



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPEENNES
COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE
COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

Europäischer Verhaltenskodex für Franchising
European code of ethics for franchising
Code européen de déontologie du franchisage
Codice europeo di deontologia del franchising
Europese erecode inzake franchising

Europäischer Verhaltenskodex für Franchising
European code of ethics for franchising
Code européen de déontologie du franchisage
Codice europeo di deontologia del franchising
Europese erecode inzake franchising

Der vollständige oder auszugsweise Nachdruck von Beiträgen dieser Veröffentlichung ist kostenlos und mit Quellenangabe gestattet.

Reproduction authorized, in whole or in part, provided the source is acknowledged.

Les articles et textes paraissant dans cette publication peuvent être reproduits librement, en entier ou en partie, avec citation de leur origine.

Gli articoli ed i testi che figurano in questa pubblicazione possono essere riprodotti, integralmente od in parte, purché se ne citi la fonte.

De in deze publikatie opgenomen artikelen en teksten kunnen geheel of gedeeltelijk vrij worden overgenomen met vermelding van hun herkomst.

Printed in Belgium

EUROPÄISCHER VERHALTENSKODEX FÜR FRANCHISING

Der europäische Verhaltenskodex für Franchising stellt die Ergebnisse der Untersuchung der Regierungssachverständigen über "die zwischenbetriebliche Zusammenarbeit - Franchising", dem 5. Bericht in dieser Reihe, dar. Für viele, und besonders für manche Abgeordnete des Europäischen Parlaments, gibt er auch eine Antwort auf die Fragen, die sie vornehmlich beschäftigen.

Er ist das Ergebnis der Arbeit, die vom Europäischen Verband für Franchising und der ihm angeschlossenen Vereinigungen (1) im Einvernehmen mit den Dienststellen der Kommission durchgeführt wurde. Ebenso wurde er den Regierungssachverständigen, die auf dem Gebiet des Binnenhandels zuständig sind, vorgelegt.

Dieser Verhaltenskodex ist auch als Bezugsrahmen für andere Formen der Zusammenarbeit gedacht, um Klein- und Mittelbetrieben Möglichkeiten zu geben, die Rolle zu spielen, welche ihnen im europäischen Handelskontext zukommt.

(1) Sechs Mitgliedstaaten der EG (Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande, Belgien, Vereinigtes Königreich) und zwei Drittländer (Norwegen, Schweden).

PRÄAMBEL

Unter Franchising im Sinne dieses Kodex ist eine Form der vertraglichen Zusammenarbeit zwischen rechtlich unabhängigen Unternehmen auf der Grundlage der Gleichordnung zu verstehen, wobei auf der einen Seite ein franchisierendes Unternehmen (der Franchisegeber) und auf der anderen Seite ein oder mehrere franchisierte Unternehmen (Franchisenehmer) stehen.

Das franchisierende Unternehmen - der Franchisegeber - weist im allgemeinen folgende Merkmale auf:

- 1) Das Unternehmen besitzt eine Firma, einen Handelsnamen, ein Wortzeichen oder ein Symbol (eventuell eine Marke) für einen Produktions-, Handels- oder Dienstleistungsbetrieb sowie Erfahrungswissen (know-how) und gestattet dem Franchisenehmer deren Nutzung.
- 2) Das Unternehmen verfügt über eine Produktgruppe und/oder eine bestimmte Art von Dienstleistungen im Rahmen einer genau festgelegten und originellen Geschäftskonzeption, die vom Franchisenehmer in dieser Form zu übernehmen und zu gebrauchen ist. Diese Konzeption beruht auf spezifischen und erprobten geschäftlichen Techniken, die laufend weiterentwickelt und auf ihren Wert und ihre Effizienz hin überprüft werden.

Hauptzweck eines Franchisevertrages ist es, durch das Zusammenwirken persönlichen Einsatzes und finanzieller Mittel sowohl für Franchisegeber als auch Franchisenehmer wirtschaftliche Vorteile unter Wahrung der beiderseitigen Unabhängigkeit anzustreben.

Im Franchisevertrag verpflichtet sich der Franchisenehmer in der einen oder anderen Form zur Entrichtung einer Vergütung für die Leistungen des Franchisegebers für die Überlassung des Namens, der Geschäftskonzeption, der Technologie und des know-how. Franchising ist demnach mehr als eine Vertriebsvereinbarung, eine Konzession oder ein Lizenzvertrag, da sich beide Vertragspartner zu Leistungen verpflichten, die über den Rahmen einer herkömmlichen Geschäftsbeziehung hinausgehen.

Da der Franchisevertrag auf gegenseitigem Vertrauen beruht, werden sich die Vertragsparteien bemühen, Missverständnisse in ihren gegenseitigen Beziehungen und im Hinblick auf die Allgemeinheit zu vermeiden.

Der Franchisegeber wird für die Gültigkeit seiner Rechte an der Marke, Wortzeichen, dem Symbol, dem Slogan usw. einstehen; er wird den Franchisenehmern die ungestörte Nutzung dieser Rechte gewährleisten, die er ihnen zur Verfügung stellt.

GRUNDSATZE FÜR DIE ANWERBUNG VON FRANCHISENEHMERN

Die Werbung für neue Franchisenehmer hat zutreffend und wahrheitsgemäß zu sein. Sie darf weder mehrdeutig noch irreführend sein. Die Werbung darf weder der Form noch dem Inhalt nach gegen Rechtsvorschriften verstossen.

Etwaige direkte oder indirekte Angaben in der Werbung über die vom Franchisenehmer zu erzielenden Geschäftsergebnisse bzw. Gewinne haben objektiv, umfassend und nachprüfbar zu sein, vornehmlich in bezug auf das Vertragsgebiet und den Bezugszeitraum.

Angaben über die finanziellen Aspekte des Erwerbs eines Franchiserechts haben in jeder Hinsicht detailliert zu sein und den insgesamt erforderlichen Investitionsbetrag zu enthalten.

AUSWAHL DER FRANCHISENEHMER

Der Franchisegeber wählt nur solche Franchisebewerber aus und nimmt sie unter Vertrag, die die für die Ausübung des Franchiserechts erforderlichen Qualifikationen besitzen. Bei der Auswahl ist jede Diskriminierung aufgrund der politischen Überzeugung, der Rasse, der Sprache, der Religion oder des Geschlechts zu vermeiden.

GRUNDSATZE FÜR DIE VERTRAGSGESTALTUNG

Die grundlegenden Vereinbarungen über die Franchise zwischen Franchisegeber und -nehmer bedürfen in der Regel der Schriftform.

Im Franchisevertrag werden die Rechte und Pflichten der Vertragspartner festgelegt; der Vertrag soll fair und ausgewogen sein, um eine beiderseitig zufriedenstellende Geschäftspraxis zu gewährleisten.

Der Vertrag ist verständlich zu formulieren und in der nationalen Sprache des Franchisenehmers abzufassen.

Im Franchisevertrag sind insbesondere folgende Punkte in Übereinstimmung jeweils mit den nationalen oder gemeinschaftsrechtlichen Vorschriften zu regeln:

- die Art und die Modalität für die Zahlung laufender Gebühren und einer eventuellen Abschlussgebühr;
- die Laufzeit des Vertrages und die Voraussetzungen für eine eventuelle Verlängerung; der Zeitpunkt für eine Kündigung und die Kündigungsfrist;
- die Vorrechte des Franchisegebers im Falle einer Abtretung des Franchiserechts durch den Franchisenehmer;
- die Festlegung der dem Franchisenehmer gewährten offenen Gebietsschutzrechte, einschliesslich etwaiger Optionen für angrenzende Gebiete;
- die Grundlage für die Verteilung der durch den Vertrag berührten Vermögenswerte bei Vertragsbeendigung;
- die Vertriebsmodalitäten in bezug auf die gelieferte Ware, einschliesslich Transport und Transportkosten;
- die Zahlungsbedingungen;
- die vom Franchisegeber zu erbringenden Dienstleistungen auf folgenden Gebieten: Vertrieb, Verkaufsförderung, Werbung; Technologie und know-how; betriebswirtschaftliche und geschäftspolitische Beratung; Beratung in Finanz- und Steuerfragen; Bedingungen für die Erbringung dieser Dienstleistungen und anfallende Kosten; Schulung;
- die Pflichten des Franchisenehmers: Vorlage der Bücher und sonstigen Geschäftsunterlagen; Bereitschaft zu Schulungsmassnahmen und Einräumung von Kontrollrechten.

ERGÄNZENDE BEMERKUNGEN

Der Franchisegeber stellt vor Inkrafttreten des Vertrages sicher, dass der Franchisenehmer die erforderlichen Kenntnisse besitzt; soweit dies nicht der Fall ist, sorgt er für eine entsprechende Schulung. Die Ausbildung des Franchisenehmers erfolgt in der Regel in einem ähnlichen Betrieb der betreffenden Sparte.

Der Franchisegeber unterstützt und informiert den Franchisenehmer während der ganzen Laufzeit des Vertrages in angemessener Weise; er steht mit ihm ständig in enger Verbindung, beispielweise über sachkundige Vertreter.

Der Franchisegeber hat für den Franchisenehmer leicht erreichbar zu sein und auf dessen Bitte um Unterstützung prompt zu reagieren. Von Zeit zu Zeit sollen in Gesprächen allgemeine Probleme und wichtige Geschäftsvorfälle zwecks Vertiefung des Verständnisses und zur Wahrung der beiderseitigen Interessen diskutiert werden.

Der Franchisegeber stellt dem potentiellen Franchisenehmer anhand der in anderen Betrieben dieser Art gewonnenen Erfahrungen genaue, vollständige und nachprüfbarere Angaben über den für den geplanten Betrieb vom Franchisenehmer in Aussicht genommenen Standort zur Verfügung. Diese Angaben werden sich insbesondere auf den Wert des vorgesehenen Standorts und den voraussichtlichen Umsatz eines derartigen Geschäfts beziehen.

Der Franchisenehmer gibt dem Franchisegeber Einblick in seine betrieblichen Daten, damit sich der Umsatz und die finanziellen Betriebskennziffern für eine effektive Managementkontrolle feststellen lassen. Hierzu ist es wesentlich, dass der Franchisenehmer dem Franchisegeber oder seinen Beauftragten jederzeit Zugang zu seinem Geschäftsbetrieb und Einblick in seine Unterlagen gestattet.

Der Franchisegeber soll dem Franchisenehmer auch hinsichtlich der Betriebskosten und der Gewinnspannen, die der Franchisenehmer in seinem Geschäftsbetrieb jeweils erzielen kann, beratend zur Verfügung stehen.

Der Franchisegeber unterstützt den Franchisenehmer bei der Anwendung des für die Ausübung der Franchise erforderlichen know-how.

Der Franchisegeber erstellt eine sorgfältige Schätzung der Investitionen hinsichtlich der Ausstattung, des Materials, des Anfangsbestands und der Anlaufkosten und teilt diese vor Unterzeichnung des Vertrages dem potentiellen Franchisenehmer mit.

Bei Vertragsbruch oder Vertragsbeendigung hat der Franchisenehmer das Firmenzeichen, alle spezifischen Ausrüstungsgegenstände sowie alle mit der Nutzung dieses Zeichens verbundenen Muster sofort zurückzugeben.

Franchisegeber und Franchisenehmer haben die allgemeine Geschäftspolitik des Systems in unternehmens- und betriebspolitischer Hinsicht sorgfältig zu beachten, sowohl im Innenverhältnis als auch gegenüber der Kundschaft und der Öffentlichkeit im allgemeinen.

Franchisegeber und Franchisenehmer haben alle straf- und steuerrechtlich unzulässigen sowie den guten Sitten zuwiderlaufende Handlungen zu unterlassen, durch die das Image der Franchise und der Marke geschädigt werden könnte.

Der Franchisegeber wird sich in jeder Hinsicht bemühen, den Franchisenehmer regelmässig mit Waren und Dienstleistungen in guter, brauchbarer und handelsüblicher Qualität zu versorgen.

Soweit der Franchisegeber ausserhalb des Franchisevertrages in einem besonderen Schriftstück seine allgemeinen Geschäftsbedingungen niedergelegt hat, müssen diese dem Franchisenehmer vor der Unterzeichnung des Vertrages mitgeteilt werden.

Wenn der Franchisegeber seinen Geschäftsbetrieb, soweit er sich auf die Franchise bezieht, einem Dritten überträgt, muss die Kontinuität des Franchisevertrages sichergestellt sein, und die Rechte des Franchisenehmers müssen voll gewahrt bleiben.

Jede nach Vertragsbruch oder Vertragsbeendigung anwendbare Konkurrenzklausel muss im Vertrag hinsichtlich Dauer und Gebietsumfang genau festgelegt sein.

Der Franchisegeber wird sein Bestes tun, um Beanstandungen, Beschwerden und Streitigkeiten mit seinem Franchisenehmer im Wege aufrichtiger und direkter Verhandlungen in gutem Einvernehmen beizulegen, und räumt dem Franchisenehmer eine angemessene Frist zur Abstellung von Mängeln ein, ebenso wie umgekehrt.

Soweit der Franchisevertrag eine Gerichtsstandsvereinbarung enthält, ist wünschenswerterweise das Gericht für zuständig zu erklären, an dessen Ort sich der Sitz des Franchisenehmers befindet. Es wird jedoch nachdrücklich empfohlen, Streitigkeiten mit Franchisenehmern möglichst auf schiedsgerichtlichem Wege - entweder vor den Nationalen Instituten für Schiedsgerichtswesen oder vor der Internationalen Handelskammer gemäss der jeweiligen Schiedsordnung dieser Organisationen - beizulegen.

EUROPEAN CODE OF ETHICS FOR FRANCHISING

The European code of ethics for franchising follows on from the conclusions of the government experts' study "Cooperation between firms - franchising" published as No 5 in this series, and is in response to the concern expressed by many, in particular certain members of the European Parliament.

It is the end-product of work carried out by the European Franchising Federation and its member associations¹ in conjunction with the Commission. It has also been presented to government experts with responsibilities in the sphere of internal trade.

It is to be hoped that this code will provide a basis for other forms of cooperation, so that small and medium-sized firms can play their part in the context of trading in Europe.

¹Six Member States of the European Communities (FR Germany, France, Italy, the Netherlands, Belgium, and the United Kingdom) and two non-member countries (Norway and Sweden)...

PREAMBLE

Franchising is defined within the framework of this Code as a method of contractual collaboration between parties which are legally independent and equal : on the one hand a franchising firm, the Franchisor, and on the other hand one or several firms, the Franchisee(s).

As far as the franchising firm (the Franchisor) is concerned, it implies : -

1. Ownership of a Company Name, a Trade Name, Initials or Symbols (possibly a Trade Mark) of a business or a service, and Know-how, which is made available to the franchised firm(s) - the Franchisee(s).
2. Control of a range of Products and/or Services presented in a distinctive and original format, and which must be adopted and used by the franchisee(s), the format being based on a set of specific business techniques which have been previously tested, and which are continually developed and checked as regards their value and efficiency.

The main object in establishing a Franchising Agreement between the two parties is to give benefit to both the Franchisor and the Franchisee(s) through the combination of their Human and Financial resources, without in any way affecting the independence of either party.

Implicit in any Franchising Agreement is that there shall be a payment made in one form or another by the Franchisee to the Franchisor in recognition of the service supplied by the Franchisor in providing his name, format, technology and know-how. Franchising is therefore something more than a Sales Agreement or a Concession Agreement or a Licence Contract in that both parties accept important obligations to one another, over and above those established in a conventional trading relationship.

A Franchise Agreement is based on mutual trust and the parties seek at all times to avoid misunderstanding in their relations with each other and with the public in general.

The Franchisor will guarantee the validity of its rights over the brand, sign, initials, slogan, etc. and will grant the franchised firms unimpaired enjoyment of any of these which it makes available to them.

RULES GOVERNING RECRUITMENT ADVERTISING

Recruitment advertising will be honest and genuine. It will not contain any ambiguity and should not be misleading in any way. All advertising will comply, both in form and in spirit, with the laws and regulations.

Any recruitment advertising which contains direct or indirect allusions to results, figures or data relating to the income or profits which can be anticipated by franchised firms, will be objective, complete and verifiable, especially with regard to the geographic area and the period to which it relates.

Any information relating to the financial aspects of the acquisition of the franchise will be detailed in all respects and will indicate the total amount of investment required.

SELECTION OF FRANCHISE HOLDERS

The Franchisor will select and accept only those franchise candidates who possess the qualifications required by the franchise. All discrimination on the grounds of politics, race, language, religion or sex, will be excluded from the qualifications.

RULES CONCERNING THE CONTRACT

It is necessary and inherent in Franchising that the basic Agreement between Franchisor and Franchised Firm(s) should be the subject of a written Contract.

The Franchise Contract will define the rights and obligations of the parties; it shall be fair and will also be designed to ensure good management practice by both the Franchisor and the Franchisee.

The Contract will be drawn up in clear terms in the national language of the Franchisee.

The Franchise Contract will specify in particular the points set out below, it being understood that the provisions adopted will be consistent with national or community law :-

The method and conditions of payment of fees and royalties.

The duration of the Contract and the basis for renewal ; the time and duration of notice.

The rights of the Franchisor prior to assignment by the Franchisee.

The definition of "open territorial rights" granted to the Franchisee, including options (if granted) on adjoining territories.

Basis for distribution of the assets affected by the Contract, if the Contract is terminated. Distribution arrangements relative to supply of goods, including responsibility for transport and transport charges.

Terms of payment.

Services provided by the Franchisor : Marketing assistance, Promotion, Advertising :

Technology & Know-how : Managerial Administrative & Business Advice : Financial & Taxation

Advice : Conditions under which these services to be provided and relevant charges : Training.

Obligations of the Franchisee : To provide Accounts & Operating Data : To receive Training and to accept Inspection Procedures.

SUPPLEMENTARY NOTES

The Franchisor will ensure, prior to the entry into force of the Contract, that the Franchisee has the necessary training and, if not, will help him to obtain such training. The training of the Franchisee will normally include a preliminary course of instruction in a similar establishment.

The Franchisor will guarantee the Franchisee, throughout the whole duration of the contract, appropriate assistance and information, and will establish close and continuing contact with him, for instance through the intermediary of competent representatives.

The Franchisor should be readily accessible and responsive to appeals from the Franchisee. Ideas will be exchanged and important business discussed with the intention of improving mutual understanding and the identity of interest between both parties.

The Franchisor will supply the potential Franchisee with precise, complete and verifiable details derived from one or more actual previous experiences relevant to the franchisee's proposed site and operation. These details will relate in particular to the value of the locality involved and to the operating accounts of the shop or shops or similar establishments.

The Franchisee will supply the Franchisor with operating data to facilitate the determination of performance and the financial ratios necessary for good management control. For this purpose, it is essential that he allows the Franchisor or his representatives access to his premises and documents at all times.

The Franchisor will assist the Franchisee by providing guidance as to the operating costs and margins that he should be achieving at any given time in his business.

The Franchisor will give the Franchisee all necessary assistance in obtaining and implementing the technology of the franchise.

The Franchisor will make a careful appraisal of the investment in equipment, material, initial stock and launching costs, and will notify this to the potential Franchisee before the contract is signed.

In the event of breach or termination of the contract, the Franchisee will be required to surrender immediately the sign and all specific material and any models connected with the utilisation of this sign.

The Franchisor and the Franchisee must scrupulously respect the general policy of the franchise from the business and administrative point of view, both within the franchise and with regard to customers and the public in general.

The Franchisor and the Franchisee are forbidden to take any action which is penally, fiscally or commercially reprehensible and likely to damage the reputation of the franchise and the brand name.

The Franchisor will use every means to ensure that the Franchisee receives a regular supply of goods and services of sound, genuine and saleable quality.

If, apart from the Franchise Contract, another document has been drawn up by the Franchisor laying down the general conditions of its operations with regard to the Franchisee, these general conditions must be notified to the latter before signature of the contract.

If the Franchisor assigns, in any way whatsoever, to a third party, the business which constitutes his activity as a Franchisor, the continuity of the Franchise Contract must be guaranteed and the rights of the Franchisee preserved in their entirety.

Any non-concurrence clause applicable after breach or termination of the contract, must be precisely stated and defined in the contract as regards its duration and territorial extent.

The Franchisor will do its best to settle complaints, grievances and disputes with its Franchisees in good faith and of its own free-will, through honest and direct contacts and dealings, and will allow the Franchisee a reasonable period of time to make good his omissions, and vice versa.

If the Franchise Contract foresee the attribution of a court competence, in case of conflict, it is desirable that the competence be attributed to the Courts where the Franchisee has his main office. It is, however, strongly recommended, that every time it is possible, that conflicts with Franchisees be solved by Arbitration either by The National Institute of Arbitration or by the International Chamber of Commerce according to the respective rules of these organisms.

CODE EUROPEEN DE DEONTOLOGIE DU FRANCHISAGE

Le code européen de déontologie du franchisage constitue la matérialisation des conclusions de l'étude des experts gouvernementaux sur "la coopération interentreprises - Franchisage" objet du n° 5 de cette même série. Il répond également aux préoccupations de beaucoup et notamment de certains parlementaires européens.

Il est en fait le résultat du travail de la Fédération européenne du Franchising et de ses Associations membres (1) en concertation avec les services de la Commission. Il a été également présenté aux experts gouvernementaux ayant compétence en matière de commerce intérieur.

Puisse cette discipline professionnelle servir de cadre de référence à d'autres formes de coopération afin de donner aux petites et moyennes entreprises les possibilités de jouer le rôle qui est le leur dans le tissu commercial européen.

(1) 6 pays membres des CE (RF d'Allemagne, France, Italie, Pays-Bas, Belgique, Royaume-Uni) et 2 pays tiers (Norvège, Suède).

PREAMBULE

Le franchisage se définit dans le cadre du présent code comme une méthode de collaboration contractuelle entre des parties juridiquement indépendantes et égales :

- d'une part une entreprise franchisante, le franchiseur - et d'autre part une ou plusieurs entreprises, le(s) franchisé(s).

En ce qui concerne l'entreprise franchisante (le franchiseur), cela implique :

- 1) la propriété d'une raison sociale, d'un nom commercial, de sigles ou de symboles (éventuellement d'une marque de fabrique) de commerce ou de service, et d'un savoir-faire, mis à la disposition d'une ou de plusieurs entreprise(s) franchisée(s);
- 2) le contrôle d'un ensemble de produits et/ou de services présentés d'une manière originale et spécifique, et qui doivent obligatoirement être adoptés et utilisés par le(s) franchisé(s), cette manière reposant sur un ensemble de techniques commerciales spécifiques qui ont été expérimentées auparavant et qui sont continuellement développées et vérifiées en ce qui concerne leur valeur et leur efficacité.

Le principal objectif en établissant un Contrat de Franchise entre les deux parties est d'en faire bénéficier à la fois le franchiseur et le(s) franchisé(s) en combinant leurs ressources humaines et financières sans, en aucune façon, affecter l'indépendance de chacune des parties.

Tout Contrat de Franchise implique un paiement effectué sous quelque forme que ce soit par le franchisé au franchiseur en reconnaissance de service apporté par le franchiseur qui fournit son nom, sa manière, sa technologie et son savoir-faire. Le franchisage est donc plus qu'un contrat de vente ou de concession ou qu'un contrat de licence dans lequel les deux parties acceptent l'une et l'autre des obligations importantes à l'égard de l'autre, au-delà et en-deçà de celles établies dans une relation commerciale conventionnelle.

Un Contrat de Franchise repose sur la confiance mutuelle et les parties recherchent à tout moment à éviter les malentendus dans leurs relations réciproques et avec le public en général.

Le franchiseur garantira la validité de ses droits sur la marque, l'enseigne, le sigle, le slogan, etc. et assurera aux entreprises franchisées la jouissance paisible de ceux qu'il mettre à leur disposition.

REGLES REGISSANT LA PUBLICITE DE RECRUTEMENT

La publicité de recrutement sera honnête et sincère. Elle ne contiendra aucune ambiguïté et ne devra en aucun cas être trompeuse. Toute publicité se conformera quant à la forme et à l'esprit aux lois et règlements.

Toute publicité de recrutement qui contient des allusions directes ou indirectes aux résultats, à des chiffres ou des données relatifs aux revenus et aux bénéfices que peuvent escompter les entreprises franchisées, sera objective, complète et vérifiable, spécialement en ce qui concerne la zone géographique et la période à laquelle elle se rapporte.

Toute information relative aux aspects financiers de l'acquisition de la franchise sera détaillée sous tous ses aspects et indiquera le montant total d'investissement nécessaire.

SELECTION DES FRANCHISES

Le franchiseur sélectionnera et acceptera seulement les candidats franchisés qui posséderont les qualifications exigées par la franchise. Toute discrimination pour des raisons de politique, de race, de langue, de religion ou de sexe sera exclue des qualifications.

REGLES CONCERNANT LE CONTRAT

Il est nécessaire et inhérent au franchisage que la Convention de base entre franchiseur et entreprise(s) franchisée(s) fasse l'objet d'un contrat écrit.

Le Contrat de Franchise définira les droits et obligations des parties : il sera loyal et visera également à assurer une bonne gestion des affaires à la fois par le franchiseur et le franchisé.

Le contrat sera établi en termes clairs, dans la langue nationale du franchisé.

Le Contrat de Franchise spécifiera notamment les points mentionnés ci-dessous, étant bien entendu que les dispositions adoptées seront compatibles avec le droit national ou communautaire :

- les modalités et conditions de paiement des droits et royalties;
- la durée du contrat et la base de renouvellement, l'époque et la durée du préavis;
- les droits du franchiseur préalablement à la cession par le franchisé;
- la définition des "droits territoriaux ouverts" accordés au franchisé, y compris des options (si accordées) sur des territoires avoisinants;
- une base pour la répartition des actifs affectés par le contrat si le contrat prend fin;
- les dispositions de répartition relatives à la fourniture des marchandises y compris la responsabilité et les coûts du transport;
- les conditions de paiement;

- les services fournis par le franchiseur : assistance pour la commercialisation, promotion, publicité : technologie et savoir-faire : conseils pour la direction, l'administration ou le commerce : conseils financiers et fiscaux : conditions auxquelles ces services seront rendus et les charges s'y rapportant : formation;
- obligations du franchisé : fournir des comptes et des données de fonctionnement, recevoir une formation et accepter des procédures d'inspection.

NOTES SUPPLEMENTAIRES

Le franchiseur s'assurera, préalablement à l'entrée en vigueur du contrat, que le franchisé possède la formation nécessaire et si non, l'aidera à acquérir cette formation. La formation du franchisé devra normalement comprendre des cours préliminaires d'instruction dans un établissement similaire.

Le franchiseur garantira au franchisé pendant toute la durée du contrat, l'assistance et l'information appropriées et établira un contact étroit et continu avec lui, par exemple par l'intermédiaire de délégués compétents.

Le franchiseur devra être facilement accessible et sensible aux appels du franchisé. Des idées seront échangées et les affaires importantes discutées dans l'intention d'améliorer la compréhension mutuelle et l'identité d'intérêt entre les deux parties.

Le franchiseur fournira au franchisé potentiel des détails précis, complets et vérifiables à partir d'une ou plusieurs expériences antérieures réelles en rapport avec l'emplacement et l'activité proposés au franchisé. Ces détails porteront notamment sur la valeur de la localisation concernée et sur les comptes de fonctionnement du magasin, de magasins ou d'établissements similaires.

Le franchisé fournira au franchiseur des données de fonctionnement pour faciliter la détermination des résultats et des ratios financiers nécessaires à un bon contrôle de gestion. A cet effet, il est essentiel qu'il permette au franchiseur ou à ses délégués l'accès à ses locaux et documents à tout moment.

Le franchiseur assistera le franchisé en le conseillant sur ses frais de fonctionnement et ses marges de telle sorte qu'il réussisse à n'importe quel moment donné dans ses affaires.

Le franchiseur donnera au franchisé toute aide nécessaire pour obtenir et mettre en oeuvre la technologie de la franchise.

Le franchiseur procédera à une estimation prudente et sérieuse de l'investissement en équipement, matériel, stock initial et coûts de lancement, et la communiquera au franchisé potentiel avant la signature du contrat.

En cas de rupture ou de cessation de contrat, le franchisé devra rendre immédiatement l'enseigne, tout le matériel spécifique et tout modèle lié à l'utilisation de cette enseigne.

Le franchiseur et le franchisé devront respecter scrupuleusement la politique générale de la franchise du point de vue commercial et administratif, tant à l'intérieur de la franchise que vis-à-vis des clients et du public en général.

Le franchiseur et le franchisé s'interdiront d'entreprendre toute action répréhensible pénalement, fiscalement ou commercialement et susceptible de nuire à la réputation de la franchise et de la marque.

Le franchiseur utilisera tout moyen pour s'assurer que le franchisé est régulièrement approvisionné en marchandises et en prestation de services de qualité saine, loyale et marchande.

Si, outre le Contrat de Franchise, un autre document a été établi par le franchiseur pour fixer les conditions générales de ses opérations vis-à-vis du franchisé, ces conditions générales doivent être notifiées à ce dernier avant la signature du contrat.

Si le franchiseur, sous quelque forme que ce soit, cède à un tiers l'affaire qui constitue son activité en tant que franchiseur, la continuité du contrat de franchise doit être garantie et les droits du franchisé préservés dans leur intégralité.

Toute clause de non-concurrence applicable après la rupture ou la cessation du contrat doit être spécifiée et définie précisément dans le contrat quant à sa durée et son étendue territoriale.

Le franchiseur fera de son mieux pour résoudre les plaintes, griefs et conflits avec ses franchisés, de bonne foi et de son plein gré, par des contacts et des négociations honnêtes et directes et accordera au franchisé un délai raisonnable pour réparer ses omissions et vice-versa.

Si le Contrat de Franchise prévoit l'attribution de compétence en cas de litige, il est désirable que cette compétence soit attribuée aux Tribunaux du lieu où est situé le siège du franchisé. Il est cependant formellement recommandé, chaque fois que possible que les conflits avec les franchisés soient solutionnés soit par les Instituts Nationaux d'Arbitrage soit par la Chambre Internationale de Commerce de Paris suivant les règles respectives de ces organismes.

CODICE EUROPEO DI DEONTOLOGIA DEL FRANCHISING

Il codice europeo di deontologia del franchising costituisce la concretizzazione delle conclusioni dello studio degli esperti governativi su "La collaborazione fra imprese nella Comunità "Franchising" oggetto del n. 5 di questa stessa serie. Risponde inoltre alle preoccupazioni di molti ed in particolare di taluni parlamentari europei.

Esso costituisce infatti il risultato del lavoro svolto dalla Federazione Europea del Franchising e dalle associazioni che ne fanno parte (1), di concerto con i servizi della Commissione. Esso inoltre é stato presentato agli esperti governativi competenti in materia di commercio interno.

Ci auguriamo che tale disciplina professionale possa servire da quadro di riferimento ad altre forme di cooperazione onde consentire alla piccola e media impresa di svolgere il ruolo che le é proprio nel tessuto commerciale europeo.

(1) Sei paesi membri delle Comunità Europee (Repubblica federale di Germania, Francia, Italia, Paesi Bassi, Belgio, Regno Unito) e due paesi terzi (Norvegia, Svezia).

PREMESSA

Nell'ambito di questo codice il franchising viene definito come una forma di collaborazione contrattuale tra parti giuridicamente indipendenti ed uguali; da un lato l'impresa di franchising (Franchisor) e dall'altro, uno o più imprenditori (Franchisees).

Per quanto riguarda l'impresa di franchising (Franchisor) questo comporta:

- 1) la proprietà di una ragione sociale, un marchio commerciale, logotipo o segno distintivo di una attività commerciale o di un servizio, ed un know-how (insieme delle tecniche e delle conoscenze necessarie), che vengono messe a disposizione della o delle imprese franchisees.
- 2) La disponibilità di una serie di Prodotti e/o Servizi presentati con una formula riconoscibile ed originale, che devono essere adottati ed utilizzati dal franchisee, essendo tale formula basata su un insieme di specifiche tecniche commerciali preventivamente sperimentate, che vengono continuamente perfezionate e controllate con riguardo alla loro validità ed efficacia.

Lo scopo principale nella definizione di un accordo di franchising tra le due parti è quello di consentire un beneficio sia al franchisor, che al franchisee attraverso la combinazione delle loro risorse umane e finanziarie, senza in alcun modo condizionare l'indipendenza delle due parti.

In ogni accordo di franchising, è implicito che ci sarà da parte del franchisee il pagamento al franchisor sotto una qualsivoglia forma di un corrispettivo per il servizio fornito da quest'ultimo, il quale concede il proprio marchio, formula, tecnica e know-how. Il franchising è pertanto qualcosa di più di un contratto di vendita, di una concessione o di un contratto di licenza, in quanto entrambe le parti sottoscrivono impegni importanti nei propri confronti, in aggiunta ed al di sopra di quelli stabiliti da un rapporto commerciale di tipo convenzionale.

Un accordo di franchising si basa sulla reciproca fiducia e le parti tendono in ogni momento ad evitare incomprensioni nelle relazioni fra di esse e nei confronti del pubblico in generale.

Il franchisor garantirà la validità dei suoi diritti sul marchio, segni distintivi, slogans,

ecc. e concederà alle imprese franchisees l'uso incondizionato di quei simboli che avrà messo a loro disposizione.

NORME RELATIVE PER LA PUBBLICITA' PER IL RECLUTAMENTO

La pubblicità di reclutamento sarà onesta e corretta. Non dovrà contenere ambiguità né essere in alcun modo ingannevole. Tutta la pubblicità dovrà corrispondere, tanto nella forma che nei contenuti, alle leggi vigenti.

L'eventuale pubblicità di reclutamento, che faccia riferimento diretto o indiretto a risultati, cifre o statistiche relative al reddito od ai profitti che possono venire previste a favore del franchisee, sarà obiettiva, completa e verificabile specialmente per quanto riguarda il territorio geografico e periodo di riferimento.

Qualunque informazione relativa agli aspetti finanziari dell'acquisto della franchise, dovrà essere dettagliata in tutti gli aspetti ed indicare l'importo totale dell'investimento richiesto.

SELEZIONE DEI FRANCHISEES

Il franchisor selezionerà ed accetterà solo i candidati in possesso dei requisiti richiesti dal programma di franchise. Ogni eventuale discriminazione basata su tendenze politiche, sulla razza, lingua, religione, o sesso, dovrà essere eliminata dai requisiti.

REGOLE RELATIVE AL CONTRATTO

E' necessario ed inerente al franchising, che l'accordo di base tra impresa franchisor e franchisee sia sancito da contratto scritto.

Il contratto di franchise definirà i diritti e gli obblighi delle parti; esso sarà equo e sarà inoltre impostato in modo da assicurare la buona gestione da parte sia del franchisor che del franchisee.

Il contratto sarà redatto in chiari termini e nella lingua madre del franchisee.

Il contratto di franchise specificherà in particolare i punti seguenti essendo sottinteso che le disposizioni dovranno rispettare le vigenti leggi nazionali e/o comunitarie:

- i modi e le condizioni di pagamento di commissioni e/o royalties
- la durata del contratto e le condizioni per il suo rinnovo; epoca e durata del preavviso
- i diritti del franchisor prima della cessione, da parte del franchisee, della propria attività
- la definizione delle "esclusive territoriali aperte" concesse al franchisee ivi comprese le eventuali opzioni se accordate su territori limitrofi
- le condizioni sulla destinazione dei beni oggetto della franchise, in caso di cessazione del contratto

- gli accordi di distribuzione relativi al rifornimento delle merci, ivi compresa la responsabilità del trasporto e costi relativi
- le condizioni di pagamento
- i servizi forniti dal franchisor: assistenza marketing, promozione e pubblicità - tecnologia e know-how - consulenza gestione amministrativa e commerciale - consulenza finanziaria e fiscale - condizioni per la fornitura di questi servizi e relativi costi - addestramento
- gli obblighi del franchisee: fornire statistiche contabili ed operative - ricevere adeguato addestramento ed accettare le procedure di controllo.

NOTE SUPPLEMENTARI

Il franchisor curerà che il franchisee abbia, prima dell'entrata in vigore del contratto, l'addestramento necessario ed in caso negativo lo aiuterà ad ottenerlo. Tale addestramento comprenderà di norma un corso preliminare di istruzione in un'impresa simile.

Il franchisor garantirà al franchisee, per tutta la durata del contratto, assistenza ed informazioni appropriate, ed istituirà contatti stretti e continuativi con esso, avvalendosi a tal fine di funzionari competenti.

Il franchisor dovrà essere disponibile e rispondente alle richieste del franchisee. Saranno scambiate proposte e le operazioni importanti verranno discusse insieme, al fine di migliorare la reciproca comprensione e l'identità di interessi tra le parti.

Il franchisor fornirà al potenziale franchisee dati precisi, completi e controllabili, rilevati da una o più reali esperienze precedenti simili alla zona ed al tipo proposto al franchisee. Questi dati riguarderanno in particolare il potenziale della zona territoriale ed i conti di gestione del o dei punti di vendita, o iniziative similari.

Il franchisee fornirà al franchisor statistiche operative atte a facilitare la valutazione del risultato, nonché i parametri finanziari necessari ad un buon controllo di gestione. A questo fine, è essenziale che consenta al franchisor od ai suoi funzionari l'accesso in qualunque momento ai locali della sua impresa ed ai suoi documenti.

Il franchisor assisterà il franchisee fornendogli una guida costante circa i costi operativi ed i margini che dovrà realizzare in ogni momento della sua attività.

Il franchisor fornirà al franchisee tutta l'assistenza necessaria all'ottenimento ed al perfezionamento della tecnologia della franchise.

Il franchisor farà una accurata valutazione dell'investimento in attrezzature, materiali, stock iniziale e costo di avviamento, e la comunicherà al potenziale franchisee prima della firma del contratto.

In caso di violazione o cessazione del contratto, il franchisee sarà tenuto a restituire immediatamente i segni distintivi del franchisor, nonché quei materiali e modelli legati all'uso di questi segni distintivi.

Entrambi franchisor e franchisee dovranno rispettare scrupolosamente la politica generale della franchise dal punto di vista commerciale ed amministrativo, sia all'interno del rapporto che nei confronti dei Clienti esterni e del pubblico in generale.

Entrambi franchisor e franchisee si impegnano a non intraprendere azioni che siano penalmente, fiscalmente o commercialmente perseguibili e passibili di recar danno alla reputazione della franchise e del marchio.

Il franchisor userà ogni mezzo possibile per assicurare che il franchisee riceva una fornitura regolare di merci e servizi di qualità buona, genuina e vendibile.

Qualora il franchisor, in aggiunta al contratto di franchise, rediga un secondo documento che stabilisce le condizioni generali operative per il franchisee, queste condizioni generali saranno portate a sua conoscenza prima della firma del contratto.

Qualora il franchisor ceda, con qualsivoglia modalità, ad una terza parte, l'impresa che costituisce la sua attività di franchisor, dovrà essere garantita la continuità del contratto di franchise ed i diritti del franchisee dovranno essere salvaguardati integralmente.

Ogni eventuale patto di non concorrenza applicabile dopo la violazione o cessazione del contratto, dovrà essere indicato e definito nel contratto in termini precisi con riguardo alla sua durata e limiti territoriali.

Il franchisor farà del suo meglio per risolvere, in buona fede e spontaneamente, le lamentele, contestazioni e dispute con i suoi franchisee mediante contatti e trattative oneste e dirette, ed inoltre concederà al franchisee un ragionevole periodo di tempo per correggere i propri difetti e viceversa.

Quando possibile, il franchisor dovrebbe risolvere le controversie con i franchisees attraverso gli Istituti Nazionali di arbitrato, o la Camera di Commercio Internazionale di Parigi, in conformità con i relativi regolamenti formulati da tali organismi.

EUROPESE ERECODE INZAKE FRANCHISING

De Europese erecode inzake franchising vormt de neerslag van de conclusies van het onderzoek van de regeringsdeskundigen over "de samenwerking tussen ondernemingen in de Gemeenschap - Franchising" die het onderwerp vormt van Nr. 5 uit deze serie. Hij komt eveneens tegemoet aan de wensen van velen, met name van enkele Europese parlementariërs.

De code is het resultaat van de werkzaamheden van de Europese franchising federatie en de daarbij aangesloten verenigingen (1), in samenwerking met de diensten van de Commissie. De code is eveneens voorgelegd aan de regeringsdeskundigen wier werkterrein de binnenlandse handel is.

Moge deze beroepscode als referentiekader dienen voor andere vormen van samenwerking zodat het midden- en kleinbedrijf in de Europese handel de hem toekomende rol kan spelen.

(1) 6 Lid-staten van de EG (BR Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland, België, Verenigd Koninkrijk) en 2 derde landen (Noorwegen, Zweden).

VOORWOORD

In onderhavige Code wordt met Franchising bedoeld, een methode van kontraktuele samenwerking tussen juridisch gelijkwaardige maar van elkaar losstaande partijen, enerzijds de franchisegever en anderzijds één of meer franchisenemers.

Dit sluit voor de franchisegever in :

1. het bezit van een firmanaam, van een handelsnaam, van een embleem of van andere symbolen, eventueel van een fabrieksmerk of van een handelsmerk en van een technische bedrevenheid die hij ter beschikking stelt van de franchisenemers.
2. de controle over een geheel van produkten en/of diensten, aangeboden op een originele en specifieke manier, die de franchisenemer aanvaardt te exploiteren volgens specifieke, commerciële technieken die voorafgaandelijk werden uitgetest en die ononderbroken worden bijgewerkt en gecontroleerd op hun geldigheid en hun doelmatigheid.

Het voornaamste objektief bij het afsluiten van een franchiseovereenkomst is zowel de franchisegever als de franchisenemer profijt te laten trekken van het samenbrengen van menselijke kwaliteiten en financiële middelen, zonder dat hun zelfstandigheid daarbij wordt aangetast.

Elke franchiseovereenkomst sluit, onder een of andere vorm, een betaling in van de franchisenemer aan de franchisegever voor het gebruik van diens naam, zijn diensten, zijn technologie en zijn technische bedrevenheid.

De draagkracht van een franchiseovereenkomst reikt dus verder dan deze van een gewone verkoopovereenkomst of van een concessie- of licentieovereenkomst, doordat beide partijen tegenover elkaar belangrijke verplichtingen aanvaarden die verder gaan dan deze die voorkomen in een traditionele commerciële relatie.

Daar de franchiseovereenkomst stoelt op wederzijds vertrouwen zullen beide partijen zich te allen tijde onthouden van gelijk welke dubbelzinnigheid in hun wederzijdse betrekkingen en in hun betrekkingen met het publiek in 't algemeen.

De franchisegever garandeert de echtheid van zijn rechten op merk, handelsnaam, embleem, slogan, enz., en verzekert aan de franchisenemers ongestoord genot van deze die hij te hunner beschikking stelt.

DE AANWERVINGSREKLAME EN -INFORMATIE

De aanwervingsreklame moet eerlijk en oprecht zijn, wars van alle dubbelzinnigheid en van alle misleidende elementen. Alle reclame moet in overeenstemming zijn met de wetten en reglementeringen, zowel wat de vorm als wat de geest betreft.

Aanwervingsteksten waarin rechtstreeks of onrechtstreeks verwezen wordt naar resultaten, cijfers of gegevens betreffende de te verwachten inkomsten of winsten voor de franchisenemer, moeten objectief zijn, volledig en te verifiëren, inzonderheid voor wat betreft de geografische zone en de periode waarop de gegevens betrekking hebben.

Elke inlichting die betrekking heeft op de financiële aspecten voor het verwerven van een franchisezaak moet o.m. duidelijk vermelden op welke posten deze voorwaarden betrekking hebben, of ze volledig zijn of slechts gedeeltelijk en het totaal investeringsbedrag vermelden.

SELEKTIE VAN FRANCHISENEMERS

De franchisegever weerhoudt en aanvaardt enkel kandidaat-franchisenemers welke beantwoorden aan de door de franchiseonderneming gestelde vereisten. Elke diskriminatie op grond van politiek, ras, taal, godsdienst of geslacht is uit den boze.

HET KONTRAKT

Het is noodzakelijk en inherent aan de franchising, dat de basisovereenkomst tussen franchisegever en franchisenemer in een schriftelijk kontrakt wordt vastgelegd.

Het franchisekontrakt bepaalt de rechten en verplichtingen van de partijen, zodanig dat garantie van billijkheid bestaat; tevens heeft het ten doel een goed beheer te verzekeren van de aangelegenheden van zowel de franchisegever als de franchisenemer.

Het kontrakt is opgesteld in duidelijke bewoordingen, in de landstaal van de franchisenemer.

In het kontrakt moeten ondermeer onderstaande punten worden gepreciseerd met dien verstande nochtans dat de aanvaarde bepalingen in overeenstemming zijn met het nationaal en communautair recht :

- de wijze en modaliteiten voor het betalen van de vergoedingen en van de periodieke contributies;
- de looptijd van het kontrakt en de manier waarop het kan verlengd worden; het tijdstip en de termijn van opzegging;
- de prioritaire rechten van de franchisegever wanneer de franchisenemer wenst afstand te doen van zijn handelsfonds;
- de beschrijving van de "territoriale rechten" die aan de franchisenemer zijn toegezegd en de eventuele opties op aanpalende sectoren;

- de wijze waarop een bestemming zal worden gegeven aan de inbreng van elke partij wanneer het kontrakt een einde neemt;
- de bijzondere bepalingen betreffende de bevoorrading en de leveranties van goederen, met inbegrip van deze welke het transport en de daaraan verbonden kosten regelen;
- betalingsvoorwaarden;
- diensten van de franchisegever ter beschikking van de franchisenemer op het gebied van marketing, promotie, reclame, technologie en vakkennis, administratie, opleiding, financiën en fiskaliteit, alsook in beleidsaangelegenheden in het algemeen; voorwaarden tegen dewelke deze diensten worden verleend;
- verplichtingen van de franchisenemer betreffende het mededelen van exploitatiegegevens en inzake inspectieprocedures en permanente opleiding.

OPLEIDING EN BEGELEIDING

Vooraleer het kontrakt van kracht wordt, gaat de franchisegever na of de franchisenemer de vereiste opleiding bezit en zo niet, dan helpt hij hem om die opleiding te verwerven. De opleiding van de franchisenemer behelst normaal een voorafgaande leertijd in een gelijkwaardige instelling.

De franchisegever garandeert aan de franchisenemer en dit gedurende heel de looptijd van het kontrakt, alle nodige en nuttige bijstand en informatie. Te dien einde organiseert hij nauwe en voortdurende relaties met hem, ondermeer door tussenkomst van bevoegde afgevaardigden.

Het kontakt tussen franchisenemer en franchisegever moet gemakkelijk tot stand kunnen komen en de franchisegever zal daarbij gehoor geven aan de oproepen van de franchisenemer. De franchisegever voorziet een systeem voor het uitwisselen van ideeën en voor het gezamenlijk bespreken van belangrijke problemen, met het doel de wederzijdse verstandhouding te verbeteren en het wederzijds belang te onderstrepen.

De franchisegever bezorgt aan de kandidaat-franchisenemer nauwkeurige, volledige en verifieerbare informaties, gebaseerd op de opgedane ervaring met een of meer zaken, vergelijkbaar met deze aan de franchisenemer voorgesteld. Deze informaties betreffen ondermeer de waarde van de vestiging in kwestie en de exploitatierekeningen van de zaak, of van een vergelijkbare zaak.

De franchisenemer moet aan de franchisegever de exploitatiegegevens bezorgen die hem in staat stellen de ratio's nodig voor een goed beheer uit te werken. Te dien einde is het normaal dat hij de franchisegever of zijn afgevaardigden toegang verleent tot de lokalen en bescheiden.

De franchisegever helpt de franchisenemer door hem te adviseren inzake de exploitatiekosten en de marges die hij normaal gezien in zijn zaak zou moeten kunnen verwezenlijken.

De franchisegever moet de franchisenemer op voldoende wijze helpen bij het verwerven en op gang brengen van zijn franchise-zaak.

De franchisegever maakt een ernstige raming van alle nodige investeringen en uitrusting, materieel, beginvoorraad en openingskosten, en deelt deze raming mede aan de franchisenemer vóór de ondertekening van het kontrakt.

In geval van verbreking of beëindiging van het kontrakt is het volstrekt vereist dat de franchisenemer onverwijld verzaakt aan het kenteken en aan alle tekeningen en modellen die specifiek aan het gebruik van dit kenteken zijn verbonden.

De franchisegever en de franchisenemer moeten gewetensvol de algemene politiek van de groep in commerciële en administratieve aangelegenheden naleven, zowel binnen de groep als ten overstaan van de klanten en voor het publiek in het algemeen.

De franchisegever en de franchisenemer ontzeggen zich elke handeling die strafrechtelijk, fiscaal en kommercieel ongeoorloofd is en schadelijk voor de faam van de groep.

De franchisegever stelt alles in het werk om de franchisenemer regelmatig te bevoorraden met gezonde goederen van bona fide kwaliteit.

Wanneer, benevens het franchisekontrakt, de franchisegever in een dokument algemene voorwaarden voor zijn verrichtingen tegenover zijn franchisenemer heeft bepaald, dan moeten deze algemene voorwaarden aan deze laatste vóór de ondertekening van het kontrakt worden bekendgemaakt.

Wanneer de franchisegever, onder welke vorm ook, van het handelsfonds bestaande uit zijn franchisedepartement, afstand doet aan een derde persoon, dan moet het voortbestaan van het franchisekontrakt worden verzekerd en moeten de rechten van de franchisenemer integraal gevrijwaard blijven.

Elk gebeurlijk beding van niet-mededinging na het verbreken of de afloop van het kontrakt moet in het kontrakt met looptijd en gebiedsafbakening worden bepaald.

De franchisegever zal naar best vermogen de klachten en bezwaren van en de conflicten met zijn franchisenemers oplossen. Hij zal daarbij getuigen van goede wil door het voeren van eerlijke en direkte onderhandelingen. Hij zal aan de franchisenemer een redelijke termijn geven om zijn tekortkomingen te herstellen, en vice versa.

Wanneer, in het kontrakt, toekenning van bevoegdheid is voorzien in geval van betwisting, dan is het normaal dat die bevoegdheid wordt toegekend aan de rechtbanken van de plaats waar de winkel of de inrichting van de franchisenemer is gevestigd.

Het wordt de franchisegevers nochtans aangeraden de niet opgeloste geschillen met de franchisenemers voor een nationaal Arbitrage-comité te brengen, ofwel voor een Arbitrage-comité samengesteld volgens de richtlijnen van de Internationale Kamer van Koophandel.

**Salgs- og abonnementskontorer · Vertriebsbüros · Γραφεία πώλησεως ·
Sales Offices · Bureaux de vente · Uffici di vendita · Verkoopkantoren**

Belgique — België

Moniteur belge — Belgisch Staatsblad

Rue de Louvain 40-42 — Leuvensestraat 40-42
1000 Bruxelles — 1000 Brussel
Tél. 512 00 26

Sous-dépôts — Agentschappen :

Librairie européenne — Europese Boekhandel
Rue de la Loi 244 — Wetsstraat 244
1040 Bruxelles — 1040 Brussel

CREDOC

Rue de la Montagne 34 - Bte 11 — Bergstraat 34
- Bus 11
1000 Bruxelles — 1000 Brussel

Danmark

Schultz Forlag

Montergade 21
1116 København K
Tlf. (01) 12 11 95

Underagentur :

Europa Bøger
Gammel Torv 6 — Postbox 137
1004 København K
Tlf. (01) 15 62 73

BR Deutschland

Verlag Bundesanzeiger

Breite Straße — Postfach 10 80 06
5000 Köln 1
Tel. (0221) 21 03 48
(Fernschreiber : Anzeiger Bonn 8 882 595)

Ελλάς

Γ. Κ. Έλευθερουδάκης Α.Ε.

Νίκης 4
Αθήνα (126)
Τηλ. 3226323
Τέλεξ 219410 elif

Πρακτόρευση :

Βιβλιοπωλείο Μόλχο
όδος Τιμισακή 10
Θεσσαλονίκη
Τηλ. 275 271
Τέλεξ 412885 limo

France

*Service de vente en France des publications des
Communautés européennes*

Journal officiel

26, rue Desaix
75732 Paris Cedex 15
Tél. (1) 578 61 39

« Service de documentation »

D.E.P.P. — Maison de l'Europe
37, rue des Francs-Bourgeois
75004 Paris
Tél. 887 96 50

Ireland

Government Publications

Sales Office
G.P.O. Arcade
Dublin 1

or by post

Stationery Office

Dublin 4
Tel. 78 96 44

Italia

Libreria dello Stato

Piazza G. Verdi, 10
00198 Roma — Tel. (6) 8508
Telex 62008

Nederland

Staatsdrukkerij- en uitgeverijbedrijf

Christoffel Plantijnstraat
Postbus 20014
2500EA 's-Gravenhage
Tel. (070) 78 99 11

United Kingdom

H.M. Stationery Office

P.O. Box 569
London SE1 9NH
Tel. (01) 928 69 77. ext. 365

España

Libreria Mundi-Prensa

Castelló 37
Madrid 1
Tel. 275 46 55

Portugal

Livraria Bertrand, s.a.r.l.

Rua João de Deus — Venda Nova
Amadora
Tél. 97 45 71
Télex 12 709 — litran — p.

Schweiz - Suisse - Svizzera

Librairie Payot

6, rue Grenus
1211 Genève
Tél. 31 89 50

Sverige

Librairie C.E. Fritzes

Regeringsgatan 12
Box 16356
103 27 Stockholm
Tél. 08-23 89 00

United States of America

European Community Information Service

2100 M Street, N.W.
Suite 707
Washington, D.C. 20 037
Tel. (202) 862 95 00

Grand-Duché de Luxembourg

**

Andre lande · Andere Länder · Άλλες χώρες · Other countries · Autres pays · Altri paesi · Andere landen

Kontoret for De europæiske Fællesskabers officielle Publikationer · Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften ·
Υπηρεσία Έπισημων Έκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων · Office for Official Publications of the European Communities ·
Office des publications officielles des Communautés européennes · Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee ·
Bureau voor officiële publikaties der Europese Gemeenschappen

L-2985 Luxembourg - 5, rue du Commerce · Tél. 49 00 81

Prix publics au Luxembourg, TVA exclue
ECU 2,45 BFR 100 DKR 20 DM 6,20 DRA 150 IRL 1.70 LIT 3100 HFL 6,85 UKL 1.30 USD 2.75



AMT FÜR AMTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN
OFFICE FOR OFFICIAL PUBLICATIONS OF THE EUROPEAN COMMUNITIES
OFFICE DES PUBLICATIONS OFFICIELLES DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
UFFICIO DELLE PUBBLICAZIONI UFFICIALI DELLE COMUNITÀ EUROPEE
BUREAU VOOR OFFICIËLE PUBLIKATIES DER EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

ISBN 92-825-2453-1