FranchiseArkitekt®

ATT TECKNA ETT FRANCHISEAVTAL

EN KORT PRESENTATION

FÖR DJUPARE STUDIER, LÄS FRANCHISEPRAKTIKAN

Copyright FranchiseArkitekterna AB

FranchiseArkitekt®

För att kunna skriva ett välbalanserat franchiseavtal krävs ett gediget förarbete i form av ett franchiseprojekt där affärskonceptet är tydligt beskrivet och där ansvarsområdena har fördelats på ett korrekt sätt.

Varje franchiseavtal är därefter anpassat till konceptet och till aktörerna. Trots detta kan nedanstående checklista fungera för att undvika att något område som bör förhandlas om inte kommer med i ett slutligt avtal.

Enligt min mening bör följande rubriker finnas i ett franchiseavtal.

1. INLEDNING

FranchiseArkitekt®

Här beskriver vi vilka avtalsparterna är, varför samarbetet sker på franchisebasis och vad syftet är med samarbetet enligt detta avtal.

2. RÄTTIGHETEN

FranchiseArkitekt®

Vilken rättighet får franchisetagaren och inom vilket geografiskt område?

Får man en exklusiv eller delad rättighet?

3. SKYLDIGHETER FÖR FRANCHISEGIVAREN

FranchiseArkitekt®

Bland de viktigaste skyldigheterna en franchisegivare har är att överföra know-how, att ge löpande support och att vaka över kvaliteten inom kedjan.

4. SKYLDIGHETER FÖR FRANCHISETAGAREN

FranchiseArkitekt®

Bland de viktigaste skyldigheter en franchisetagare har är att driva sin enhet (butik/ restaurang / etc.) enligt givna regler, att ha viss given organisation och att betala för rättigheten

5. FÖRBINDELSER

FranchiseArkitekt®

Båda parter skall förbinda sig att agera lojalt, att respektera sekretess och konkurrensförbud.

Detta gäller ofta också nyckelpersoner hos franchisetagaren.

6. GEMENSAM IDENTITET OCH FÖRHÅLLANDET TILL TREDJE MAN

FranchiseArkitekt®

Genom ett franchisesamarbete vill man skapa en illusion att alla enheter ingår i ett och sammaföretag. Det finns därför en skyldighet att agera under gemensam identitet.

Varumärken och andra kännetecken ägs dock av franchisegivaren samtidigt som franchisetagarna hjälper till att vårda och att skydda identiteten.

Den andra sidan av sammamynt är att franchisegivare och franchisetagare är juridiskt och ekonomiskt oberoende från varandra och att ingen har fullmakt för den andre.

Båda har därför en skyldighet att markera oberoendet utåt för att undvika missförstånd.

7. KONFIDENTIELL HANDBOK OCH INFORMATION

FranchiseArkitekt®

Man kan inte beskriva hela affärskonceptet
och allt handhavande i franchiseavtalet.

Man inkluderar därför en Handbok som kan
sägas utgöra franchisekedjans hjärta.

Handboken omfattas av upphovsrätt
och utgör företagshemligheter.

8. UTVECKLING

FranchiseArkitekt®

Varje franchisekedja måste förnyas löpande
och utan utveckling stannar varje system.

Båda parter har en skyldighet att bidra till utveckling.

Franchisegivaren skall dock leda utvecklingen
och ansvara för utbildningen.

9. MARKNADSFÖRING

FranchiseArkitekt®

Det som kan göras med stordriftsfördelar bör ske centralt som i storföretag. Marknadsföring är en sådan uppgift.

Om franchisetagaren får producera lokal marknadsföring så bör den granskas av franchisegivaren så att allt sker enhetligt.

10. EKONOMI OCH ADMINISTRATION

FranchiseArkitekt®

På samma sätt som i storföretag bör ekonomihanteringen ske enhetligt för att skapa möjligheter för statistik.

Franchisetagaren har skyldighet att betala i rätt tid. Detta gäller även till andra leverantörer så att varumärket inte ”smutsas”.

I de fall där avgifterna baserar på omsättningen är det naturligt att franchisegivaren har rätt att granska franchisetagarens ekonomi.

11. AVGIFTER

FranchiseArkitekt®

För att möjliggöra driften av en franchisekedja så betalar franchisetagarna avgifter till franchisegivaren.

De vanligast förekommande avgifterna är inträdesavgift, serviceavgift, marknadsföringsavgift och transferavgift.

12. ÖVERLÅTELSE AV RÄTTIGHETER

FranchiseArkitekt®

Ingen skall vara bunden av en viss form för all framtid.

Därför förbehåller sig oftast franchisegivaren en rätt att överlåta sina rättigheter till annan så länge skydd för franchisetagarna har förbehållits.

På samma sätt bör franchisetagaren ha en rätt att överlåta sina rättigheter, dock först efter godkännande av franchisegivaren.

Franchisegivaren bör då applicera samma kriterier som vid antagande av en ny franchisetagare.

13. AVTALETS FÖRTIDA UPPHÖRANDE

FranchiseArkitekt®

Avtalet inom franchising är nästan undantagslöst ett tidsbestämt avtal (ej tills vidare).

Ett sådant avtal upphör på en bestämd dag.

Vissa inträffade händelser kan dock innebära att ena eller andra parten har rätt att säga upp avtalet i förtid.

Detta kan ske då ett minimiåtagande inte uppfylls, då någon av parterna har begått avtalsbrott eller vid dödsfall eller långvarig sjukdom.

14. REGLER EFTER AVTALETS UPPHÖRANDE

FranchiseArkitekt®

Oavsett om avtalet upphör i förtid eller i rätt tid så skall franchisetagaren avidentifiera sin enhet den dagen.

I vissa kedjor förekommer en återköpsrätt för franchisegivaren avseende kedjans varor och inredning.

Parterna skall fortsatt iaktta lojalitet och sekretess gentemot varandra och ofta gäller ett konkurrensförbud på max 1 år så att franchisegivaren kan nyetablera en ny franchisetagare på samma område utan risk för att den tidigare franchisetagaren tar alla kunderna.

15. TOLKNINGSDATA

FranchiseArkitekt®

Liksom många andra avtal innehåller ett franchiseavtal vissa bestämmelser som avser hur avtalet skall tolkas.

Man föreskriver t.ex. att tillägg och förändringar skall vara skriftliga och att det skrivna dokumentet utgör hela avtalet, dvs. att inga muntliga sidoöverenskommelser förekommer.

Skulle något hända som är utanför parternas kontroll, sk force majeure så är detta en avtalsbefrielse.

16. AVTALSTID

FranchiseArkitekt®

Som tidigare nämnts så är franchiseavtal tidsbestämda avtal.

Normalt löper de på 3 eller 5 år med en ev förlängningsoption till franchisetagarens förmån.

17. TVISTELÖSNING

FranchiseArkitekt®

Tvister kan lösas i allmän domstol eller skiljenämnd eller genom medling.

18. AVSLUTNING

FranchiseArkitekt®

Ett avtal av detta omfång och stora betydelse för framtiden bör man inte kasta sig in i.

Franchisegivaren bör därför tillse att tillräcklig tid har givits för franchisetagarens möjlighet till överläggning med sakkunskap.

Man pratar ofta om en särskild tid att tänka efter, en sk cooling off-period.

19. BILAGOR

FranchiseArkitekt®

För att avtalet inte skall tyngas av detaljer
särskiljer man vissa saker i bilagor.

Detta gäller framförallt Handboken men kan också avse
en karta över marknadsområdet och profilanvisningar.

FranchiseArkitekt®

För att avtalet skall bli ett enhetligt dokument och med tanke på att det ska utgöra regelverket för ett långvarigt affärsförhållande så bör avtalet författas av en kunnig franchiseadvokat.

En ytterligare fördel med detta är att en advokat inte bara har sakkunskapen utan också tar ansvar för eventuella misstag och har en ansvarsförsäkring som täcker eventuella skador.