva verksamhet enligt franchisegivarens koncept.

Franchisetagaren har rätten och skyldigheten, mot direkt eller indirekt ersättning, att använda franchisegivarens namn och/eller varumärke, och/eller näringskännetecken, know-how, affärsmetoder och teknik, arbetsätt och andra rättigheter som har industriellt eller immateriellt rättsskydd, med stöd av en kontinuerlig kommersiell och teknisk hjälp, inom ramen för och för den tid som anges i ett skriftligt avtal som sluts mellan parterna för detta ändamål.

–**”know-how”** innebär en samling icke-patenterad praktisk information som uppkommit genom franchisegivarens erfarenheter och ansträngningar. Denna information är hemlig, substantiell och identifierad.

–**”hemlig”** innebär att informationen inte är allmänt känd eller lättillgänglig. Den är inte begränsad i den strikta bemärkelse att varje enskild del i informationen ska vara helt okänd eller helt otillgänglig utanför franchisegivarens verksamhet.

–**”substantiell”** innebär att informationen är väsentlig och användbar för franchisetagaren vid användning, försäljning eller återförsäljning av varorna eller tjänsterna som omfattas av avtalet.

–**”identifierad”** innebär att informationen måste beskrivas på ett så omfattande sätt som möjligt så att det går att kontrollera att den uppfyller kriterierna för sekretess och betydelsen.

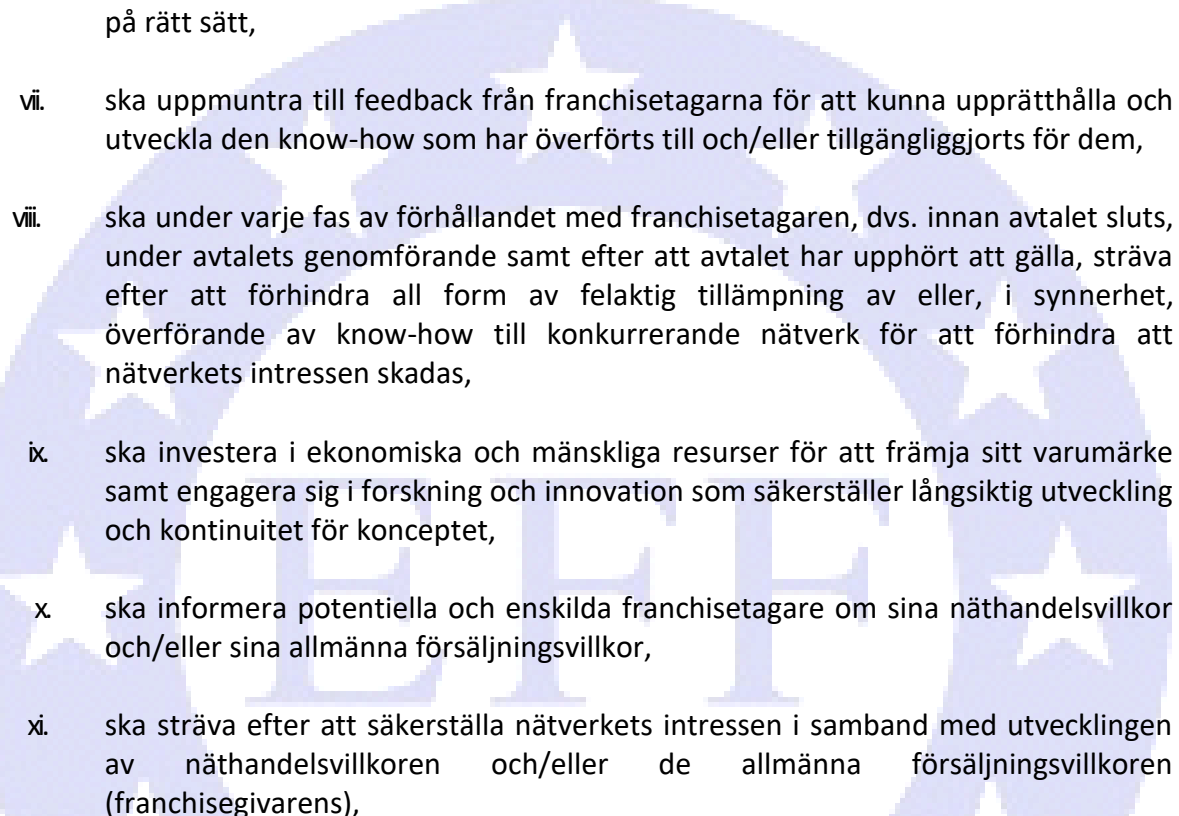
2. VÄGLEDANDE PRINCIPER

2.1 Franchisegivaren är initiativtagare till och den långsiktiga förvaltaren av ett franchisenätverk som består av franchisegivaren och dess respektive franchisetagare på en marknad.

2.2 Franchisegivarens åtaganden är följande:

Franchisegivaren

- i ska ha bedrivit ett affärskoncept med framgång på den berörda marknaden i minst ett år och i minst en pilotenhet innan denne startar sitt franchisenätverk på marknaden ifråga,
- ii ska vara ägaren till, eller ha lagstadgade rättigheter att använda nätverkets namn, varumärke eller annan form av utmärkande kännetecken,

- 
- iii. ska behandla sina franchisetagare som oberoende företagare och inte direkt eller indirekt underordna dem som anställda,
 - iv. ska ge den enskilda franchisetagaren en introduktionsutbildning samt fortlöpande kommersiell och/eller teknisk hjälp under avtalets hela löptid,
 - v. ska ge franchisetagaren rätten att använda den know-how som överförs eller tillhandahållits till denna. Franchisegivaren ansvarar för att upprätthålla och utveckla denna know-how,
 - vi. ska överföra och/eller tillgängliggöra know-how till franchisetagaren genom lämplig information och utbildning samt kontrollera att denna know-how används på rätt sätt,
 - vii. ska uppmuntra till feedback från franchisetagarna för att kunna upprätthålla och utveckla den know-how som har överförts till och/eller tillgängliggjorts för dem,
 - viii. ska under varje fas av förhållandet med franchisetagaren, dvs. innan avtalet sluts, under avtalets genomförande samt efter att avtalet har upphört att gälla, sträva efter att förhindra all form av felaktig tillämpning av eller, i synnerhet, överförande av know-how till konkurrerande nätverk för att förhindra att nätverkets intressen skadas,
 - ix. ska investera i ekonomiska och mänskliga resurser för att främja sitt varumärke samt engagera sig i forskning och innovation som säkerställer långsiktig utveckling och kontinuitet för konceptet,
 - x. ska informera potentiella och enskilda franchisetagare om sina näthandelsvillkor och/eller sina allmänna försäljningsvillkor,
 - xi. ska sträva efter att säkerställa nätverkets intressen i samband med utvecklingen av näthandelsvillkoren och/eller de allmänna försäljningsvillkoren (franchisegivarens),

2.3 Franchisetagarens åtaganden är följande:

Franchisetagaren

- i. ska godta skyldigheten att ingå ett lojalt samarbete med franchisegivaren genom att säkerställa framgång i nätverket som franchisetagaren har gått med i såsom en välinformerad och fullständigt självständig företagare,
- ii. ska anstränga sig i så stor utsträckning som möjligt för att bidra till franchiseverksamhetens tillväxt och upprätthållandet av franchisenätverkets gemensamma identitet och rykte,
- iii. ska ansvara för de ekonomiska och mänskliga resurserna som franchisetagaren använder sig av i sin franchiseverksamhet samt ansvara, i egenskap av företagare i förhållande till tredje part, för sitt agerande inom franchiseverksamhetens ramar,
- iv. ska agera lojalt i förhållande till andra franchisetagare i nätverket samt i förhållande till franchisenätverket som så,

- v. ska förse franchisegivaren med kontrollerbara uppgifter om verksamheten för att underlätta bedömningen av prestationerna och räkenskaperna, vilket är nödvändigt för att franchisegivaren ska kunna ge effektiv rådgivning och ledning,
- vi. ska ge franchisegivaren möjlighet att säkerställa att konceptets kvalitet och image upprätthålls i produkterna och tjänsterna som franchisetagaren tillhandahåller kunden/konsumenten,
- vii. ska acceptera sina skyldigheter i egenskap av självständig företagare i förhållande till kunden/konsumenten,
- viii. ska inte till tredje part avslöja know-how och annan information som är väsentlig för franchiseverksamheten som tillhandahållits av franchisegivaren, varken under eller efter avtalstiden.

2.4 Fortløpande skyldigheter för båda parter:

Parterna

- i. ska sträva efter att säkerställa nätverkets image och rykte vid driften av sina respektive verksamheter,
- ii. ska visa lojalitet i relationerna med varandra. Parterna ska påtala eventuella avtalsbrott i skriftlig form och, såvida det inte är olämpligt, ge den andra parten skälig tid att avhjälpa avtalsbrott,
- iii. ska respektera sekretessen för information som är väsentlig för franchisekonceptet som tillhandahålls från den ena parten till den andra,
- iv. ska lösa klagomål, missförhållanden och tvister med lojalitet och välvilja genom rättvis och rimlig direkt kommunikation och förhandlingar,
- v. ska, där det är lämpligt och där parterna har misslyckats med att lösa en tvist genom direkta förhandlingar, lojalt sträva efter medling som organiseras eller är godkänd av en av EFF:s nationella organisationsmedlemmar, innan en tvist förs till domstol eller skiljeförfarande

3. REKRYTERING, ANNONSERING OCH INFORMATION

- 3.1 Annonsering för att rekrytera enskilda franchisetagare ska inte innehålla några tvetydigheter eller missvisande påståenden.
- 3.2 Allt rekryterings-, annonserings- och reklammaterial som innehåller direkta eller indirekta hänvisningar till framtida möjliga resultat, siffror eller intäkter som kan förväntas av enskilda franchisetagare ska vara objektiva och får inte vara missvisande.
- 3.3 För att potentiella enskilda franchisetagare ska kunna ingå ett bindande avtal med full kännedom ska de få ett exemplar av Koden eller få tillgång till den såväl som till fullständig, korrekt och skriftlig information om allt som är väsentligt i förhållande till franchiseförhållandet, allt inom en skälig tid innan ett bindande avtal tecknas.

- 3.4 Den potentiella franchisetagaren ansvarar för att noggrant analysera informationen som är väsentlig för franchiseförhållandet samt att anlita lämplig professionell rådgivning innan franchiseavtalet undertecknas.
- 3.5 Den potentiella franchisetagaren måste vara uppriktig och öppen i informationen om sina erfarenheter, sin ekonomiska kapacitet, sin utbildning, bakgrund samt annan information som är väsentlig för franchiseförhållandet som denne tillhandahåller i syfte att väljas ut av franchisegivaren.
- 3.6 Om en franchisegivare ålägger en franchisekandidat att ingå ett föravtal ska följande principer respekteras:
- i. innan franchisekandidaten skriver under något föravtal ska denne ges skriftlig information om avtalets ändamål samt om det förekommer någon ersättning denne måste betala till franchisegivaren för att täcka kostnader som uppkommer under och i samband med föravtalet; om franchiseavtalet ingås ska ersättningen för föravtalet återbetalas av franchisegivaren eller räknas av från en eventuell inträdesavgift som franchisetagaren ska betala,
 - ii. i föravtalet ska avtalstiden fastställas och det ska även finnas en uppsägningsklausul,
 - iii. franchisegivaren kan införa klausuler om konkurrensförbud och/eller sekretess för att skydda sin know-how och identitet.

4. VAL AV ENSKILDA FRANCHISETAGARE

En franchisegivare ska endast välja ut och godkänna enskilda franchisetagare som vid en skälig undersökning verkar ha de grundläggande kunskaper, utbildning, personliga egenskaper och ekonomiska resurser som är tillräckliga för att kunna driva franchiseverksamheten.

5. FRANCHISEAVTALET

- 5.1 Franchiseavtalet ska överensstämma med nationella lagar, EU:s lagstiftning, föreliggande Kod samt nationella tillägg till Koden.
- 5.2 Avtalet ska skydda franchisegivarens industriella och immateriella rätt så att det säkerställer franchisenätverkets gemensamma identitet, rykte och intressen.
- 5.3 Franchisegivare ska tillhandahålla franchisetagaren alla avtal och avtalsarrangemang i förhållande till franchiseförhållandet i skriftlig form på det officiella språk som talas i det land där franchisetagaren är etablerad eller på ett språk som franchisetagaren formellt anger att denna behärskar. **Undertecknade avtal** ska omedelbart överlämnas till franchisetagaren.
- 5.4 Franchiseavtalet ska fastställa parternas respektive rättigheter och skyldigheter samt alla andra väsentliga villkor för förhållandet på ett entydigt sätt.

5.5 Avtalets minimivillkor bör omfatta minst följande:

- i. franchisegivarens rättigheter
- ii. franchisetagarens rättigheter
- iii. franchisegivarens immateriella rättigheter till varumärken etc. som ska gälla under en löptid som ska vara minst lika lång som franchiseavtalets löptid.
- iv. varorna och/eller tjänsterna som ska tillhandahållas till franchisetagaren
- v. franchisegivarens skyldigheter
- vi. franchisetagarens skyldigheter
- vii. franchisetagarens betalningsvillkor
- viii. avtalets löptid, som ska vara tillräckligt lång för att franchisetagaren ska kunna amortera sitt startkapital och de efterföljande investeringar som är specifika för franchisen
- ix. bestämmelser för förnyelse av avtalet samt hur båda parter ska meddela detta
- x. villkoren för hur franchisetagaren kan sälja eller överlåta franchiseverksamheten som fortsatt verksamhet samt franchisegivarens eventuella förköpsrätt
- xi. bestämmelser om hur franchisetagaren får använda franchisegivarens utmärkande skylt, varumärke, näringskännetecken, affärsskylt, logotyp eller annat utmärkande kännetecken
- xii. franchisegivarens rätt att anpassa franchisingssystemet till nya eller ändrade metoder
- xiii. bestämmelser om avtalets upphörande
- xiv. bestämmelser för omedelbart överlämnande av alla former av materiell och icke-materiell egendom som tillhör franchisegivaren eller tredje man vid upphörande av franchiseavtalet.

6. KODEN OCH MASTER FRANCHISING

Koden ska tillämpas på förhållandet mellan franchisegivare och franchisetagare samt mellan Masterfranchisetagare och subfranchisetagare. Dessa etiska regler ska inte tillämpas på förhållandet mellan franchisegivare och dess Masterfranchisetagare.

SLUT – ETISKA REGLER FÖR FRANCHISING I EUROPA

Senaste versionen: 6 december 2016