

Code de conduite

Fédération Suisse de la Franchise

1. Définition des systèmes de distribution

Les systèmes de distribution sont des organisations de vente par lesquelles des biens et/ou des services et/ou des technologies (ci-après "les offres commerciales") sont commercialisés. Il s'agit d'une coopération d'entreprises juridiquement et financièrement autonomes et indépendantes - le fournisseur du système et ses partenaires de distribution.

Le fournisseur de système accorde à ses partenaires de distribution le droit et, en règle générale, leur impose parallèlement l'obligation de mettre sur le marché les offres commerciales. Ce droit peut inclure (i) l'utilisation de l'assistance technique et commerciale du fournisseur de système, (ii) l'utilisation d'un nom de système et/ou de marques déposées, de marques de service et/ou d'autres signes distinctifs (ci-après dénommés collectivement les "Marques"), et (iii) l'utilisation du savoir-faire du fournisseur de système.

2. Les principes directeurs

a. Obligations du fournisseur de système

Le fournisseur de système doit :

- avoir exploité avec succès son concept commercial sur une période suffisante avant de mettre en place son système de distribution ("proof of concept") ;
- fournir une formation initiale adéquate de chaque distributeur ;
- fournir au distributeur une assistance commerciale et/ou technique adéquate pendant toute la durée du contrat.

b. Obligations de chaque distributeur

Le fournisseur de système encouragera ses distributeurs à :

- Faire des efforts continus en vue de développer leurs activités commerciales et de préserver l'identité collective et la réputation du système de distribution ;
- fournir au fournisseur de système des données économiques vérifiables afin d'en faciliter l'analyse requise pour un soutien efficace ;
- à ne pas divulguer à des tiers, pendant ou après la fin de la relation contractuelle, le savoir-faire qui lui a été communiqué par le fournisseur de système.

c. Autres obligations des deux parties contractantes

Les deux parties s'efforceront

- d'être justes et respectueuses dans les relations qu'elles entretiennent entre elles ;
- de résoudre dans la mesure du possible les plaintes, griefs et divergences entre elles par des discussions honnêtes et objectives et des négociations directes.

3. Publicité, acquisition de partenaires et informations précontractuelles

- a. La publicité visant à recruter des partenaires de distribution doit être libre de toute ambiguïté et ne contenir aucune information trompeuse.
- b. Toute publicité ou tout outil promotionnel destiné à recruter des partenaires, et qui fait directement ou indirectement référence à des résultats, des chiffres ou des gains futurs réalisables par les différents partenaires commerciaux, doit être exact et sans ambiguïté.
- c. Afin de permettre aux distributeurs potentiels de conclure tout accord contraignant en toute connaissance de cause, les informations et les documents relatifs à la collaboration future seront mis à leur disposition dans un délai raisonnable avant la signature de l'acte final.

4. Sélection des différents distributeurs

Un fournisseur de systèmes ne devrait sélectionner que les distributeurs qui, sur la base d'une analyse approfondie, possèdent les connaissances de base, la formation, les aptitudes personnelles et les ressources financières suffisantes pour se lancer dans une telle activité.

5. L'organisation juridique du système de distribution

- a. L'organisation juridique du système de distribution doit être conforme aux normes légales tant nationales qu'internationales ainsi qu'au présent code de conduite et à ses amendements éventuels.
- b. Le fournisseur de système doit s'assurer qu'il est le propriétaire ou l'utilisateur légitime des signes distinctifs liés à son réseau de distribution et doit maintenir l'identité uniforme et la réputation de son réseau de distribution.
- c. Toute relation contractuelle entre le fournisseur de système et un distributeur doit clairement définir les obligations et responsabilités respectives des parties et tous les autres termes matériels de la relation contractuelle.
- d. Les clauses contractuelles suivantes constituent un minimum indispensable :
 - les droits accordés au fournisseur du système
 - les droits accordés à chaque distributeur ;
 - les obligations du fournisseur du système ;
 - les obligations de chaque distributeur ;
 - les biens et/ou services qui doivent être mis à la disposition du distributeur aux fins de distribution
 - les dispositions relatives à l'utilisation des signes distinctifs propres ;
 - les obligations financières des parties contractantes ;
 - la durée du contrat ;
 - les modalités de résiliation du contrat.