

UMOWA FRANCZYZY

Zawarta w Łodzi, dnia 2011 roku,

POMIĘDZY

NATURHOUSE Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Łodzi, ul. Dostawcza 12, 93-231 Łódź, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia XX Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000250651; kapitał zakładowy 375.000,00 zł; NIP 5792097436; REGON 220182717; reprezentowaną przez pełnomocnika Pana Andrzeja Gładysza, legitymującego się dowodem osobistym seria AHU numer 965166 na podstawie pełnomocnictwa z dnia udzielonego przez Zarząd Spółki,
(w dalszej części umowy zwaną **FRANCZYZODAWCĄ**),

A

.....
.....
.....

(w dalszej części umowy zwanym **FRANCZYZOBIORCĄ**).

§ 1.

OŚWIADCZENIA STRON

1. **FRANCZYZODAWCA** oświadcza, iż stworzył i wprowadził w życie system zarządzania i zastosowania technik handlowych i reklamowych zmierzających do otwarcia sieci centrów dietetycznych, wyróżniających się jednolitym wizerunkiem, reklamą i techniką handlową, zajmujących się sprzedażą produktów marek **HOUSEDIET** i **KILUVA**, a także unikalną filozofię prowadzenia sprzedaży pod marką **NATURHOUSE**, jako formy sprzedaży bezpośredniej, prowadzonej w małych i funkcjonalnych lokalach, dysponujących własnym niepowtarzalnym wizerunkiem i przystosowanych do nowych trendów w sprzedaży produktów dietetycznych, oraz odpowiadającą bieżącym zapotrzebowaniom rynkowym.
2. **FRANCZYZODAWCA** oświadcza, iż posiada własny i unikalny system zarządzania swoimi centrami dietetycznymi, polegający w szczególności na:
 - a. Systemie zarządzania i techniki sprzedaży.
 - b. Systemie kontroli zapasów pozwalającym na planowanie sprzedaży, redukcję wysokości inwestycji i optymalizację obrotów sieci.
 - c. Prostym i praktycznym systemie księgowania umożliwiającym stałą analizę dziennej sprzedaży w danym sklepie.
 - d. Utrwalonym sposobie promocji swoich centrów i produktów z wykorzystaniem czasopisma *PESO PERFECTO*.
3. **FRANCZYZODAWCA** oświadcza, iż opracował sposób postępowania zmierzający do założenia, wyposażenia i otwarcia samodzielnego centrum dietetycznego **NATURHOUSE** prowadzonego przez **FRANCZYZOBIORCĘ**. Szczegóły dotyczące korzystania z systemu zawarte są w **KSIĄŻCE KNOW-HOW**, która stanowi załącznik nr 2 do niniejszej umowy i jej integralną część.

4. FRANCYZODAWCA oświadcza, iż jest właścicielem znaków towarowych NATURHOUSE oraz HOUSEDIET oraz jest uprawniony do dystrybucji produktów marki KILUVA. Wszystkie znaki towarowe podlegają ochronie prawnej i są zarejestrowane na rzecz FRANCYZODAWCY bądź jego partnerów na mocy stosownych umów handlowych, zaś przekazanie prawa do ich korzystania FRANCYZOBIORCY oraz sam sposób korzystania z nich przez FRANCYZOBIORCĘ może nastąpić wyłącznie na warunkach określonych w niniejszej umowie.
5. FRANCYZODAWCA oświadcza, iż produkty marki HOUSEDIET oraz KILUVA są przeznaczone do sprzedaży wyłącznie w centrach dietetycznych NATURHOUSE.
6. FRANCYZOBIORCA oświadcza, iż jego wolą jest otwarcie centrum dietetycznego NATURHOUSE, otrzymanie odpowiedniego know-how stworzonego i posiadanego przez FRANCYZODAWCĘ oraz prowadzenie działalności gospodarczej przez okres obowiązywania niniejszej umowy zgodnie z jej postanowieniami i filozofią marki NATURHOUSE.
7. FRANCYZOBIORCA oświadcza, że poznał zasady funkcjonowania franczyzy w ramach marki NATURHOUSE i uznaje je za odpowiednie do realizacji swoich celów i planów. Oświadcza również, iż rozumie naturę i cel prowadzenia przez FRANCYZODAWCĘ systemu sieci franczyzy pod marką NATURHOUSE oraz akceptuje, że każdy szczegół systemu sieci jest istotny dla FRANCYZODAWCY z punktu widzenia rozwoju i utrzymania wysokich norm jakości usług, jednolitych zasad działania centrów dietetycznych prowadzonych w ramach franczyzy, znaczenia wizerunku sieci oraz dążenia do zwiększenia popytu na PRODUKTY i ŚWIADCZONE USŁUGI.
8. FRANCYZOBIORCA oświadcza, iż posiada lokal przeznaczony dla celów handlowo-usługowych, o powierzchni użytkowej m², znajdujący się w
.....,
(w dalszej części umowy zwany **LOKALEM**), zaś tytuł prawny do zajmowania i korzystania z powyższego lokalu przysługuje mu na podstawie
.....
Kopia dokumentu stwierdzającego tytuł prawny do lokalu przekazywana jest FRANCYZODAWCY i stanowi część dokumentacji LOKALU prowadzonej w ramach systemu zarządzania siecią.
9. FRANCYZOBIORCA oświadcza, iż posiada środki ekonomiczne konieczne do otwarcia LOKALU i prowadzenia w nim centrum dietetycznego w ramach franczyzy zgodnie ze wszystkimi wskazówkami i wymogami FRANCYZODAWCY określającymi sposób zorganizowania i funkcjonowania LOKALU oraz iż uzyskał wszelkie wymagane zezwolenia na prowadzenie działalności gospodarczej.

§ 2.

PRZEDMIOT UMOWY

1. Na mocy niniejszej umowy FRANCYZODAWCA zezwala na korzystanie przez FRANCYZOBIORCĘ ze stworzonej przez siebie **konceptji prowadzenia działalności gospodarczej** (zwanej w niniejszej umowie **FRANCYZĄ**), na którą składają się prawa i obowiązki STRON objęte treścią niniejszej umowy, a także upoważnia FRANCYZOBIORCĘ

do otwarcia centrum dietetycznego NATURHOUSE i używania nazwy, logo, wyróżników i innych elementów związanych ze znakiem towarowym NATURHOUSE w zakresie ustalonym w KSIĄŻCE KNOW-HOW.

2. Jedynym celem działalności centrum dietetycznego będą SPRZEDAŻ NA ZASADZIE WYŁĄCZNOŚCI produktów dietetycznych marek HOUSEDIET i KILUVA (w dalszej części umowy zwanych PRODUKTAMI) oraz ŚWIADCZENIE USŁUG W ZAKRESIE REEDUKACJI ŻYWIENIOWEJ (w dalszej części umowy zwanych również USŁUGAMI).
3. Pod pojęciem sprzedaży na zasadzie wyłączności strony rozumieją:
 - a. Prawo FRANCZYZOBIORCY do sprzedaży PRODUKTÓW i świadczenia USŁUG na określonym obszarze geograficznym z wyłączeniem innych podmiotów tj. z zobowiązaniem leżącym po stronie FRANCZYZODAWCY, iż na tym obszarze nie będzie znajdować się inne centrum dietetyczne sieci NATURHOUSE.
 - b. Obowiązek FRANCZYZOBIORCY do sprzedaży PRODUKTÓW i świadczenia USŁUG jedynie w LOKALU i zakaz posługiwania się innymi kanałami dystrybucji. Z przedmiotu umowy wyraźnie wyłącza się każdą inną sprzedaż poza sprzedażą PRODUKTÓW i USŁUG prowadzoną w LOKALU.
4. Franczyza obejmuje prawo do korzystania ze znaku towarowego NATURHOUSE i sprzedaży PRODUKTÓW oraz świadczenia USŁUG tylko w odniesieniu do LOKALU objętego niniejszą umową. W każdym przypadku, gdy umowa stanowi o sprzedaży PRODUKTÓW, należy przez to rozumieć również świadczenie USŁUG, o ile nie zastrzeżono inaczej.
5. FRANCZYZODAWCA w chwili podpisania niniejszej umowy przekazuje FRANCZYZOBIORCY know-how w postaci instrukcji zwanej KSIĄŻKĄ KNOW-HOW oraz wsparcia technicznego udzielanego w sposób ciągły przez cały okres obowiązywania umowy. Sposób wsparcia zostaje określony w obowiązkach FRANCZYZODAWCY, o których mowa w § 4.
6. Poza szczegółowo wskazanymi zapisami niniejszej umowy FRANCZYZODAWCA nie jest uprawniony, do ingerencji w sposób zarządzania centrum dietetycznym przez FRANCZYZOBIORCĘ, ani do zastępowania go w roli podmiotu kierującego tym centrum. FRANCZYZOBIORCA ponosi pełne ryzyko gospodarcze związane z prowadzeniem działalności na własny rachunek.
7. FRANCZYZODAWCA nie jest w żaden sposób odpowiedzialny wobec FRANCZYZOBIORCY z tytułu zwrotu jakichkolwiek kosztów poniesionych w związku z realizacją centrum dietetycznego, w szczególności kosztów środków trwałych, usług, promocji, jak również zobowiązań w stosunku do dostawców, klientów, pracowników ani innych kosztów związanych z dostosowaniem i prowadzeniem LOKALU zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.

§ 3.

STREFA WYŁĄCZNOŚCI FRANCZYZOBIORCY

1. FRANCZYZOBIORCA zobowiązuje się do założenia i prowadzenia, zgodnie i ściśle z instrukcjami i wytycznymi dostarczonymi przez FRANCZYZODAWCĘ, centrum dietetycznego NATURHOUSE (LOKALU) pod adresem

2. Strony ustalają, iż FRANCYZOBIORCY w ramach prowadzonego centrum dietetycznego przysługuje prawo sprzedaży produktów marki HOUSEDIET i KILUVA na zasadach wyłączności na ustalonym obszarze w obrębie :
.....
.....
(w dalszej części umowy zwanym STREFĄ WYŁĄCZNOŚCI). Załącznikiem nr 3 do niniejszej umowy, stanowiącym jej integralną część, jest plan (mapa) miasta z naniesieniem ulic, których osie wyznaczają obręb STREFY WYŁĄCZNOŚCI.
3. Zabrania się zmiany lokalizacji, wyposażenia, dekoracji i powierzchni LOKALU bez uprzedniej zgody FRANCYZODAWCY wyrażonej na piśmie.
4. Otwarcie nowych miejsc prowadzenia działalności gospodarczej w ramach franczyzy przez FRANCYZOBIORCĘ, chociażby w STREFIE WYŁĄCZNOŚCI, wymaga uprzedniej zgody FRANCYZODAWCY wyrażonej na piśmie.
5. FRANCYZODAWCA zobowiązuje się nie udzielać franczyzy osobom trzecim w STREFIE WYŁĄCZNOŚCI wskazanej w § 3 pkt 2. W przypadku rażącego naruszenia przez FRANCYZOBIORCĘ któregokolwiek z postanowień niniejszej umowy, FRANCYZODAWCA może udzielić franczyzy osobom trzecim w STREFIE WYŁĄCZNOŚCI w celu utrzymania jednolitej sieci prawidłowo działających centrów dietetycznych.
6. FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się prowadzić działalność w ramach franczyzy tylko w drodze sprzedaży bezpośredniej w LOKALU oraz świadczenia USŁUG wyłącznie w LOKALU. Zabrania się FRANCYZOBIORCY prowadzenia działalności w sposób bezpośredni lub pośredni w innych formach i poza LOKALEM. W szczególności niedozwolone są następujące działania FRANCYZOBIORCY:
 - a) prowadzenie sprzedaży PRODUKTÓW drogą wysyłkową, internetową oraz w formie telemarketingu i telezakupów;
 - b) akwizycja, chociażby w STREFIE WYŁĄCZNOŚCI;
 - c) prowadzenie każdej innej sprzedaży, nie będącej sprzedażą bezpośrednią w LOKALU.

§ 4.

OBOWIĄZKI FRANCYZODAWCY

1. Przed dniem otwarcia LOKALU FRANCYZODAWCA zobowiązuje się:
 - a. Udzielać porad w zakresie instalacji wyposażenia, dekoracji wnętrz, zewnętrznego oznakowania i utrzymania LOKALU.
 - b. Dokonać kontroli stanu LOKALU i oceny jego przydatności do osiągnięcia celów umowy; FRANCYZODAWCA zastrzega sobie prawo do żądania przeprowadzenia przez FRANCYZOBIORCĘ na jego koszt prac konserwacyjnych, remontowych i modernizacyjnych w LOKALU, jeżeli jego warunki nie będą odpowiadać wizerunkowi marki NATURHOUSE.
 - c. Dokonać na rzecz FRANCYZOBIORCY pierwszej dostawy PRODUKTÓW umożliwiających prowadzenie sprzedaży po otwarciu LOKALU oraz przekazać informacje w zakresie sposobu szacowania wielkości dalszych dostaw, terminów i strategii zaopatrzeniowej.

- d. Przeprowadzić szkolenia techniczne, administracyjne i handlowe w zakresie niezbędnym do prowadzenia centrum dietetycznego NATURHOUSE, na warunkach określonych w § 6.
 - e. Dostarczyć FRANCYZOBIORCY materiały, w szczególności graficzne i wizualne, niezbędne do nadania LOKALOWI wymaganego wizerunku, zgodnego z jednolitymi standardami sieci NATURHOUSE.
2. W okresie obowiązywania umowy FRANCYZODAWCA zobowiązuje się:
- a. Informować FRANCYZOBIORCĘ o zmianach i nowościach związanych z metodami funkcjonowania centrów dietetycznych oraz aktualizacjach standardów objętych franczyzą, celem jak najlepszego zarządzania siecią franczyzy NATURHOUSE.
 - b. Prowadzić działania marketingowe na rzecz marki poprzez definiowanie i promowanie wspólnego wizerunku dla wszystkich centrów dietetycznych prowadzonych w ramach franczyzy oraz współpracować z FRANCYZOBIORCĄ w podtrzymywaniu tego wizerunku. FRANCYZODAWCA jako jedyny posiada inicjatywę i podejmuje decyzje odnośnie wizerunku marki.
 - c. Udzielać FRANCYZOBIORCY pomocy i wsparcia poprzez udzielanie odpowiedzi na zapytania związane z należyтым wykonaniem obowiązków FRANCYZOBIORCY.
 - d. Składać okresowe wizyty kontrolne w LOKALU za pośrednictwem upoważnionych osób, w celu przeprowadzenia wspólnej analizy czynników wpływających na jego funkcjonowanie i zarządzanie.
 - e. Zezwolić FRANCYZOBIORCY na wykorzystywanie znaku handlowego NATURHOUSE, w szczególności na używanie nazwy, znaku graficznego i wyróżnika NATURHOUSE w materiałach reklamowych, dokumentach wystawianych w związku z prowadzoną działalnością i innych materiałach handlowych związanych z promocją LOKALU i marki.
 - f. Respektować niezależność FRANCYZOBIORCY w zakresie wynikającym z samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej, z uwzględnieniem postanowień niniejszej umowy.

§ 5.

OBOWIĄZKI FRANCYZOBIORCY

1. Poza obowiązkami zawartymi w innych częściach umowy FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się:
 - a. Przed rozpoczęciem działalności uzyskać niezbędne zgody, zezwolenia, licencje i inne dokumenty niezbędne do prowadzenia działalności gospodarczej wydawane przez organy administracji publicznej oraz prowadzić działalność gospodarczą zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.
 - b. Dokonać otwarcia i rozpoczęcia działalności LOKALU w nieprzekraczalnym terminie 4 (czterech) miesięcy od dnia zawarcia niniejszej umowy, pod warunkiem akceptacji na piśmie przez FRANCYZODAWCĘ wyposażenia i adaptacji LOKALU do potrzeb centrum dietetycznego. Uchybienie oznaczonemu terminowi, w braku odmiennego porozumienia stron, powoduje rozwiązanie niniejszej umowy ze skutkiem natychmiastowym.

- c. Wyposażyć i utrzymywać LOKAL przez cały czas obowiązywania niniejszej umowy w należyłym stanie technicznym zgodnie z instrukcjami zawartymi w KSIĄŻCE KNOW-HOW. Wszelkie koszty związane z dostosowaniem LOKALU do należytego użytku i wyposażeniem go w niezbędne sprzęty i urządzenia obciążają FRANCYZOBIORCĘ.
- d. Dostosować i utrzymywać w czasie obowiązywania umowy wizerunek, wygląd i dekorację LOKALU zgodnie z instrukcjami i wzorcami otrzymywanymi od FRANCYZODAWCY. Koszty związane z dostosowaniem wizerunku LOKALU do obowiązujących standardów obciążają FRANCYZOBIORCĘ.
- e. Dostosować działalność LOKALU do sposobu zarządzania marką NATURHOUSE, zgodnie z wytycznymi otrzymywanymi w tym celu od FRANCYZODAWCY.
- f. Dokładać wszelkich starań w celu osiągnięcia jak najwyższych rezultatów w sprzedaży produktów oraz dokładać należytej staranności przy obsłudze klienta z uwzględnieniem specyfiki usługowego charakteru działalności centrów dietetycznych NATURHOUSE.
- g. Ustalać ceny PRODUKTÓW i USŁUG zawsze zgodnie z cennikami otrzymywanymi od FRANCYZODAWCY. Stosowanie odmiennych stanowi rażące naruszenie obowiązków FRANCYZOBIORCY.
- h. Nabywać PRODUKTY stanowiące asortyment LOKALU tylko i wyłącznie od FRANCYZODAWCY. Płatność za zamówienia będzie dokonywana przelewem na rachunek bankowy wskazany przez FRANCYZODAWCĘ w terminie 30 dni od dnia wystawienia faktury. W wypadku braku płatności w terminie FRANCYZODAWCA jest uprawniony do zmiany sposobu zapłaty, polegającej na obowiązku uiszczania płatności z góry za każde kolejne zamówienie.
- i. Utrzymywać wystarczające zasoby PRODUKTÓW pod względem ilościowym, jakościowym i różnorodności asortymentu celem zaspokojenia bieżącego popytu na każdy z oferowanych towarów, dbając aby półki sklepowe i inne przestrzenie przeznaczone na ekspozycję PRODUKTÓW były w każdym czasie należycie zagospodarowane. Wielkość i skład zasobów zostaną ustalone wspólnie z FRANCYZODAWCĄ zgodnie z wyżej wymienionymi założeniami. FRANCYZODAWCA ustala minimum zasobów na sumę 15.000,- PLN (piętnaście tysięcy złotych - wartość towaru netto według cen zakupu przez FRANCYZOBIORCĘ u FRANCYZODAWCY), jako zapasy niezbędne do zagwarantowania odpowiedniej jakości usług i bieżącej sprzedaży. Wartość minimum może być zmieniana przez FRANCYZODAWCĘ w czasie obowiązywania umowy.
- j. Oferować wyłącznie diety opracowane przez FRANCYZODAWCĘ. Stosowanie własnych diet lub firmowanie ich marką NATURHOUSE stanowi rażące naruszenie obowiązków FRANCYZOBIORCY.
- k. Informować FRANCYZODAWCĘ o ogólnych tendencjach i zapotrzebowaniach lokalnego rynku oraz zgłaszać problemy związane z funkcjonowaniem i rozwojem LOKALU.
- l. Umożliwić przeprowadzenie przez FRANCYZODAWCĘ kontroli w razie odnotowania spadku obrotów lub innych niepokojących tendencji w rozwoju centrum dietetycznego. Kontrole przeprowadzane będą przez upoważnionych pracowników FRANCYZODAWCY w celu przeanalizowania prawidłowości i jakości świadczonych usług oraz znalezienia odpowiednich rozwiązań służących poprawie funkcjonowania LOKALU.

- m. Wdrożyć w życie zalecenia FRANCYZODAWCY wynikające z kontroli przeprowadzonej na zasadach określonych w punkcie poprzednim.
- n. Przestrzegać, przy ustalaniu godzin otwarcia LOKALU, godzin otwarcia innych lokali usługowych przyjętych zwyczajowo na danym obszarze na którym prowadzony jest LOKAL oraz godzin otwarcia zorganizowanego kompleksu handlowego (galerii), jeśli LOKAL w takim kompleksie się mieści. FRANCYZOBIORCA zobowiązany jest w każdym przypadku zapewnić otwarcie prowadzonego LOKALU co najmniej przez 40 (czterdzieści) godzin w tygodniu oraz do podania godzin otwarcia lokalu do wiadomości FRANCYZODAWCY w celu umieszczenia informacji w tym zakresie na stronie internetowej prowadzonej przez FRANCYZODAWCĘ. Jakakolwiek zmiana w zakresie godzin otwarcia lokalu wymaga uprzedniej zgody FRANCYZODAWCY na piśmie.
- o. Zainstalować program informatyczny stanowiący część know-how przekazanego przez FRANCYZODAWCĘ oraz realizować zamówienia, sprzedaż i sprawozdawczość wyłącznie z wykorzystaniem tego systemu.
- p. Zapewniać obecność w LOKALU co najmniej dwóch osób z jego obsługi w godzinach otwarcia dla klientów, z których jedna pełni funkcję sprzedawcy, druga zaś prowadzi osobiste doradztwo w zakresie USŁUG pełniąc funkcję dietetyka. Wskazane osoby wykonują swoje obowiązki zgodnie ze szczegółowymi zaleceniami zawartymi w KSIĄŻCE KNOW-HOW.
- q. Pokrywać koszty zatrudnienia personelu niezbędnego do funkcjonowania sklepu, terminowo wypłacać wynagrodzenie oraz sumiennie wypełniać inne obowiązki pracodawcy przewidziane w przepisach prawa pracy.
- r. Nie prowadzić w LOKALU sprzedaży ani promocji produktów innych niż dostarczone przez FRANCYZODAWCĘ. Działanie niezgodne z treścią niniejszego punktu stanowi rażące naruszenie umowy przez FRANCYZOBIORCĘ.
- s. Nie prowadzić sprzedaży, bezpośrednio ani pośrednio, w LOKALU ani w żadnym innym punkcie sprzedaży na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, produktów identycznych lub podobnych do produktów NATURHOUSE.
- t. Nie podejmować czynności szkodzących bezpośrednio lub pośrednio wizerunkowi marki NATURHOUSE lub jej komponentów oraz informować FRANCYZODAWCĘ o każdym zdarzeniu mogącym negatywnie wpłynąć na wizerunek sieci. Zawiadomienie FRANCYZODAWCY powinno nastąpić niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie 24 godzin od zajścia zdarzenia.
- u. Przestrzegać, w ramach dbałości o wizerunek marki NATURHOUSE, prawa klientów do zachowania prywatności, w szczególności poprzez przestrzeganie postanowień ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jedn. Dz. U. 2002 nr 101 poz. 926). Powyższy obowiązek odnosi się nie tylko do FRANCYZOBIORCY, ale również do wszystkich członków personelu mających dostęp do informacji podlegających ochronie. Z tego względu FRANCYZOBIORCA ma obowiązek zawrzeć w treści umowy o pracę zawieranej z personelem klauzulę stanowiącą załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
- v. Korzystać ze znaku towarowego NATURHOUSE na zasadach ustalonych w niniejszej umowie, **KSIĄŻCE KNOW-HOW** i zgodnie z wytycznymi ustalonymi w tym celu przez FRANCYZODAWCĘ, w szczególności:

- i. korzystać z nazwy NATURHOUSE bez przedrostków ani przyrostków, chyba że będą one używane również przez FRANCYZODAWCĘ;
- ii. powstrzymać się od tworzenia wyrazów pochodnych i złożzeń nazwy NATURHOUSE bądź któregośkolwiek z PRODUKTÓW objętych umową;
- iii. nie wykorzystywać nazwy NATURHOUSE jako części składowej firmy, pod którą FRANCYZOBIORCA będzie prowadził działalność gospodarczą, w oryginale bądź w formie zmienionej, z wyjątkiem wyraźnej pisemnej zgody ze strony FRANCYZODAWCY;
- iv. nie korzystać z nazwy NATURHOUSE w sposób mogący wprowadzić osoby trzecie w błąd polegający na niewystarczającym wyjaśnieniu statusu FRANCYZOBIORCY jako niezależnego przedsiębiorcy; to ograniczenie odnosi się w szczególności do wykorzystania nazwy przy otwieraniu rachunków bankowych, zawieraniu umów z osobami trzecimi, ubieganiu się o przyznanie licencji, zezwoleń, etc. oraz dokonywaniu wszelkich innych czynności prawnych;

§ 6.

SZKOLENIA

1. Przed rozpoczęciem działalności w LOKALU FRANCYZODAWCA zorganizuje szkolenie FRANCYZOBIORCY i jego personelu w formie kursu/kursów przeprowadzanych w siedzibie FRANCYZODAWCY bądź w innych centrach dietetycznych sieci NATURHOUSE na terenie Rzeczypospolitej Polskiej.
2. Udział w szkoleniu jest fakultatywny dla FRANCYZOBIORCY, natomiast obowiązkowy dla osób mających pełnić funkcje sprzedawcy i dietetyka. Jeśli FRANCYZOBIORCA zamierza pełnić funkcje sprzedawcy lub dietetyka, szkolenie dla niego jest również obowiązkowe. Częstotliwość, długość i charakter szkoleń jest określony w KSIĄŻCE KNOW-HOW.
3. Osobą pełniącą funkcje dietetyka w centrum dietetycznym NATURHOUSE może być jedynie osoba posiadająca odpowiednią wiedzę i wykształcenie w zakresie dietetyki i żywienia, która dodatkowo pomyślnie ukończyła odpowiednie szkolenie przewidziane w KSIĄŻCE KNOW-HOW. Dopuszczenie do rozpoczęcia szkolenia przez osobę zamierzającą pełnić funkcje dietetyka, wymaga każdorazowo uprzedniej pozytywnej oceny przez FRANCYZODAWCĘ poziomu wiedzy i wykształcenia kandydata w zakresie dietetyki i żywienia.
4. Osobą na stanowisku sprzedawcy jest osoba dokonująca sprzedaży PRODUKTÓW, nie będąca dietetykiem.
5. Koszty szkolenia pokrywa FRANCYZODAWCA, zaś koszty przejazdu, zakwaterowania, utrzymania i wynagrodzenia FRANCYZOBIORCY i jego pracowników w trakcie szkolenia pokryje FRANCYZOBIORCA.
6. Zmiana na stanowisku dietetyka lub sprzedawcy w trakcie działalności LOKALU powoduje obowiązek po stronie FRANCYZOBIORCY niezwłocznego odbycia szkolenia przez nowego pracownika na zasadach objętych niniejszym paragrafem.

7. FRANCYZODAWCA umożliwi udział FRANCYZOBIORCY i jego pracownikom w kursach doszkalających w trakcie prowadzenia działalności na zasadach objętych niniejszym paragrafem.

§ 7.

REKLAMA

1. FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się przeznaczać w każdym roku obowiązywania niniejszej umowy kwoty stanowiącej co najmniej równowartość 5% (pięć procent) wartości zakupu PRODUKTÓW na reklamę LOKALU. Okres roku liczony jest począwszy od dnia zawarcia niniejszej umowy.
2. FRANCYZODAWCA w każdej chwili może zażądać od FRANCYZOBIORCY okazania dokumentów potwierdzających wysokość wydatków na reklamę i jej realizację.
3. FRANCYZOBIORCA samodzielnie decyduje o wyborze rodzaju reklamy i sposobie jej prowadzenia, z zastrzeżeniem punktu poniższego.
4. FRANCYZOBIORCA zobowiązany jest uzyskać pisemną zgodę FRANCYZODAWCY przed zleceniem jakiegokolwiek reklamy LOKALU lub oferowanych PRODUKTÓW. Wyrażenie zgody przez FRANCYZODAWCĘ dotyczy każdego z materiałów marketingowych (w szczególności wszelkiego rodzaju ulotek, prospektów, folderów, ogłoszeń w środkach masowego przekazu, w tym w Internecie, etc) i następuje po ocenie zgodności przewidywanej formy i treści reklamy z kierunkami strategii wizerunkowej, reklamowej i handlowej marki NATURHOUSE. Zgoda udzielana jest na piśmie i musi mieć charakter uprzedni w stosunku do zlecenia reklamy. FRANCYZOBIORCA zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian w propozycji reklamy.
5. FRANCYZODAWCA oświadcza, iż administruje serwisem internetowym pod adresem www.naturhouse-polska.pl, który stanowi oficjalną stronę internetową marki NATURHOUSE.
6. FRANCYZODAWCA zobowiązuje się umożliwić FRANCYZOBIORCY wprowadzenie do serwisu, o którym mowa w § 7 pkt 5 informacji o LOKALU, w szczególności umożliwi zamieszczanie w nim danych teleadresowych, aktualności związanych z bieżącym funkcjonowaniem LOKALU, galerii fotografii i innych informacji stosownie do potrzeb i woli FRANCYZOBIORCY w ramach zasad przyjętych przez FRANCYZODAWCĘ co do sposobu prowadzenia serwisu. Prowadzenie niezależnej strony internetowej przez FRANCYZOBIORCĘ jest niedozwolone, chyba że STRONY postanowią inaczej w drodze odrębnego porozumienia sporządzonego uprzednio na piśmie.

§ 8.

OPLATA FRANCYZOWA

Tytułem wynagrodzenia za udostępnienie znaków towarowych NATURHOUSE, przekazanie know-how oraz wykonywanie obowiązków przez FRANCYZODAWCĘ, FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się wносить na rzecz FRANCYZODAWCY opłatę roczną w wysokości 2.400,- PLN (dwa tysiące czterysta złotych) netto powiększoną o podatek VAT płatną z góry za każdy rozpoczęty rok obowiązywania umowy, począwszy od dnia jej zawarcia. Zapłata następuje na podstawie faktury VAT wystawionej przez FRANCYZODAWCĘ.

§ 9.

GWARANCJA BANKOWA

1. W dniu zawarcia niniejszej umowy FRANCYZOBIORCA przekazuje FRANCYZODAWCY bezwarunkową gwarancję bankową (lub inną, zaakceptowaną wcześniej przez FRANCYZODAWCĘ formę zabezpieczenia) w wysokości co najmniej 25.000,- PLN (dwadzieścia pięć tysięcy złotych) celem zapewnienia realizacji obowiązków wynikających z niniejszej umowy, w szczególności obowiązku zapłaty za PRODUKTY, dostarczone przez FRANCYZODAWCĘ. Gwarancja obowiązuje przez cały okres obowiązywania niniejszej umowy oraz dodatkowo przez trzydzieści (30) dni po jej zakończeniu. Jeżeli w jakimkolwiek czasie w okresie obowiązywania umowy FRANCYZOBIORCA nie dokona płatności, która będzie wymagalna, w tym kar umownych lub odsetek ustawowych, FRANCYZODAWCA może bezwarunkowo skorzystać z takiej gwarancji.
2. Gwarancja podlega zwrotowi FRANCYZOBIORCY po otrzymaniu wszelkich kwot należnych na podstawie niniejszej umowy, w terminie trzydzieści (30) dni od rozwiązania umowy niezależnie od przyczyny rozwiązania.
3. Do chwili przekazania przez FRANCYZOBIORCĘ gwarancji bankowej lub innej, zaakceptowanej wcześniej przez FRANCYZODAWCĘ formy zabezpieczenia, o których mowa w § 9 pkt 1 niniejszej umowy, nie ma zastosowania § 5 pkt 1 h) zdanie drugie niniejszej umowy, a FRANCYZOBIORCA może dokonywać zakupu PRODUKTÓW u FRANCYZODAWCY jedynie za płatnością dokonywaną z góry na podstawie wystawionej przez FRANCYZODAWCĘ faktury proforma.

§ 10.

TAJEMNICA HANDLOWA I ZAKAZ KONKURENCJI

1. FRANCYZOBIORCA zobowiązany jest do zachowania w tajemnicy, zarówno w czasie obowiązywania umowy jak i po jej rozwiązaniu, wszelkich informacji, o których dowiedział się w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej pod marką NATURHOUSE, a które odnoszą się do prowadzenia sieci franczyzy przez FRANCYZODAWCĘ.
2. W szczególności FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się nie wyjawiać osobom trzecim informacji dotyczących sposobu zarządzania FRANCYZĄ, strategii sprzedaży, promocji i reklamy stosowanych w centrach dietetycznych NATURHOUSE oraz nie wyjawiać żadnych informacji stanowiących know-how prowadzenia działalności, udostępnionych przez FRANCYZODAWCĘ.
3. Obowiązek zachowania tajemnicy handlowej dotyczy także wszystkich członków personelu FRANCYZOBIORCY, pracowników i osób świadczących usługi na innej podstawie prawnej mających dostęp do informacji stanowiących tajemnicę handlową. Mając to na uwadze FRANCYZOBIORCA zobowiązany jest zawrzeć w każdej umowie o pracę lub innej podobnej umowie klauzulę stanowiącą załącznik nr 1 do niniejszej umowy.
4. Obowiązek, o którym mowa w § 10 pkt 2 obejmuje również zakaz powielania, kopiowania i każdego innego sposobu archiwizacji materiałów udostępnionych FRANCYZOBIORCY w trakcie obowiązywania niniejszej umowy, w szczególności *KSIĄŻKI KNOW-HOW*, z zamiarem wykorzystania ich do celów innych niż prowadzenie działalności zgodnie z niniejszą umową.
5. FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się nie otwierać, bezpośrednio ani pośrednio, żadnego innego punktu sprzedaży zajmującego się dystrybucją wyrobów identycznych lub podobnych do

PRODUKTÓW objętych niniejszą umową, w okresie obowiązywania umowy i jednego roku po jej rozwiązaniu lub wygaśnięciu.

6. FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się również, iż w okresie obowiązywania niniejszej umowy oraz w ciągu jednego roku od dnia rozwiązania niniejszej umowy, nie będzie:
 - a) prowadzić na terytorium Rzeczypospolitej Polski, bezpośrednio ani pośrednio, niezależnie od formy prawnej, działalności gospodarczej takiej samej lub podobnej jak FRANCYZODAWCA,
 - b) przejmować ani usiłować przejmować klientów do innego sklepu lub placówki zajmujących się działalnością konkurencyjną lub taką samą jak FRANCYZODAWCA,
 - c) zatrudniać lub usiłować zatrudnić innej osoby prowadzącej w danym momencie lokal w ramach franczyzy prowadzonej przez FRANCYZODAWCĘ, lub osoby w lokalu zatrudnionej, nakłaniając te osoby bezpośrednio bądź pośrednio do rozwiązania aktualnie obowiązującego stosunku pracy,
 - d) wykorzystywać know-how FRANCYZODAWCY na użytek własny bądź osób trzecich niezależnie czy będą to osoby fizyczne czy prawne.

§ 11.

OKRES OBOWIĄZYWANIA UMOWY

1. Niniejsza umowa zostaje zawarta na czas określony wynoszący 5 (pięć) lat od dnia jej zawarcia.
2. W okresie sześciu miesięcy przed upływem okresu na jaki została zawarta, umowa może być przedłużona za porozumieniem stron na dalszy czas oznaczony. Przedłużenie obowiązywania stosunku prawnego pomiędzy stronami może nastąpić na podstawie nowej umowy franczyzy lub na podstawie aneksu do umowy dotychczasowej zawierającego modyfikacje dostosowane do zmian, jakie zaszły w okresie obowiązywania umowy dotychczasowej.
3. Po rozwiązaniu niniejszej umowy lub zakończeniu okresu, na który ją przedłużono FRANCYZOBIORCA zobowiązuje się do niezwłocznego zaprzestania korzystania z jakichkolwiek elementów wizerunku NATURHOUSE w szczególności znaków towarowych, zaprzestania dalszej sprzedaży PRODUKTÓW i ŚWIADCZENIA USŁUG, usunięcia wszystkich oznaczeń zawierających logo, nazwę i wyróżniki odnoszące się do znaku towarowego NATURHOUSE lub PRODUKTÓW, bez względu na ich formę, w szczególności zewnętrznych instalacji LOKALU (szyldów), dekoracji witryn sklepowych oraz materiałów reklamowych w postaci folderów, ulotek, gadżetów reklamowych oraz reklam w środkach masowego przekazu. Wskazane materiały powinny zostać w całości zwrócone FRANCYZODAWCY bądź zlikwidowane w sposób uniemożliwiający dalsze z nich korzystanie i identyfikację.
4. FRANCYZODAWCA nie będzie zobowiązany do odkupienia PRODUKTÓW ani innych materiałów związanych z prowadzeniem działalności, a objętych niniejszą umową, znajdujących się nadal w posiadaniu FRANCYZOBIORCY w chwili wygaśnięcia umowy.

§ 12.

ROZWIĄZANIE UMOWY

1. Niniejsza umowa ulega rozwiązaniu ze skutkiem natychmiastowym, bez zachowania okresu wypowiedzenia, w razie nie rozpoczęcia działalności w LOKALU przez FRANCYZOBIORCĘ w terminie określonym w § 5 pkt 1 b, chyba że strony postanowią inaczej.

2. FRANCYZODAWCA może wypowiedzieć umowę z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego w razie naruszenia przez FRANCYZODAWCĘ postanowień zawartych w § 3 pkt 3, § 5. pkt 1. c., d., h., l., m., n., o., p., s., v., w przypadku naruszenia obowiązków FRANCYZOBIORCY określonych w § 3 pkt 6, § 7 pkt 1 i 4 oraz w przypadku utraty przez FRANCYZOBIORCĘ licencji, zgód i zezwoleń wskazanych w § 5 pkt 1. a.
3. FRANCYZODAWCA może rozwiązać umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia ze skutkiem natychmiastowym w przypadku naruszenia przez FRANCYZOBIORCĘ postanowień dotyczących obowiązku zachowania tajemnicy handlowej i zakazu konkurencji wskazanych w § 10 oraz postanowień zawartych w § 5 pkt 1 g., j. oraz r.
4. FRANCYZOBIORCA, pomimo zawarcia niniejszej umowy na czas określony, może rozwiązać umowę z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.
5. W przypadku rozwiązania umowy z przyczyn określonych w niniejszym paragrafie odpowiednie zastosowanie ma § 11 pkt 3 i 4.
6. W przypadku rozwiązania umowy z jakiegokolwiek przyczyny, FRANCYZODAWCA nie ponosi wobec FRANCYZOBIORCY odpowiedzialności za szkody wynikłe z tytułu rozwiązania umowy przed upływem terminu na jaki została zawarta.

§ 13.

KARY UMOWNE

1. W razie rozwiązania umowy z przyczyny określonej w § 12 ust. 1 FRANCYZOBIORCA zobowiązany będzie do zapłaty kary umownej w wysokości trzykrotności opłaty franczyzowej, określonej w § 8.
2. W przypadkach naruszenia postanowień niniejszej umowy opisanych w § 12 pkt 2, FRANCYZODAWCA uprawniony jest do nałożenia na FRANCYZOBIORCĘ kary umownej w wysokości do kwoty 5.000,- PLN (pięć tysięcy złotych) za każdy przypadek naruszenia.
3. W przypadkach naruszenia postanowień niniejszej umowy opisanych w § 12 pkt 3, FRANCYZODAWCA uprawniony jest do nałożenia na FRANCYZOBIORCĘ kary umownej w wysokości do kwoty 10.000,- PLN (dziesięć tysięcy złotych) za każdy przypadek naruszenia.
4. W przypadku naruszenia przez FRANCYZOBIORCĘ niniejszej umowy w sposób będący podstawą do jej rozwiązania (wypowiedzenia), dający jednocześnie FRANCYZODAWCY prawo nałożenia na FRANCYZOBIORCĘ kary umownej, FRANCYZODAWCA może rozwiązać (wypowiedzieć) umowę oraz jednocześnie nałożyć karę umowną. FRANCYZODAWCA jest również uprawniony w takim przypadku, wedle swego wyboru, do rozwiązania (wypowiedzenia) umowy bez stosowania kar umownych, jak i może zastosować karę umowną bez rozwiązania (wypowiedzenia) umowy.
5. Za niezastosowanie się do treści § 11 pkt 3 nakładana będzie na FRANCYZOBIORCĘ kara umowna w wysokości 700,- PLN (siedemset złotych) za każdy dzień naruszenia liczony od dnia następującego po dniu, w którym umowa wygasła lub uległa rozwiązaniu. Dyspozycja niniejszego postanowienia pozostaje w mocy również po zakończeniu stosunku prawnego objętego treścią niniejszej umowy.
6. Kara umowna winna być uiszczona przez FRANCYZOBIORCĘ w terminie 7 (siedmiu) dni od doręczenia przez FRANCYZODAWCĘ wezwania do zapłaty.

7. Obowiązek zapłaty kary umownej nie wyłącza możliwości dochodzenia przez FRANCYZODAWCĘ odszkodowania na zasadach ogólnych przekraczającego wysokość kary umownej.

§ 14.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. FRANCYZOBIORCA nie może przenieść praw objętych niniejszą umową na osoby trzecie bez zgody FRANCYZODAWCY wyrażonej na piśmie. W razie śmierci FRANCYZOBIORCY, jego spadkobiercy będą mogli wstąpić w prawa i obowiązki wynikające z niniejszej umowy za zgodą FRANCYZODAWCY.
2. Wszystkie zawiadomienia i pozostała korespondencja przesyłana pomiędzy stronami niniejszej umowy nastąpi na piśmie i będzie uznawana za doręczoną, jeżeli zostanie przekazana na adresy wskazane na wstępie niniejszej umowy. Strony będą się niezwłocznie informowały o wszelkich zmianach w swoich adresach. Do momentu przesłania zawiadomienia o zmianie adresu, wszystkie pisma przesyłane na dotychczasowy adres będą uważane za doręczone skutecznie.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego.
4. Zmiana umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
5. Sądem właściwym miejscowo do rozpoznawania sporów wynikających z treści niniejszej umowy będzie właściwy rzeczowo sąd powszechny w Łodzi.
6. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

FRANCYZODAWCA

FRANCYZOBIORCA

ANEKS 1

KLAUZULA DO UMOWY O PRACĘ PRACOWNIKÓW

Strony ustalają, iż w umowach o pracę zawieranych przez FRANCZYZOBIORCĘ z pracownikami zatrudnianymi do pracy w LOKALU, zostanie zawarta klauzula o następującej treści:

„Pracownik zobowiązuje się do zachowania w tajemnicy wszelkich informacji, do których będzie miał dostęp w związku z pełnieniem swoich obowiązków na podstawie niniejszej umowy o pracę, w szczególności danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jedn. Dz.U.2002.101.926) osób korzystających z usług świadczonych w miejscu pracy, przede wszystkim danych o ich tożsamości i stanie zdrowia. W związku z powyższym pracownik zobowiązuje się nie wyjawiać zastrzeżonych danych osobom trzecim, ani nie wykorzystywać ich dla celów własnych w okresie obowiązywania niniejszej umowy i po jej wygaśnięciu, zdając sobie sprawę z odpowiedzialności karnej za ujawnianie i wykorzystywanie informacji, z którymi zapoznał się w związku z wykonywaną pracą.

Jednocześnie pracownik zobowiązuje się do zachowania w tajemnicy wszelkich informacji związanych z prowadzeniem przez pracodawcę działalności gospodarczej pod marką NATURHOUSE. W szczególności pracownik zobowiązuje się nie wyjawiać osobom trzecim ani nie wykorzystywać do własnych celów informacji dotyczących sposobu zarządzania franczyzą, strategii sprzedaży, promocji i reklamy, stosowanych w centrach dietetycznych NATURHOUSE oraz nie wyjawiać żadnych informacji stanowiących know-how prowadzenia działalności. Obowiązek ten obejmuje również zakaz powielania i utrwalania w celu późniejszego odtworzenia materiałów dostarczanych przez NATURHOUSE sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi w związku z prowadzeniem działalności przez pracodawcę.”

FRANCZYZODAWCA

FRANCZYZOBIORCA