ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС
РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА
(РАФ)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основной целью настоящего Этического кодекса (далее – «**Кодекс**») является содействие созданию в России цивилизованного сообщества профессионалов и бизнеса в сфере франчайзинга, в частности, способствование ведению этичных и добросовестных переговоров при заключении сделок в сфере франчайзинга, а также соблюдение баланса прав и законных интересов участников правоотношений в данной области.

1.2. Настоящий Кодекс распространяется на Российскую Ассоциацию Франчайзинга (далее – «**РАФ**»), её членов, а также на других участников делового оборота, связанного с рынком франчайзинга на территории России, признавших и принявших данный Кодекс.

1.3. Предпринимательская деятельность в области франчайзинга является общественно значимой и экономически привлекательной, что подразумевает признание и принятие на себя участниками делового оборота обязательств действовать в общественных и экономических интересах добросовестным образом, этично и справедливо. Участники рынка франчайзинга осознают свою высокую социальную ответственность перед обществом и государством, принимают и обязуются выполнять требования настоящего Кодекса.

1.4. Настоящий Кодекс устанавливает определённые принципы и правила, которых необходимо придерживаться при ведении предпринимательской деятельности в области франчайзинга. Участники делового оборота должны стремиться соблюдать правила добросовестной конкуренции при осуществлении своей предпринимательской деятельности и не причинять вред деловой репутации, положению и экономическим интересам друг друга в результате ненадлежащего поведения, в том числе недобросовестных переговоров при ведении бизнеса по модели франчайзинга.

2. ФРАНЧАЙЗИНГ

2.1. *Франчайзинг* - это система (метод) продвижения товаров и/или услуг на определенной территории, которая включает распоряжение правами на объекты интеллектуальной собственности и которая основана на тесном, продолжительном, гражданско-правовом сотрудничестве между независимыми юридическими субъектами (сторонами) - франчайзором (*правообладателем*) и франчайзи (*пользователем*).

2.2. В рамках взаимодействия по модели франчайзинга франчайзор предоставляет франчайзи право использовать в предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав, включающий право на товарные знаки (знаки обслуживания), а также права на другие объекты исключительных прав, в том числе ноу-хау, а франчайзи обязуется вести предпринимательскую деятельность с использованием указанного (предоставленного) комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта франчайзора, в соответствии с системой (методом) ведения предпринимательской деятельности и стандартами (инструкциями) франчайзора и выплачивать франчайзору вознаграждение, установленное заключенным между сторонами соглашением.

2.3. В процессе работы франчайзи имеет право на необходимую техническую и консультационную поддержку со стороны франчайзора в рамках и в период действия соглашения. Если система ведения предпринимательской деятельности франчайзора предусматривает приобретение франчайзи определенных товаров, поставка товаров может осуществляться непосредственно от франчайзора или третьих лиц.

2.4. Бизнес-модель франчайзинга базируется на основополагающем принципе свободы договора (*ст. 421 ГК РФ*). Стороны свободны в заключении договора и вправе заключить договор коммерческой концессии *или* лицензионный договор, а также иные, сопутствующие договоры (напр., договор поставки, договор об оказании услуг), определяющие их права и обязанности, а также условия для наиболее эффективного сотрудничества.

3. ОСНОВНЫЕ ПРАВА И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

3.1. Франчайзор является инициатором франчайзинговой сети (бизнеса, развивающегося по модели франчайзинга), которая состоит из его собственного бизнеса и бизнеса в совокупности его франчайзи. При этом франчайзор выступает гарантом деятельности, осуществляемой в рамках данной бизнес-модели. Франчайзор является обладателем прав на объекты интеллектуальной собственности (исключительных прав или прав использования), предоставляемые в рамках соглашения с франчайзи.

3.2. *Франчайзор обязуется*:

- успешно развивать свою бизнес-систему (метод ведения предпринимательской деятельности) самостоятельно в течение разумного периода времени до начала ведения бизнеса по модели франчайзинга, имея, как минимум, одно «пилотное» (своё) предприятие (магазин, точку продаж, ресторан, кафе, салон, отель и т.д.), и передает франчайзи техническую и коммерческую документацию, а также предоставляет иную информацию, необходимую франчайзи для осуществления прав, предоставленных ему по соглашению; франчайзор может инструктировать и консультировать

франчайзи (его работников) по вопросам, связанным с осуществлением таких прав и выполнением обязанностей по договору;

- являться владельцем объектов интеллектуальной собственности или иметь надлежащее право использования товарных знаков (знаков обслуживания), ноу-хау и/или других объектов интеллектуальной собственности и быть вправе предоставлять право использования соответствующих объектов интеллектуальной собственности для ведения бизнеса по модели франчайзинга;

- обеспечивать проведение для франчайзи (его сотрудников) первоначального обучения касательно ведения бизнеса по модели франчайзинга и оказывать франчайзи дальнейшую консультационную и техническую поддержку в течение всего срока действия заключенного между ними соглашения;

- контролировать качество товаров (услуг), производимых и/или продаваемых (оказываемых) франчайзи на основании соглашения;

- нести другие обязанности и иметь иные права, предусмотренные соглашением.

3.3. *Франчайзи обязуется*:

- использовать при осуществлении предусмотренной соглашением деятельности товарные знаки (знаки обслуживания), ноу-хау и/или другие объекты интеллектуальной собственности указанным в соглашении образом (способом);

- соблюдать инструкции и указания франчайзора, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования объектов интеллектуальной собственности тому, как он используется франчайзором, в том числе указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления коммерческих помещений, используемых франчайзи при осуществлении предоставленных ему по соглашению прав;

- делать все возможное и достаточное для развития бизнеса по модели франчайзинга и поддержания имиджа, престижа и репутации такого бизнеса, а также франчайзора;

- предоставлять франчайзору проверенную операционную информацию и документацию для определения качества и уровня ведения бизнеса по модели франчайзинга, в частности, финансовые отчеты, необходимые для эффективного управления таким бизнесом;

- предоставлять франчайзору и/или уполномоченным им лицам доступ в производственные и коммерческие помещения, а также доступ к документации (по просьбе франчайзора);

- не разглашать третьим лицам секреты производства (ноу-хау) франчайзора и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию, как в течение срока действия соглашения, так и по его истечении;

- оказывать покупателям (заказчикам) соответствующие дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (услугу) непосредственно у франчайзора;

- нести другие обязанности и иметь иные права, предусмотренные соглашением.

3.4. Стороны взаимодействуют между собой честно и добросовестно в рамках заключенного между ними соглашения. Франчайзор письменно уведомляет франчайзи о каких-либо нарушениях условий соглашения и, если приемлемо и применимо, предоставляет время франчайзи для исправления таких нарушений. Стороны должны стараться разрешать все разногласия, конфликты и споры путем взаимных компромиссов, демонстрируя при этом добрую волю, посредством прямого общения и переговоров, руководствуясь положениями действующего (применимого) законодательства.

4. РЕКЛАМА И ИНФОРМАЦИЯ

4.1. Реклама франчайзора в отношении развития бизнеса по модели франчайзинга для целей привлечения и последующего выбора партнёра (франчайзи) должна быть добросовестной, достоверной и не должна содержать сведений, вводящих потенциальных франчайзи в заблуждение.

4.2. Любые публикуемые франчайзором сведения рекламного либо информационного характера, содержащие прямые или косвенные ссылки на возможные будущие положительные результаты и/или показатели доходов, которые может ожидать франчайзи, должны быть объективными и не должны вводить потенциальных франчайзи в заблуждение.

4.3. При этом при обсуждении деталей ведения бизнеса по модели франчайзинга непосредственно с потенциальными франчайзи франчайзор вправе делать предположения, которые могут быть проверены лишь с течением времени.

5. ВЫБОР ПАРТНЁРА (ФРАНЧАЙЗИ)

5.1. Франчайзор должен выбирать и вступать в отношения с новыми партнёрами (франчайзи) только после самостоятельной, детальной и юридической проверки потенциальных кандидатов, осуществляемой за счет франчайзора.

5.2. Франчайзи должен обладать основными навыками и опытом ведения предпринимательской деятельности в соответствующей сфере, а также иметь необходимые финансовые ресурсы, достаточные для первоначальных вложений (инвестиций) и ведения бизнеса по модели франчайзинга во исполнение соглашения.

6. СОГЛАШЕНИЕ О ФРАНЧАЙЗИНГЕ

6.1. Соглашение о франчайзинге между сторонами (франчайзором и франчайзи) (далее – «**Соглашение**») заключается в письменной форме и должно соответствовать положениям действующего (применимого) законодательства, а также настоящего Кодекса.

6.2. Соглашение не должно затрагивать права и нарушать законные интересы иных лиц (франчайзи), работающих в системе франчайзинга. Соглашение должно защищать принадлежащие франчайзору права на объекты интеллектуальной собственности, коммерческий опыт и его деловую репутацию.

6.3. Все права и обязательства сторон должны быть разумными и понятными. Условия соглашения должны быть исполнимыми. За неисполнение обязательств должна быть предусмотрена ответственность.

6.4. *Соглашение должно содержать, как минимум*:

- сведения о сторонах договора (с указанием наименований и адресов сторон);
- предмет договора (с указанием соответствующих объектов интеллектуальной собственности);
- товары и/или услуги, в отношении которых предоставляется право использования товарного знака (знака обслуживания) (применительно к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания));
- объём предоставляемых прав;
- ограничения прав сторон (если применимо);
- обязательства франчайзора и обязательства франчайзи;
- право на заключение соглашений о субфранчазинге;
- размер и порядок выплаты вознаграждения;
- территория (если определена);
- срок действия договора (если определён);
- порядок расторжения договора;
- возможность одностороннего отказа от исполнения договора;

- ответственность сторон;
- подписи сторон (с указанием должностей подписантов).

6.5. Соглашение может предусматривать иные положения, соответствующие интересам сторон. Условия Соглашения могут периодически пересматриваться и изменяться с течением времени.

6.6. В случаях, предусмотренных законодательством, предоставление права использования объектами интеллектуальной собственности подлежит государственной регистрации. При несоблюдении требования о государственной регистрации предоставление права использования по соглашению может считаться несостоявшимся.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Положения настоящего Кодекса являются общими, поскольку не представляется возможным установить все этические требования, распространяющиеся на все ситуации и обстоятельства, с которыми могут столкнуться франчайзор и франчайзи (стороны) в ходе осуществления ими предпринимательской деятельности по модели франчайзинга.

7.2. Репутация и будущие успехи сторон зависят не только от требований действующего законодательства, но и выполнения высоких этических стандартов, а также добросовестности их поведения.

7.3. Настоящий Кодекс является свидетельством приверженности сторонами принципам цивилизованного, добросовестного и этичных поведения в ходе ведения ими предпринимательской деятельности по модели франчайзинга. Франчайзор и франчайзи, работающие по модели франчайзинга, безусловно признают, принимают и будут придерживаться положений настоящего Кодекса.

7.4. Настоящая редакция Кодекса вступает в силу с момента его утверждения Советом Директоров РАФ. Настоящий Кодекс может пересматриваться, изменяться, дополняться и совершенствоваться Советом Директоров РАФ.

7.5. Электронная версия настоящего Кодекса доступна по следующему адресу в сети Интернет: _____.