

## **CODICE DEONTOLOGICO EFF**

---

### **Codice Deontologico Europeo Del franchising**



Ultima modifica: 5 dicembre, 2003

### **PARTE I - INTRODUZIONE (I-IV)**

#### **I - La EFF RAPPRESENTA IL FRANCHISING EUROPEO**

L'Associazione Europea del Franchising (EFF) e' un'associazione internazionale senza scopo di lucro, costituitasi nel 1972.

I suoi Membri sono federazioni o associazioni di Franchising Nazionali con sede in Europa.

La EFF accetta tra i suoi Associati membri che non sono federazioni o associazioni di Franchising.

#### **II - GLI INTENTI DELLA EFF**

1. Promuovere il Franchising in Europa
2. Proteggere l'Industria del Franchising attraverso il Codice di Comportamento europeo
3. Influenzare e incoraggiare lo sviluppo del Franchising in Europa
4. Rappresentare gli interessi dell'Industria del Franchising in organizzazioni internazionali come la Commissione Europea e il Parlamento Europeo
5. Promuovere e rappresentare l'Industria del Franchising Europeo e i suoi Membri in tutto il mondo
6. Promuovere lo scambio di informazioni e documentazioni tra Federazioni o Associazioni di Franchising Nazionali e il resto del mondo
7. Porsi al servizio delle Associazioni Membri

#### **III - REQUISITI PER ASSOCIARSI**

Tutte le federazioni o associazioni rappresentative del Franchising nazionale con sede in Europa possono fare domanda di ammissione alla Federazione (EFF).

Gli ASSOCIATI sono obbligati a rispettare le seguenti condizioni:

- a) I membri delle Federazioni o Associazioni dovranno essere reti di Franchising che includono i franchisors e loro franchisees, e l'organo direttivo delle Federazioni o Associazioni deve essere composto principalmente da Franchisor eletti dai Soci effettivi. Inoltre, il Presidente dell'Associazione o Federazione in questione deve essere un franchisor e un membro del Consiglio nazionale.
- b) Le Federazioni o Associazioni associate devono accettare senza riserve lo Statuto della FEDERAZIONE, e le norme e le regolamentazioni associatevi.  
In particolar modo, le Federazioni o Associazioni membri devono esigere dai loro soci Franchisor completa accettazione e subordinazione al Codice Europeo di Comportamento (Codice Deontologico) del Franchising
- c) Ogni Associazione o Federazione associata deve operare una selezione dei propri associati attraverso controlli effettivi che assicurino che i suoi Soci Franchisors con diritto di voto rispettino il Codice Deontologico Europeo del Franchising
- d) L'accettazione come membri di Federazioni o Associazioni e' subordinata all'approvazione del Consiglio Direttivo della FEDERAZIONE
- e) Pagamento della quota fissata dal Consiglio Direttivo della FEDERAZIONE.

La Federazione ammetterà tra i propri Associati, alle condizioni approvate dal Consiglio Direttivo, Associazioni di Franchising nazionali che, seppur non soddisfacendo tutte le condizioni di cui sopra, dimostrano un impegno evidente e un reale desiderio di mettersi in regola.

#### **PARTE II - IL CODICE (ultima modifica: 5/12/03)**

#### **IV - CODICE DEONTOLOGICO EUROPEO DEL FRANCHISING**

Questo Codice Deontologico Europeo è la versione aggiornata di quella elaborata nel 1972 dalla Federazione Europea del Franchising (EFF).

Ogni associazione nazionale o membro federativo della EFF ha partecipato alla sua stesura e assicurerà la sua divulgazione, interpretazione e adattabilità al proprio paese.  
Proposte di emendamento che vengono da Associazioni membri possono esistere come estensioni del Codice base, non modifiche, e devono essere approvate dagli organi direttivi della EFF prima di essere implementate.

Questo Codice Deontologico consiste in un insieme concreto di regole essenziali per il comportamento corretto da parte di coloro che operano il franchising in Europa.

## 1. Definizione di Franchising

Il Franchising (in seguito l'Affiliazione) è un sistema di commercializzazione di prodotti e/o servizi e/o tecnologie basato su una stretta e continuativa collaborazione tra imprese legalmente e finanziariamente separate e indipendenti, il Franchisor (in seguito l'Affiliante) ed i suoi Franchisees (in seguito Affiliati), secondo il quale l'Affiliante concede ai suoi Affiliati il diritto, ed impone loro l'obbligo, di intraprendere un'attività economica in base al sistema elaborato dall'Affiliante.

Il diritto legittimo e obbliga l'Affiliato, in cambio di un corrispettivo finanziario diretto o indiretto, ad usare il nome commerciale e/o i marchi commerciali e/o i marchi relativi a prestazioni di servizi, il know-how (\*) i metodi commerciali e tecnici, le procedure e altri diritti di proprietà industriale e/o intellettuale dell'Affiliante, collegati ad una prestazione continuativa di assistenza commerciale e tecnica nel quadro e secondo le condizioni di un contratto di Affiliazione scritto, concluso tra le parti a questo fine.

(\*) Il "know-how" rappresenta un complesso di informazioni pratiche non brevettate, risultante dall'esperienza e dalla sperimentazione dell'Affiliante che è segreto, sostanziale e identificato.

- "segreto" significa che, considerato come un complesso di nozioni o nella precisa configurazione e connessione dei suoi elementi, non è generalmente noto né facilmente accessibile. Non è limitato nel senso che ogni componente individuale del know-how dovrebbe essere totalmente sconosciuto e non ottenibile al di fuori dell'attività dell'Affiliante.
- "sostanziale" implica che il know-how include informazioni indispensabili per il franchisee per la vendita dei beni o per la prestazione di servizi al consumatore finale ed in particolare per la presentazione dei prodotti alla vendita, per l'utilizzo di beni in funzione alla prestazione di servizi, per i comportamenti con i clienti, per la gestione amministrativa e finanziaria; il know-how deve essere utile per l'Affiliato e ne deve accrescere le capacità competitive in particolare migliorando i risultati dell'Affiliato o aiutandolo ad entrare in nuovi mercati.
- "identificato": deve essere descritto in un modo sufficientemente comprensibile tale da consentire di verificare se corrisponde ai criteri di segretezza e di sostanzialità. Il know-how può essere esplicitato sia nel contratto di franchising o in un documento separato oppure redatto in qualsiasi altra forma appropriata

## 2. Principi guida

2.1 L'Affiliante è il promotore di una rete di Affiliazione, composta dallo stesso e dai propri Affiliati, di cui l'Affiliante è lo stabile tutore.

### 2.2 Le obbligazioni dell'Affiliante

a) Prima di porre in essere la propria rete di Affiliazione l'Affiliante dovrà aver già sviluppato con successo i propri piani di attività per un tempo ragionevole e con almeno un'unità pilota.

b) L'Affiliante dovrà essere il titolare, o detenere un legittimo diritto all'uso della denominazione della propria rete, dei marchi commerciali e degli altri segni di distinzione.

e) L'Affiliante dovrà assicurare all'Affiliato una formazione iniziale ed una costante assistenza commerciale e/o tecnica durante l'intera durata del contratto.

### 2.3 Le obbligazioni dell'Affiliato

a) L'Affiliato dovrà dedicarsi con il massimo impegno allo sviluppo delle attività oggetto dell'Affiliazione ed al mantenimento dell'identità comune e della reputazione della rete di Affiliazione.

b) L'Affiliato dovrà fornire all'Affiliante dati operativi verificabili al fine di facilitare la determinazione dei risultati dell'attività svolta nonché i dati finanziari necessari per un effettivo controllo gestionale, ed inoltre consentirà all'Affiliante e/o ai suoi agenti l'accesso ai propri locali ed ai propri registri secondo le richieste dell'Affiliante ed in tempi ragionevoli.

c) L'Affiliato non dovrà rivelare a terzi il know-how fornito dall'Affiliante né durante né dopo la scadenza del contratto.

#### 2.4 Gli obblighi continuativi di entrambe le parti

a) Le parti dovranno operare correttamente nei rapporti reciproci. L'Affiliante dovrà dare comunicazione scritta ai propri Affiliati di ogni inadempimento contrattuale nei propri confronti e, dove appropriato, concederà un tempo ragionevole per la risoluzione dell'inadempimento.

b) Le parti dovranno trovare una soluzione alle contestazioni, lamentele e controversie in buona fede e con buona volontà, attraverso corrette e ragionevoli comunicazioni dirette e con l'instaurazione di trattative.

### 3. Reclutamento, pubblicità ed obblighi di informazione

3.1 La pubblicità per il reclutamento degli Affiliati sarà priva di ambiguità e di affermazioni fuorvianti.

3.2 Tutti i materiali pubblicitari e promozionali che contengono riferimenti diretti o indiretti a risultati cifre o guadagni che gli Affiliati possono attendersi devono essere obiettivi e non fuorvianti.

3.2 Al fine di consentire agli Affiliati la sottoscrizione di qualsiasi documento impegnativo con piena cognizione, dovrà essere loro consegnata con ragionevole anticipo prima della sottoscrizione di tali documenti impegnativi una copia del presente Codice Deontologico, come pure una completa ed accurata informativa scritta su tutti gli elementi ed i materiali rilevanti nel rapporto di Affiliazione.

3.3 Nell'ipotesi in cui l'Affiliante faccia sottoscrivere all'Affiliato un contratto preliminare sarà necessario che vengano rispettati i seguenti principi:

- prima della sottoscrizione di qualsiasi contratto preliminare il candidato-Affiliato dovrà ricevere informazioni scritte sugli scopi e su qualsiasi commissione sia tenuto a pagare all'Affiliante a fronte delle spese effettive che quest'ultimo possa aver incontrato durante e in conseguenza della fase precontrattuale; se il contratto di Affiliazione viene sottoscritto, le predette commissioni devono venire rimborsate dall'Affiliante, o detratte dall'eventuale diritto di entrata posto a carico dell'Affiliato;
- il contratto preliminare deve specificare la propria durata e contenere una clausola di cessazione;
- l'Affiliante può imporre clausole di non concorrenza e/o di riservatezza al fine di proteggere il proprio know-how e la propria identità.

### 4. Selezione degli Affiliati

Un Affiliante selezionerà e accetterà come Affiliati soltanto coloro che, al termine di una ragionevole indagine, posseggano le capacità basilari, l'istruzione, le qualità personali e le risorse finanziarie sufficienti a sviluppare l'attività in Affiliazione.

### 5. Il contratto di Affiliazione

5.1 Il contratto di Affiliazione sarà conforme sia alla lettera che allo spirito delle leggi nazionali, delle normative della Comunità Europea e del presente Codice Deontologico, incluse eventuali estensioni di carattere nazionale al Codice.

5.2 Il contratto dovrà riflettere gli interessi dei membri della rete di Affiliazione con la protezione dei diritti di proprietà industriale o intellettuale dell'Affiliante e col mantenimento della comune identità e reputazione della rete. Tutti gli accordi e tutte le condizioni contrattuali relativi al rapporto di Affiliazione saranno redatti per iscritto nella lingua ufficiale del Paese in cui risiede l'Affiliato, o tradotti da un traduttore notarile, e i contratti firmati saranno consegnati immediatamente all' Affiliato.

5.3 Il contratto di Affiliazione presenterà chiaramente i rispettivi obblighi e responsabilità delle parti ed ogni altra condizione materiale del rapporto, con correttezza e senza ambiguità.

5.4 Gli elementi essenziali e imprescindibili che il contratto deve contenere sono i seguenti:

- i diritti concessi all'Affiliante;
- i diritti concessi all'Affiliato;
- i prodotti e/o servizi forniti all'Affiliato;
- le obbligazioni dell'Affiliante;
- le obbligazioni dell'Affiliato;
- le termini di pagamento da parte dell'Affiliato;
- la durata del contratto, che dovrà essere sufficientemente lunga per consentire all'Affiliato di ammortizzare i propri investimenti iniziali specifici di Affiliazione;
- le condizioni per ogni rinnovo del contratto;
- i termini secondo i quali gli Affiliati possono vendere o trasferire l'attività in Affiliazione ed i possibili diritti di prelazione dell'Affiliante a questo riguardo;
- le condizioni relative all'uso dei segni distintivi dell'affiliante (marchio, marchi di servizio, marca, insegna del negozio, logo o ogni altra identificazione);
- il diritto dell'Affiliante di adattare il sistema di Affiliazione a nuovi o mutati metodi;
- i termini di cessazione del contratto;
- le condizioni per la pronta restituzione al momento della cessazione del contratto di qualsiasi bene materiale o immateriale che appartenga all'Affiliante o ad altri.

## **6. Il Codice Deontologico e il rapporto degli Affiliati principali (Master Franchisee)**

Questo Codice Deontologico dovrà estendersi alle relazioni tra l'Affiliante e l'Affiliato e ugualmente dovrà essere applicato tra l'Affiliato principale (Master Franchisee) e i suoi Affiliati.

Non dovrà estendersi ai rapporti tra l'Affiliante e i suoi Affiliati principali (MasterFranchisee).