



Franchiseprospekt

KONFIDENTIELLT

Detta prospekt tillhör:

Mottaget, ort och datum:

Sun **off**[®]

Innehåll

Franchiseprospektet	3
1. Sun Off	
1.1 Kontaktuppgifter	4
1.2 Vår franchise i korthet	4
1.3 Vår marknad	5
1.4 Affärslogik	5
1.5 Ägare, bolag och organisation	7
2. Franchisetagaren och samarbetet i kedjan	
2.1 Franchisetagarens företag och verksamhet	8
2.2 Franchisekedjan och rådsverksamheten	9
2.3 Bärande principer	10
2.4 Arbetsfördelning mellan Sun Off och FT	10
2.5 Sun Offs Handbok	12
2.6 Administrationen	12
2.7 Utbildning	13
2.8 Kvalitetssäkringsprogram	13
2.9 Central Aktivitetsplan	13
2.10 Försäljning	14
2.11 Lager och inköp	14
2.12 FTs ansvar vid skador och reklamationer	14
2.13 Startprogram	15
3. Ekonomi och administration	
3.1 Avgifter och initiala kostnader	16
3.2 Bokföringsprogram, redovisningsbyrå och gemensam kontoplan	16
3.3 Budget och försäljningsmål	16
3.4 Kapitalbehov	16
4. Rättigheter och skyldigheter	
4.1 Primärområde, sekundärområde samt undantagskunder	17
4.2 Avtal, avtalstid, uppsägning av avtalet och option på nytt avtal	18
4.3 Sun Offs planer för framtiden	20
4.4 Immateriella rättigheter	20

Version 2, 2022

Sun Off måste precis som alla andra affärsverksamheter anpassa sin verksamhet till förändringar i marknaden och andra förutsättningar. Av det skälet kommer innehållet i Franchiseprospekt ändras över tid. Rätten att ändra i franchiseprospektet tillfaller Sun Off AB.

Välkommen till Sun Off!

Detta prospekt är ett dokument som tillsammans med ett franchiseavtal ska fungera som tydligt beslutsunderlag för dig som potentiell franchisetagare i Sun Off. Det ska ge dig en konkret bild av hur konceptet fungerar.

Generellt om franchising

Franchising innebär i korthet att någon som har ett framgångsrikt affärskoncept för försäljning av varor och/eller tjänster erbjuder andra att mot ersättning få tillämpa affärskonceptet för egen affärsverksamhet. Denna affärsmodell tillämpas inom nära nog varje område inom svenskt och internationellt näringsliv.

Franchising är alltså en modell för samarbete mellan företag som distribuerar varor och/eller tjänster med ett gemensamt koncept. Konceptet och varumärket ägs av en franchisegivare, i det här fallet Sun Off. Konceptet och varumärket nyttjas mot betalning av en franchiseta-gare. Franchisetagaren får hjälp med att etablera sitt företag och får löpande stöd och service i olika former samt rätt att utnyttja den know-how och erfarenhet som franchisegivaren byggt upp.

Ett väl fungerande franchisesystem kombinerar alltså kedjans styrka och resurser med den lokala företagarens effektivitet, entusiasm och drivkraft. Rätt genomfört är således franchise ett mycket effektivt sätt att driva näringsverksamhet.

I Sverige har franchising expanderat mycket kraftigt de senaste 15 åren. Varje år genomför bransch föreningen Svensk Franchise och Handels Utredningsinstitut HUI en statistisk undersökning för att värdera storlek och utveckling för franchise i Sverige. 2020 års undersökning gav bl.a. följande statistik:

- Det finns ca 1000 franchisekedjor i Sverige
- Det finns ca 45 000 franchiseenheter (butiker, säljkontor, tillverkning, tjänsteverksamheter) i Sverige
- Franchisetagarnas gemensamma omsättning är ca 350 miljarder kronor
- Franchisetagarna sysselsätter ca 200 000 personer

Förkortningar och benämningar som används i detta dokument

Sun Off	Sun Off AB är franchisegivare för Sun Off-konceptet.
Sun Off-konceptet	Konceptet för att driva en franchiseenhet. Konceptet ägs av Sun Off och upplåts till franchisetagaren genom ett franchiseavtal.
Enhet	Den verksamhet som drivs enligt Sun Off-konceptet av en franchisetagare.
FT	Franchisetagaren
FG	Franchisegivaren

1. Sun Off

1.1 Kontaktuppgifter

☎ 0392-387 70

✉ info@sunoff.se

🌐 www.sunoff.se

✉ Sun Off AB (Sun Off)
Box 94
565 22 Mullsjö

📍 Gyljerydsvägen 2, Mullsjö

👤 **Niklas Lundin**
VD
070-262 98 40
niklas.lundin@sunoff.se

1.2 Konceptet i korthet

Sun Off är ett framgångsrikt företag med mer än 40 års erfarenhet av solskydd, markiser och solavskärmning. Varumärket ägs av Nimex AB, som är Sveriges ledande tillverkare inom solskydd.

I dagsläget finns flertalet butiker runt om i landet. Målsättningen är att vi ska utveckla Sun Off's Franchisekoncept till minst 30 franchisetagare/enheter till 2024.

Erbjuder ett koncept med en framgångsrik affärsidé

Som franchisetagare inom Sun Off får du tillgång till det affärskoncept och varumärke som varit vår framgång. Du får ett team omkring dig där vi hjälps åt att utveckla ditt företag tillsammans till nya nivåer. Du får tillgång till en beprövad affärsmodell, branschens bästa inköpsavtal, en digital plattform, grafisk profil och i förekommande fall tillgång till centrala kundavtal. Du får också kollegor i form av kedjans övriga franchise tagare, med all den erfarenhet och möjlighet till samarbete som detta innebär jämfört med att agera som ensam företagare. För att du ska kunna driva konceptet på bästa sätt ger vi dig utbildningar och löpande support med målsättningen att du ska kunna ägna maximal tid åt värdeskapande aktiviteter och slippa uppgifter som normalt sett tar mycket tid från en företagares vardag. Exempel på detta kan vara upphandling av leverantörer,

digitala satsningar, marknadsföring, utveckling kring hur du ska sälja in konceptets tjänster och hur du ska utföra dina kunduppdrag på ett effektivt sätt. Du får även tillgång till administrativa system och möjlighet till hjälp med ekonomi och redovisning. Allt detta minimerar den tid du behöver lägga på administration och gör att du kan ägna din tid åt att sälja och leverera till våra kunder istället.

Vår inriktning

Konceptet baseras på en långsiktig satsning där franchisetagaren får en snabb och bra start inom ramen för affärsmodellen oavsett tidigare erfarenhet, och därefter behovsanpassat stöd för den löpande driften av sitt företag. Målet är att vara marknadsledande i varje region vi befinner oss, och butikstäthet och bemanning anpassas successivt för att nå dessa mål under kontrollerade former.

Vi kan erbjuda dig som franchisetagare ett genomarbetat koncept och en organisation med skalfördelar som innebär att du till förhållandevis låg investeringskostnad kan ta marknadsandelar på en marknad där efterfrågan ständigt ökar.

Vår organisation och vårt supportteam

Den dagliga driften i Sun Off leds av ett management-team som ansvarar för konceptets utveckling, försäljning och etablering. Coaching av befintliga

franchisetagare och rekrytering av nya är teamets främsta arbetsuppgift. Genom att avlasta och stötta i frågor där skalfördelar kan uppnås skapas nytta för många på ett resurseffektivt sätt.

1.3 Vår marknad

Sammantaget bedöms marknaden omsätta cirka 2,5 miljarder kronor (2015 års siffror). 2021 omsatte Sun Off 105 MSEK, vilket visar att det finns en stor marknad att bearbeta.

Totalt finns det drygt 2 miljoner privata smhus i Sverige vilket får anses utgöra vår huvudmarknad gentemot konsument. Till detta kommer drygt 24 000 bostadsrättsföreningar med cirka 1 miljon bostadsrätter och ca 1,4 miljoner hyresrätter, vilka också är intressanta målgrupper.

På den kommersiella fastighetsmarknaden utgörs målgruppen av såväl fastighetsägare som byggföretag och marknaden består både av befintliga och nyproducerade fastigheter.

Se separat dokument för de marknadsmässiga förutsättningarna för din ort/region.

1.4 Affärslogik

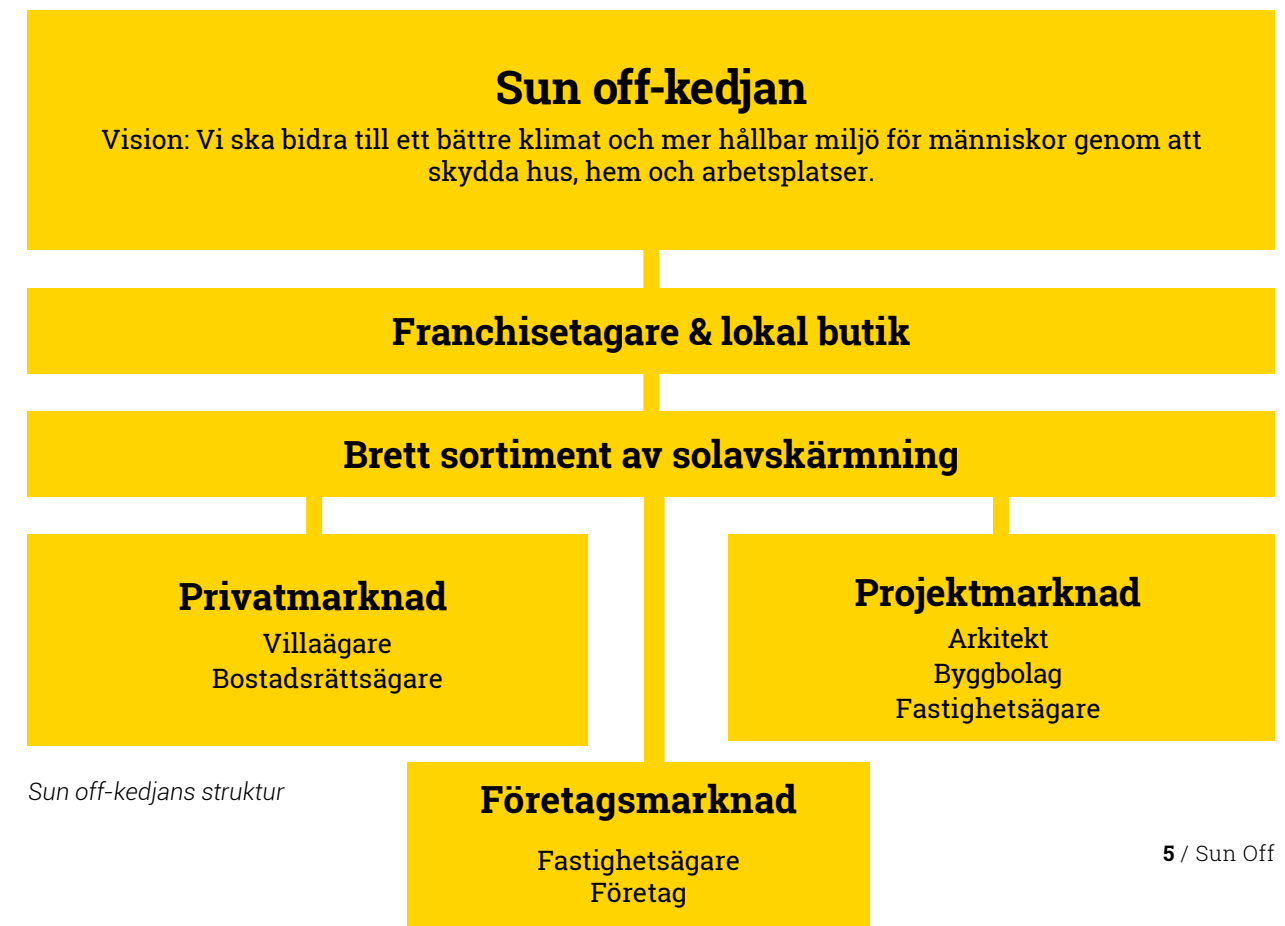
Affärslogiken ska i korthet beskriva Sun Offs franchisekoncept på ett praktiskt sätt.

Vår affärsidé

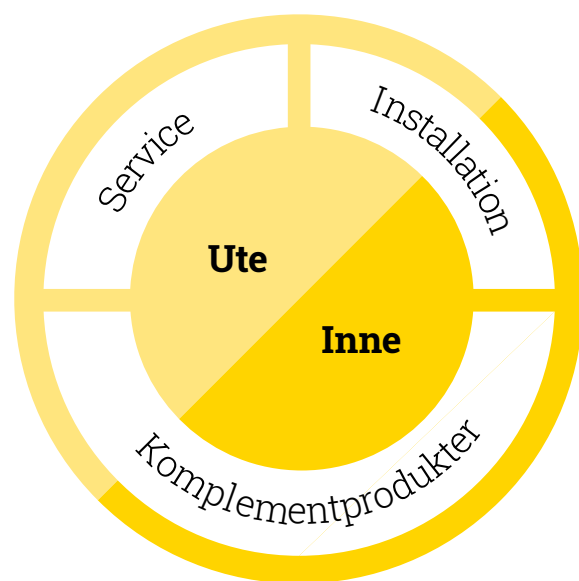
Sun Offs affärsidé är att erbjuda alla typer av solavskärmning till offentliga miljöer och privata hem med högsta kvalitet i varje led från produkt och installation till service och eftermarknad. Tillsammans med våra franchisetagare fungerar vi i många avseenden som om vi vore samma företag.

Vår lokala aktör

Våra butiker är kontaktyta och mötesplats för våra kunder samtidigt som de är en del av vår marknadsföring och varumärkesbyggnad. Med stor tillgänglighet och hög servicegrad i inspirerande miljöer ska kunden erbjudas möjlighet att se och prova våra produkter.



Sun off-kedjans struktur



Sun Offs produkter och tjänster.

Våra produkter och tjänster

I produktportföljen skiljer vi på inom- och utomhus-sortiment. För inomhusbehoven kan det handla om rullgardiner, lamellgardiner och plisségardiner för insynsskydd eller mörkläggning. För utomhusmiljön finns terrass-, fönster-, och screenmarkiser samt solskärmar, fasadpersienner och fasadlameller. Samtliga produkter tillverkas utifrån kundens beställning och behov, vilket ger kunden möjlighet att sätta sin egen prägel på fastigheten.

För alla produkter finns ett stort urval av modeller och färger, och oavsett kundens behov finns produkter i vår produktportfölj som tillgodoser dessa.

Sun Offs koncept innefattar mycket mer än högkvalitativa produkter. Med vår kunskap är vi en viktig rådgivare till kunden och bistår genom köpprocessen med allt ifrån måttagning till slutligt montage och efter-service.

Vår kund

Vår marknad består av såväl kommersiella som privata fastigheter.

Våra största kundsegment är villaägare, byggföretag och kommersiella fastighetsägare. För att bli framgångsrik lokalt och uppnå den marknadsandel vi eftersträvar är det viktigt att verksamheten omfattar samtliga kundgrupper.

Våra verktyg

Sun Offs varumärke är ett av våra viktigaste verktyg att gemensamt vårda och utveckla. Hur varumärket uppfattas rymmer många dimensioner. Från hur våra kunder möter oss i sociala och digitala kanaler, som ofta är det första mötet, till hur väl omhändertagen, sedd och servad kunden blir i det personliga mötet. Alla delar lika viktiga.

Sun Off-kedjan jobbar centralt med den övergripande kommunikationen under året. Bygger varumärket, upp-daterar hemsida, driver sociala kanaler och kampanj-perioder. Det finns alltid material för lokal uppföljning.

Den tydliga profilen går igen till den lokala butiken. Vid inledningen av ett samarbete finns en arkitekt till förfogande för att få FTs butik att anpassas på bästa sätt till en tydlig Sun Off-butik.

Våra fordon är såväl vår arbetsplats som en del av vår marknadsföring. Från bilen sköts den dagliga kontakten med kunder och bilen fungerar även som en serviceverkstad i många avseenden och ska därför vara utrustad för detta ändamål för att arbetsdagen ska bli maximalt effektiv. Butik och servicefordon ska följa den grafiska profilen och exponeras för marknaden på ett optimalt sätt utifrån de lokala förutsättningarna.



Våra fordon – arbetsplats och marknadsföring i ett.

Sun Offs roll

Sun Off är franchisegivare och upplåter affärskonceptet till FT. All "know-how" i konceptet ges till FT genom utbildning och i form av instruktioner i Handboken.

Daglig support ges till FT vid behov genom uppföljning och rådgivning i möten och via telefon. Sun Off säkerställer tillgången på rätt produkter och kunskaper i processens alla led. Därutöver sköter Sun Off koncept och varumärket samt krävställer gentemot leverantörerna avseende produktutveckling, kvalitet och inköpsvillkor. Vidare ska Sun Off skapa konkreta mervärden i

kedjans säljarbete genom att bearbeta och prospektera nationella kunder för att teckna avtal för avrop lokalt. Sun Off driver en webshop och bevakar därigenom kedjans digitala intressen samt erbjuder franchise-tagarna support med offertskrivande.

Den konkreta genereringen av affärer kan ske på olika sätt, och huvudtanken är att kedjan samverkar på det för kunden mest relevanta sättet. När det gäller nationella kunder, exempelvis hustillverkare eller större entreprenörer, förväntas och begärs ofta en central motpart. Här ska Sun Off verka för att knyta till sig kunden för att sedan fördela arbetet till franchisetagaren för det aktuella området. Genom att kunna verka både centralt och lokalt skapas en konkurrensfördel gentemot andra delar av marknaden där få kan mäta sig med vårt upplägg.

Vårt sätt att få kunder

Kedjans sätt att få kunder bygger på att nyttja våra gemensamma resurser och därigenom få fler kunder. Sun Off gör generellt sådana insatser som kan göras för alla samtidigt och som därmed ger skalfördelar. FT gör sådana insatser som kräver lokal närvaro och personliga relationer.

Sun Off bedriver en centralt organiserad marknadsföring som syftar till att marknadsföra hela Sun Offs kedja på nationell nivå. Sun Off kan därutöver teckna centrala kundavtal med företag som har verksamhet nationellt och regionalt.

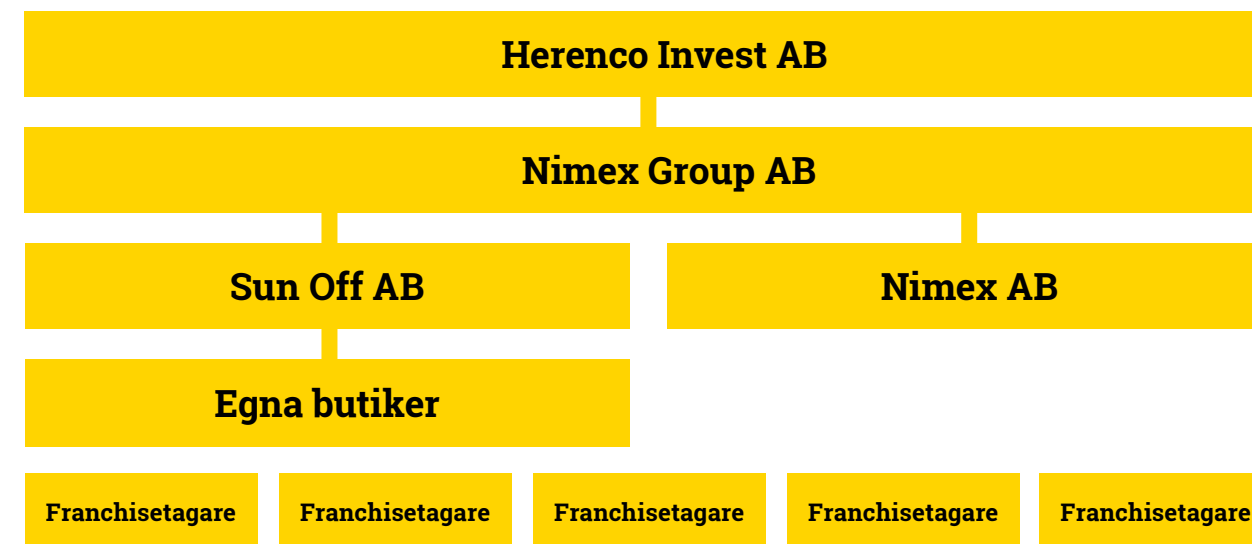
Sun Offs intäkter

Sun Off AB drivs med egen försäljning, anställda och resultat. Sun Offs huvudsakliga intäkter består av egen försäljning till centrala kunder och webshop samt franchiseavgifter. Sun Off kan också ta in marknads-föringsstöd från leverantörer med syfte att stärka kedjans kommersiella identitet. Sun Offs kostnader består i huvudsak av personalkostnader för supportorganisationen och marknadsföring samt vanliga rörelsekostnader.

1.5 Ägare, bolag och organisation

Sun Off AB ägs av Nimex Group AB som i sin tur ägs av Herenco Invest AB. Som systerföretag finns Nimex AB som är Sveriges ledande tillverkare av sol-skydd. Sun Offs ägare har framgångsrik och dokumenterad erfarenhet av såväl tillverkning som försäljning av solskydd. Företaget leds av en styrelse med mångårig erfarenhet inom tillverkning, inköp, marknadsföring och franchisedrift.

Sun Off AB är franchisegivare och har rättigheten till varumärket och konceptet i Sverige. Sun Off-kedjan bygger på att franchisetagare sköter driften lokalt, men Sun Off kan även äga och driva butiker i egen regi. Verksamheten är under expansion varför aktuella verksamhetsorter redovisas separat för att vara aktuell.



Sun offs ägarstruktur

2. Franchisetagaren och samarbetet i kedjan

2.1 Franchisetagarens företag och verksamhet

Företaget

FTs företag ska vara ett aktiebolag med säte i den ort där FT har sin verksamhet. Det är företaget som är franchisetagare men för enkelhetens skull kallar vi i detta franchiseprospekt även personen som äger företaget för FT. Företaget ska ha kalenderår som bokföringsår.

Oavsett om företaget är nystartat eller etablerat ska det agera självständigt inom ramen för franchiseavtalet och investerar i sina anläggningstillgångar, så som lokaler och fordon fullt utrustade med inredning och verktyg. Även lager och normalt rörelsekapital finansieras av FT. Det är även FT som normalt tecknar hyresavtal för butiklokal, anställer personal, försäkrar sin verksamhet och andra, liknande förvaltningsmässiga åtgärder. Ett befintligt företags identitet ska omgående anpassas till Sun Offs grafiska profil.

FTs roll

FT ska driva ett eget företag, sälja in och utföra kunduppdrag. FT ska bearbeta egna kunder, såväl som kunder med centrala och regionala kundavtal, samt vårda befintliga kunder på bästa sätt. FT investerar i sina butiker och fordon och anställer egen personal. Genom att utveckla marknaden i det området bygger FT ett företag med fokus på tillväxt, kundvård och ett gott resultat. I många avseenden fungerar Sun Off och franchisetagarna som samma företag där vi stöttar varandra och gemensamt utvecklar kedjan. Ett exempel på detta är nationella kunder som beskrivits ovan, men även webshopen där Sun Off av både praktiska och juridiska skäl står som motpart till slutkunden men där FT deltar med sitt lokala tjänste- och serviceutbud.

FTs intäkter

FTs intäkter är i huvudsak direkt kopplade till affären med slutkund. Utöver den direkta affären med FTs egna kunder kan intäkter också komma FT till godo genom

försäljning från kedjans gemensamma webshop samt från kunder med centrala avtal med Sun Off. I dessa fall sker faktureringen normalt sett med Sun Off AB som motpart, som i sin tur äger affären med slutkund. Volym och nivå av dessa centrala affärer kan aldrig garanteras, varför FT ska ägna stor kraft åt att bearbeta sin egen marknad. FT säljer och utför konceptets tjänster till slutkund. För kunder som kommer via centrala avtal eller webshop faktureras Sun Off från FT enligt för stunden gällande provisionsmodell. FT åtnjuter även eventuella bonusar från avtalsleverantörer.

FTs kostnader, förutom produktinköp, är i huvudsak personal, hyra, leasingavgifter och franchiseavgifter. Det som kvarstår blir FTs resultat och egendom.

FT bearbetar lokal marknad

FT bearbetar den lokala marknaden genom:

- Hantering av dagliga kundkontakter via butik, mässor, hemsida, leads osv
- Kundbesök med eventuella befintliga centrala och regionala avtalskunder.
- Kundaktiviteter enligt en löpande aktivitetsplan
- Kundbesök i bostadsområden och kontakt med kommersiella fastighetsägare
- Bibehållen hög servicenivå och kvalitet = vårda vårt goda rykte.

Eftersom vårt arbete präglas av snabbhet, hög kvalitet och kundnöjdhet så sprids ryktet om Sun Offs tjänster till våra kunder. Ett i alla avseenden välgjort arbete, leder många gånger till ytterligare order från såväl befintliga som nya kunder.

Avgörande för vår framgång är det lokala engagemanget från FT. Den dagliga kontakten FT har med kunderna är det som skapar stor del av nya uppdrag.

Rättighet

FT har rättighet att driva sitt företag enligt Sun Offs koncept och under varumärket Sun Off. Rättigheten omfattar tillgång till support och servicetjänster som

Sun Off och dess godkända leverantörer erbjuder. Rättigheten omfattar ett geografiskt område inom vilken FT har rätt att driva konceptet exklusivt gentemot andra FT, med undantag för storstadsområdena som hanteras separat. FG kan alltid verka inom området t ex genom avtal med företagskunder, nationella kunder och via webshop.

Ledarskap

FTs verksamhet ska ledas av en ledare på daglig basis som är godkänd av Sun Off Detta kan vara ägaren till FT men kan också vara en anställd. Är det flera ägare kan de givetvis dela på arbetsuppgifterna vilket minskar behovet av anställda. Det finns dock alltid enbart en GODKÄND LEDARE. Denna person förväntas närvara på utbildningar, konferenser och liknande och ska kunna ta alla för verksamheten väsentliga beslut i förhållande till det franchiseavtal som är skrivet mellan FT och Sun Off.

Bemanning

Det är FTs ansvar att bemanna sin enhet på ett sätt som säkerställer att volymmål, kundnöjdhet, öppettider och servicegrad uppfylls. Inom kedjan finns erfarenheter och jämförelsemöjligheter mellan enheterna kring vilka nyckeltal som ger en effektiv bemanning.

Daglig drift

Sun Off har många konkurrenter på marknaden. Vår styrka är att vi har ett helhetskoncept som skiljer sig från många av konkurrenternas och som fungerar väldigt väl. Konceptet omfattar allt från lagerhantering till servicenivån hos vår personal. Att hålla sig till ett starkt koncept medför att vi säkerställer en jämn kvalitet vilket i sin tur leder till att vi får ett gott rykte och en hög grad av kundnöjdhet.

Även om mycket i vår vardag handlar om försäljning så är Sun Off i huvudsak ett serviceföretag. Våra produkter håller hög kvalitet men skiljer sig inte mycket från konkurrenternas. Det är i vår lokala närvaro, vår kunskap och vårt serviceerbjudande vi utmärker oss och har intagit en ledande roll på marknaden.

En stor del av kundservicen ligger i tillgänglighet. Därför ska Sun Offs butiker bemannas och ha öppet

minst i samma omfattning som de väsentligaste konkurrenterna på orten och i förhållande till närliggande företag beroende på var butiken finns lokaliserad. Franchiseavtalet skrivs i förhållande till en given butiks-etablering. Vid en förändring av denna etablering ska Sun Off godkänna en ny lokal innan flytt får ske.

2.2 Franchisekedjan och rådsverksamheten

Kedjan

FT ingår i en kedja med företag som gör samma sak, d.v.s. man har kollegor, vilket är en av fördelarna med att driva företag i en franchisekedja. På många sätt fungerar vi precis som vi vore ett och samma företag. Vi är kollegor som stöttar varandra efter bästa förmåga. Samtliga franchiseföretag drivs under samma varumärke, och med samma koncept och marknadsföring på samma sätt. På så vis är det lätt att få hjälp från en kollega hos andra franchisetagare eller hos Sun Off när det är något man funderar över eller behöver hjälp med.

Referensgrupp

En viktig funktion för att successivt förbättra Sun Offs koncept är referensgruppen. Sun Off formar olika råd med kompetenta personer från franchisetagarna och den egna supportorganisationen. Syftet med referensgruppen är att nyttja hela organisationens kompetens och erfarenhet. Referensgruppen arbetar med att ta fram och förbättra metoder och säkerställa "best practise". Referensgruppens roll är att bereda förslag om förändringar av konceptet för beslut i Sun Off styrelse. Referensgruppen är dock endast rådgivande och inte besluts-mässiga – Sun Off äger rätten att utveckla och förändra konceptet och kan fatta beslut som ligger i kontrast mot vad ett referensgruppen kommit fram till. Sun Off utser de personer från franchisetagarna som, beroende på kompetens, kan tillföra mest till den sakfråga som referensgruppen har i uppdrag att hantera.

2.3 Bärande principer

Varje kedja som består av företagare bygger på en rad principer som styr samarbetet. Principerna kan vara likartade men är nästan alltid unika för varje kedja. En sammanfattning av de bärande principer som ligger till grund för Sun Off-kedjan är:

- FT är ägarmässigt oberoende av Sun Off och driver sin verksamhet med egen affärsrisk
- Alla kundbeställningar görs av FT hos av Sun Off godkänd leverantör
- Huvudleverantör i kedjan är Sun Offs systerbolag Nimex
- Vid inköp från såväl huvudleverantör som andra tillkommande leverantörer ska FG alltid sträva efter att teckna förmånliga leverantörsavtal både gällande inköspriser men även gällande eventuell bonus
- FT säljer och utför kedjans tjänster till slutkund exklusivt gentemot andra FT i sitt område
- FG äger och driver webbhandel och avtal med nationella eller regionala kunder där FT blir underentreprenör vid utförande av tjänster och där intäktsfördelning sker enligt vid var tid gällande överenskommelse
- Sun Off driver webshopen och tecknar centrala avtal för regionala eller nationella avrop där FT agerar underentreprenör
- För att FT ska bibehålla sina rättigheter ska aktuella styrtal uppnås
- Konceptet beskriver en gemensam affärsidé som omfattar hela FTs verksamhet

- Sun Off har ett utarbetat och rationellt driftkoncept vars effektivitet är en förutsättning för god lönsamhet
- En handbok som ger FT god kunskap om konceptet
- Sun Off ger support till FT för att denne ska kunna bedriva konceptet på ett bra sätt.
- Gemensamt varumärke och identitet utåt
- Effektiv arbetsfördelning mellan Sun Off och FT
- Samarbetet är reglerat i ett franchiseavtal
- Vid försäljning av FTs verksamhet har Sun Off förköpsrätt men inte förköpskyldighet. Detta gäller ej vid överlåtelse till närstående, delägare och anställd
- Uppsägning av avtalet är normalt 12 månader men FT erbjuds en kortare uppsägningstid på 3 månader vid första avtalstillfället.

2.4 Arbetsfördelning mellan FG och FT

Franchising innebär bland annat en effektiv arbetsfördelning mellan franchisetagare och franchisegivare. Ofta fördelar det sig så att franchisegivaren åtar sig sådant som kräver större resurser, speciell kompetens, samordning av verksamheten och annat som medför stordriftsfördelar för kedjan. Franchisetagaren åtar sig ofta det som kräver lokalkännedom, "fingertoppskänsla" och närhet till kund.

Arbetsfördelningen definieras i detalj i Sun Off Handbok. Följande är en schematisk beskrivning av vem som gör vad i samarbetet mellan FT och Sun Off.

Franchisetagarens ansvarsområde

- Bygga upp en marknad i sitt distrikt under varumärket Sun Off.
- Genomföra lokal marknadsföring i enlighet med Sun Offs centrala anvisningar om marknads-kommunikation och marknadsaktiviteter.
- Handha hela kundrelationen inkl. försäljning, montage och uppföljning.
- Verka som underentreprenör i de fall FG står som ansvarig säljare i en affär. Detta för att kedjan ska verka som en och samma enhet gentemot marknaden.
- Följa kampanjer och aktiviteter enligt lagd marknadsplan.
- Avrapportera försäljning, ekonomi, budget och andra förekommande informations överlämningar enligt gällande instruktioner i Handboken.
- Uppnå de styr- och nyckeltal som konceptet omfattar.
- Sköta företagets ekonomi och administration i enlighet med konceptet.
- Vara arbetsgivare till sin personal.
- Förmedla marknadens återkoppling på tjänster och marknadsföring till Sun Off.
- Väl tillvarata Sun Offs intressen på den lokala marknaden.
- Utföra uppdrag för Sun Offs räkning där Sun Off är leverantör till slutkund, så som vid försäljning till centrala kunder eller via webshop.
- Aktivt delta i kedjans gemensamma aktiviteter såsom utbildning och konferenser.

Sun Offs ansvarsområde

- Utveckla affärskonceptet som ligger till grund för samarbetet.
- Tillhandahålla en effektiv arbetsmodell för försäljning och leverans av konceptets tjänster.
- Upprätthålla en supportorganisation som syftar till att coacha och stötta franchisetagaren (FT) i affärs-mannaskap, ledarskap, marknadsföring, ekonomi, försäljning, personalfrågor, juridik och andra förekommande frågor som faller utanför FTs profil.
- Sun Off eller systerbolag till Sun Off skall för egen räkning fakturera kunder som beställt uppdrag och som utförts av FT.
- Betala ut FTs andel av intäkten när den centrala kunden betalt och inga reklamationer eller andra anspråk från kunden föreligger.
- Utveckla ett till konceptet väl fungerande administrativt system.
- Etablera och driva en webshop.
- Utveckla och tillhandahålla ett för konceptet lämpligt sortiment.
- Sun Off eller systerbolag till Sun Off samt anvisade partners skall tillhandahålla (sälja) den utrustning som krävs för att FT ska kunna utföra sitt arbete inom ramen för konceptet.
- Ansvara för utvecklingen av kedjans gemensamma marknadsföring samt anvisningar om den lokala marknadsföringen.
- Genomföra en kontinuerlig marknadsbevakning så att information om väsentliga förändringar i marknadens förutsättningar kommer FT till del.
- Tillhandahålla anvisningar och support för effektiv drift av konceptet.
- Utveckla och upprätthålla utbildning och träning för FT i sådan grad som krävs för att upprätthålla god kvalitet i FTs drift av konceptet.
- Upprätthålla en god kvalitetssäkring av kedjans följsamhet till konceptet för att skydda varumärket och franchisetagarnas investeringar. FT skall aktivt delta i kedjans gemensamma aktiviteter såsom utbildning och konferenser.

2.5 Sun Offs Handbok

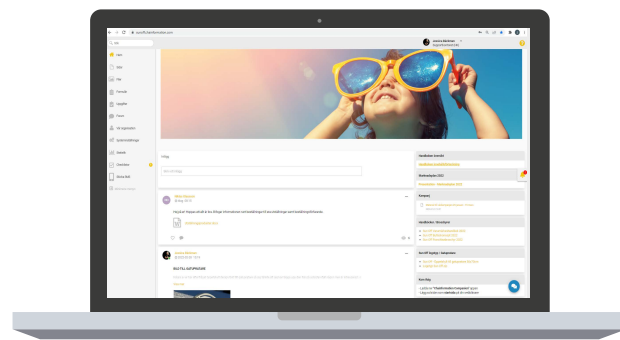
För att en franchisekedja ska fungera och fortsätta utvecklas måste alla förstå konceptet. Med engagemang och förståelse för hela konceptet skapar Sun Off förutsättningar för konceptets fortsatta utveckling. Konceptet är indelat i 15 olika delar som beskrivs utförligt i egna kapitel i Handboken.

Handboken inkluderar en översiktlig beskrivning av konceptet. Hur Sun Off är organiserade, avtals- och bolagsstruktur samt hur informationsflödet ser ut inom kedjan m.m. I kapitlet om marknad beskrivs hur marknaden ser ut avseende exempelvis storlek och kategorisering, samt de aktörer som finns på denna ur kund- respektive konkurrensperspektiv. I handboken ges introduktion och baskunskaper kring aktuella produktportföljer från godkända leverantörer samt utbudet av tjänster och strategier för eftermarknad.

Ett kapitel beskriver hur Sun Off arbetar med marknadsföring och vilka regler och riktlinjer som gäller avseende varumärke och profil. I handboken finns också butikernas layout gällande inredning, demonstrationsmaterial, belysning etc beskrivet. Även information om lägen, storlek och liknande avhandlas. Sun Offs säljmodell beskrivs liksom hur vi utför tjänster. Centralt skapade affärer med nationella/ regionala kunder, webshop och prospektgenerering. Ett avsnitt handlar om instruktioner om innehåll i servicefordon samt rutiner för att hålla fordonen fullt utrustade och i rätt skick.

Hur rapporterar vi? Instruktioner kring Sun Offs rapportstruktur gällande innehåll, periodicitet osv. Instruktioner finns kring hur FT ska anställa, sköta, styra och utbilda personal. Här beskrivs också i ett avsnitt de utbildningar som tillhandahålls av Sun Off samt övriga hjälpmedel som Sun Off bidrar med. Hur ska du sköta ekonomi och administration i ditt företag? I ett avsnitt beskrivs vår IT-organisation samt vad som gäller för central och lokal IT-drift. Ägarskap av kunddatabaser, hantering av PuL, krav på hård- och mjukvara.

För att säkerställa att konceptet efterlevs och att kedjan har en hög kvalitet, arbetar Sun Off kontinuerligt med kvalitetssäkring. Kapitlet beskriver de metoder vi



Du hittar handboken på Sun Offs intranät, Solsidan.

använder för att följa upp och säkerställa att konceptet efterlevs i samtliga avseenden.

Handboken är det mest centrala i konceptet och är en bilaga till franchiseavtalet. Eftersom marknaden ständigt utvecklas är Sun Off skyldig att löpande anpassa Handboken på det sätt som krävs för att kedjan ska förbli konkurrenskraftig. En förändring i Handboken är en förändring av konceptet som FT är skyldig att följa.

2.6 Administration

Sun Off strävar efter att administrationen av FTs verksamhet ska vara IT-baserad i så stor utsträckning som möjligt. För de fall FG utvecklar egna eller köper in system för kedjans räkning är FT skyldig att implementera dessa i sin verksamhet, utbilda sig och sin personal initialt och sedan löpande i den omfattning som krävs. De delar som eftersträvas att ha IT-baserade är t.ex:

- Handboken, som nås via Intranät, med en användarprofil som är anpassad för respektive person i FTs verksamhet
- Offertförfrågningar
- Ritningar
- Kalkyler
- Fakturering och redovisning
- Rapportering
- All kommunikation i kedjan.

Eftersom Sun Off är under uppbyggnad gällande den tekniska plattformen, samtidigt som utvecklingen inom detta område är mycket intensiv, redovisas nuläge

och detaljer separat i samband med etablering av nya franchisetagare. Systemen som finns syftar till att alla som jobbar inom kedjan ska få tillgång till den information som krävs för att kunna utföra sitt arbete. Den Godkände ledaren har tillgång till hela innehållet medan vissa avsnitt kan begränsas för anställda.

2.7 Utbildning

För att säkerställa att FT ska kunna bedriva sin verksamhet på ett professionellt sätt ingår utbildning som en väsentlig del i Sun Offs support. Utbildningen utgår från Handboken.

Sun Off utbildar samtliga anställda hos FT enligt gällande utbildningsprogram som finns dokumenterat i Handboken. Sun Off kan också förlägga utbildningar hos Godkända leverantörer avseende produktkunskaper, eller hos andra utsedda leverantörer beroende på ämnet för utbildningen.

Utbildningen är upplagd så att Sun Off utbildar FTs Godkände ledare och/eller av FT utsedd ansvarig person som är ansvarig för utbildning. Denne person utbildas dels i konceptets alla delar, men också så att denne kan utbilda sina kollegor. Detta är ett så kallat IST, In Store Trainer-upplägg vilket syftar till att stärka FT i sin ledarroll lokalt. Från tid till annan anordnar Sun Off utbildningar som även anställda hos FT deltar i.

Utbildningen ges dels innan starten av FTs verksamhet som del av startprogrammet, och dels löpande för att säkerställa att FT har de kunskaper och färdigheter som krävs.

2.8 Kvalitetssäkringsprogram

Samarbetet inom Sun Off bygger på att kedjan erbjuder marknaden ett konkurrenskraftigt koncept. Värdet för FT av att kedjans alla företag lever upp till ett gemensamt kvalitetskrav är att man därmed ingår i en kedja som får en god konkurrenskraft.

För att kunna säkerställa kvaliteten och kunna korrigera negativ utveckling inom kedjan finns ett särskilt kvalitetssäkringsprogram samt en revisionsplan framtagen i Handboken. I Avtalet och Handboken anges

vilka nivåer som FT måste uppnå avseende uppfyllande av styrtalet och kvalitet. Sun Off följer upp samtliga franchisetagare i kedjan genom besök i verksamheten, via rapporter och IT-system. Detaljerna i denna uppföljning och revisionsplan återfinns i Handboken.

Revisionsplanen bygger på ett poängsystem där FT kan uppnå vissa nivåer. Dessa nivåer syftar till att premiera de FT som efterlever konceptet, men också för att säkerställa en nivå i kedjan. Därför finns också sanktioner för de som inte lever upp till den gemensamma kvalitetsnivån. Nivåerna som avses är:

- Normalt/Godkänt läge
- Korrigering krävs
- Väsentligt (grovt) avtalsbrott

Det innebär bl.a. att FT måste uppnå en viss nivå på kvalitet för att bibehålla sin rätt att driva sin verksamhet inom konceptet. De sanktioner Sun Off utfärdar anges i Handboken.

2.9 Central Aktivitetsplan

För varje år läggs en central aktivitetsplan för kedjan. Arbetet med att planera dessa marknadsaktiviteter görs i marknadsrådet, och planen presenteras för Sun Off ledning som fastställer planen. Marknadsrådet består av ansvariga för marknad och försäljning på Sun Off och kunniga franchisetagare. Arbetet resulterar i en aktivitetsplan som skall gälla för Sun Off-kedjan inför och under kommande säsong. Aktivitetsplanen syftar till att marknadsföra hela Sun Off-kedjan på riks-, regional- och lokalplan och ska resultera i säljstimulerande åtgärder, erfarenhetsutbyte, utveckling av kedjan, utveckla tekniskt stöd för sälj- och marknadsföring m.m. Aktivitetsplanen skall i sin helhet bekostas av medel ur den Centrala aktivitetsfond som finansieras genom en avgift från samtliga FT. FTs avgift till central aktivitetsfond är 2 % på den totala försäljningen. Sun Off fakturerar avgiften till Central aktivitetsfond som en intäkt i rörelsen, men pengarna används till att finansiera den Centrala aktivitetsplanen, och Sun Off har ett ansvar att årligen redovisa vad avgifterna använts till.

Därefter görs lokala aktivitetsplaner till varje FT som skall knyta an till den gemensamma aktivitetsplanen. Dessa aktivitetsplaner görs i dialog mellan Sun Off och respektive FT.

En gång om året träffas samtliga FT och personalen på Sun Off för en kickoff. Avsikten med denna konferens är dels att utbyta erfarenheter och dels att tillgodose behovet av gemensam information. De arbetsmässiga aktiviteter som genomförs på en kickoff är bl a:

- Säsongens marknads- och aktivitetsplan
- Konzeptnyheter
- Marknadsuppdatering
- Utbildning

2.10 Försäljning

Sun Off har för närvarande några huvudsakliga målgrupper, se punkt 1.3. Vi bearbetar dem både på nationell och regional nivå och delar på arbetsuppgifterna.

Sun Off på nationell nivå

En del av våra kunder har verksamhet i hela eller stora delar av Sverige och strävar efter att ha en nationell motpart i sin affärsrelation. Det kan vara hustillverkare, större entreprenadföretag, byggmaterialhandlare eller andra liknande aktörer. Regionalt bearbetar FT dessa ramavtalskunder genom besök och aktiviteter på uppdrag av FG.

En del av de nationella kunderna kan ha huvudkontor i FTs distrikt. I de fallen kunden tar en initial kontakt med FT och förfrågan gäller ett större område än FTs rättighet täcker ska FT lämna över kontakten till FG. Därefter görs kundbesök ensamt av FG eller tillsammans med FT. Avtalet tecknas med Sun Off för att gälla för hela kedjan.

Av både legala och praktiska skäl är det också Sun Off som äger och driver webhandeln inom kedjan och FT är skyldig att utföra tjänster avropade av Sun Off från denna säljkanal.

Företagsmarknaden är en stor och mycket viktig marknad. Sun Off har rätten att aktivt bearbeta denna marknad och har för avsikt att investera i denna kanal.

Det kan ske genom att tillsätta särskilda resurser personellt för att bearbeta föreskrivande led och dylikt samt specifik marknadsföring till denna kanal. Kombinationen av en central funktion med FTs lokala styrka bedöms utgöra en betydande konkurrensfördel.

FT bearbetar på regional nivå

Vår huvudsakliga kundbas är dock lokala och regionala företag. FT har de bästa förutsättningarna att bearbeta denna marknad. Genom kontinuerliga kund-besök och lokal marknadsföring bearbetar FT dessa kunder. Arbetsmodellen för införsäljning finns doku-menterad i Handboken och i den löpande utbildningen finns slipar vi tekniken.

2.11 Lager och inköp

För att säkerställa skalfördelar i inköp, kvalitet, kunskaps bank och feedback gör FT samtliga inköp från av Sun Off godkända leverantörer. En välsjord logistikkedja är en viktig del i serviceåtagandet mot slut-kund och det är viktigt att FT förstår effekten av såväl leveransförseningar som för stor kapitalbindning i lager. För att underlätta planeringsperspektivet görs årliga budgetar av FT tillsammans med Sun Off.

2.12 FTs ansvar vid skador och reklamationer

Om FT utför ett uppdrag för kund och kundens utrustning skadas som en följd av FTs hantering, är FT ersättningsskyldig för den skada som är aktuell. FT måste därför ha en försäkring som täcker skador av detta slag. Försäkringens omfattning anges i Handboken.

Om en kund reklamerar ett uppdrag utfört av FT skall Sun Off och FT följa instruktionerna i Handboken avseende reklamationer. Vid reklamationer i affärer där Sun Off äger kundrelationen, så som i webshopen, ska FT utföra reklameringsarbete som om det vore en egen skapad kund och står för reklamationer som FT själv orsakat, medan Sun Off ansvarar för produktrelaterade reklamationer.

2.13 Onboarding-program

Innan FTs verksamhet startar måste en rad förberedelser genomföras. Sun Off har lagt upp ett program för starten av en FT. Avsikten är att arbeta tillsammans med FT från rekrytering till dess att verksamheten är igång utifrån en väl prövad modell. Onboarding-programmet anges i detalj i Handboken men har i huvudsak följande innehåll:



Programmet anpassas givetvis till gällande förutsättningar för FT och om det t.ex. är ett befintligt företag som tecknar avtal skräddarsys programmet efter aktuella behov.

3. Ekonomi och administration

3.1 Avgifter och initiala kostnader

FT får tillgång till franchisekonceptet och en rättighet att driva en enhet under varumärket Sun Off. För löpande utveckling och support betalar FT en franchiseavgift. Sun Off-kedjans centrala aktivitetsplan, finansieras genom en avgift från samtliga enheter i kedjan.

Franchiseavgift

5 % av total omsättning. Att jämföra med en "hyra" av konceptet.

Avgift till central aktivitetsfond

2 % av total omsättning. FTs årliga bidrag till kedjans gemensamma marknadsföring,

Vid ett inträde i kedjan kommer det ställas krav på en initial investering för att profilera franchisetagarens enhet enligt konceptet. Främst i form av butik, fordon och personal. Utöver det kommer det krävas investeringar i marknadsföring för att komma igång och visa kedjans närvaro lokalt. Denna investering bedöms vara 250 000 kronor i normalfallet men varierar beroende på enhetens storlek och behov. Individuell överenskommelse om nivå för initial investering görs inför tecknandet av franchiseavtalet.

3.2 Bokföringsprogram, redovisningsbyrå och gemensam kontoplan

För att FT skall kunna ägna sig åt det han eller hon gör bäst och slippa lägga tid på tidskrävande administration erbjuder Sun Off hjälp med löpande redovisning. Om detta alternativ inte väljs ska FT använda sig av en professionell redovisningsbyrå. För det fall FT ska

använda annan redovisningsbyrå, skall denna godkännas av Sun Off. FT kan därmed hantera följande områden och lägga sin tid på arbete som ger intäkter.

Det arbete FT behöver göra avseende administration ska vara så lite som möjligt och för varje moment finns instruktioner i Handboken och support via den som sköter redovisningen. Ansvarig för redovisningen ska kunna sköta följande moment:

- För att underlätta jämförbarheten inom gruppen skall samtliga FT använda samma kontoplan. Kontoplanen är baserad på en EU-baskontoplan. Den innehåller alla de kontogrupper som kan behövs i verksamheten.
- FT är skyldig att löpande rapportera in resultat- och balansräkning enligt instruktioner i Handboken. Det underlättar rådgivning och benchmarking.

3.3 Budget och försäljningsmål

Inför varje bokslutsår skall samtliga FT upprätta en budget. FT får ett budgetunderlag från Sun Off. Budgeteringen skall genomföras av FT tillsammans med Sun Off. Samtliga budgetar skall godkännas av Sun Off innan budgetårets ingång.

För att säkerställa aktivitetsnivån i området ställs krav på att FT skall klara en viss nivå av försäljning för att bibehålla rättigheten att bedriva en Sun Off-enhet enligt franchiseavtalet. Detta är ett så kallat styrtal vilket innebär att en viss uppfyllnadsgrad är nödvändig för att FT ska kunna behålla sin rättighet.

3.4 Kapitalbehov

Kapitalbehovet för en etablering av en Sun Off enhet kan variera beroende på stad och andra förutsättningar och redovisas därför separat för aktuellt område/enhet.

4. Rättigheter och skyldigheter

4.1 Primärområde, sekundärområde samt undantagskunder

Sun Off-kedjans målsättning är att över tid täcka samtliga affärsmässigt intressanta områdena i Sverige. För att uppnå det krävs att alla FT har möjlighet att bearbeta marknaden så effektivt som möjligt. Därför är det viktigt att FT får ett särskilt geografiskt område som kan bearbetas på ett effektivt sätt så att målsättning på volym och marknadsandel tillfredsställs. FT tilldelas därför ett s.k. primärområde och eventuellt ett sekundärområde som förklaras närmre nedan.

Primärområde

Ett primärområde är ett geografiskt avgränsat område, exempelvis en kommun. Primärområdet anges i en karta som är baserad på postnummer och är bilaga till franchiseavtalet. För detta område har FT ensamrätt till marknadsföring och bearbetning av kunder under avtalstiden, med undantag för vad som sägs nedan avseende undantagskunder.

Sekundärområde

FT kan förutom primärområde få rättigheten att marknadsföra Sun Off-konceptet i ett närliggande geografiskt område. FT ges därmed en bearbetningsrätt för området. Rättigheten innebär att FT har rätt att marknadsföra konceptets sortiment inom området och att ingen annan inom Sun Off-kedjan har rätt att bearbeta marknaden inom området med undantag av vad som sägs nedan avseende undantagskunder.

Sun Off har dock rätt att etablera en ny Enhet inom sekundärområdet i den mån marknadens potential inte till fullo utnyttjas av FT. Om Sun Off nyttjar möjligheten att upprätta en ny enhet inom sekundärområdet har FT option att upprätta den nya enheten. Förutsättningen är dock att FT har mött Sun Offs målsättningar i primärområdet samt krav på följsamhet av konceptet och att FT i övrigt kan anses klara uppgiften finansiellt och operativt. För det fall FT utnyttjar optionen så blir det ett

nytt primärområde med de investeringar som krävs för en ny franchisetagare.

Syftet med denna lösning är att säkerställa att Sun Off-kedjan bearbetar marknaden effektivt och att kedjans målsättning på marknadsandelar säkerställs.

Undantagskunder

Det förekommer att kunder har verksamhet i fler än ett av Sun Off upprättade primärområden respektive sekundärområden, så kallade undantagskunder. Fördelningen av arbetsuppgifter, intäkter och kostnader skall gentemot undantagskunder göras enligt särskild ordning beskriven i Sun Offs Handbok. Denna fördelning av arbetsuppgifter, intäkter och kostnader som finns angiven i Handboken kan komma att innebära en viss inskränkning i FTs ensamrätt inom primärområdet respektive sekundärområdet. Även kunder som väljer att handla på Sun Offs webshop räknas som undantagskunder.

Avsikten med sättet att hantera s.k. undantagskunder är att Sun Off-kedjan skall kunna konkurrera effektivt gentemot konkurrenter som har filialer med egen personal istället för egna företagare. På så vis kan vi kombinera det lokala företagets mycket stora fördelar med de stordriftsfördelar som annars är förbehållna de allra största företagen. Syftet är dock att FT skall få alla uppdrag som denne kan hantera med hänsyn tagen till möjligheten att utföra uppdragen inom ramen för konceptets krav på inställelsetid och kvalitet. De undantagskunder som identifieras är företagskunder och kunder från webshop vilket redovisats tidigare i detta prospekt.

Kunder inom ett primärområde kan välja att köpa tjänster från vilken Sun Off-verksamhet de vill. Avsikten är att göra det enkelt för kunden. Ensamrätten avser endast rätten att marknadsföra konceptet och bearbeta kunder i aktuellt område gentemot andra franchise-tagare.

FT har som en konsekvens av ovanstående inte rätt att marknadsföra sig eller på annat sätt bearbeta

kunder i geografiskt område som är primärområde eller sekundärområde upptaget av annan FT eller av FG. Sun Off har rätt att tillåta tillfällig bearbetning av en marknad som inte är upptagen av annan FT.

Nya affärsområden

Om Sun Off tar fram ett nytt affärs- eller produktområde som inte avser den verksamhet som bedrivs enligt konceptet och Handboken omfattas detta nya affärsområde inte automatiskt av FTs rättighet och ensamrätt. Sun Off, dess ägare eller systerföretag kan därmed bedriva verksamhet avseende detta eventuella affärsområde även inom FTs geografiska område eller erbjuda detta affärskoncept till annan franchisetagare. Det är dock inget som hindrar att FT kan få rättigheten till även ett sådant nytt affärsområde om Sun Off anser att FT klarar av det och att FT är beredd att sätta upp de resurser som krävs.

4.2 Avtal, avtalstid, uppsägning av avtalet och option på nytt avtal

Avtal

Franchiseavtalets längd är fem år. FT ges en möjlighet att teckna nytt avtal när avtalstiden är slut givet att alla kraven inom konceptet är uppfyllda. FT ska då erbjudas det vid stunden gällande standardavtalet. Uppsägning av avtalet kan göras för det fall någon av FT eller Sun Off bryter mot avtalet.

Särskilda regler för uppsägning under FTs första avtalsperiod

Sun Off är trygg i konceptets möjligheter till framgång, men inser att det är ett stort steg att ta att bli franchisetagare. För att underlätta detta beslut erbjuds FT möjlighet att under sin första avtalsperiod kliva ur konceptet under avtalets löptid. Denna möjlighet innebär att FT kan välja att säga upp avtalet med 3 månaders uppsägningstid det första året och därefter med 12 månaders uppsägningstid resterande del av avtalet. Vid tecknandet av en ny avtalsperiod erbjuds inte denna möjlighet utan då gäller 12 månaders uppsägningstid under hela avtalet.

Uppsägning av avtalet i förtid

Varje franchisetagare i Sun Off är beroende av att kedjan totalt sett går bra och utför ett bra jobb gentemot våra kunder. Precis som i alla andra kedjor är värdet av den enskilde franchisetagarens verksamhet beroende av att den goda image kedjan har upprätthålls. Det är därför väsentligt för FT att dennes FT-kollegor bedriver sina verksamheter på ett bra sätt. För att förhindra en dålig utveckling i kedjan måste det därför finnas bra regler för att kunna avbryta avtalet i förtid om det är någon i kedjan som inte uppfyller det behov av god drift som krävs. I det här avsnittet vi ges en bild av hur Sun Off och FT har möjlighet att säga upp avtalet i förtid.

Avtalsbrott och väsentligt avtalsbrott

Om FT eller Sun Off bryter mot bestämmelse i franchiseavtalet utgör det ett avtalsbrott. Om avtalsbrottet är väsentligt kan den icke felande parten säga upp avtalet med omedelbar verkan.

Ett ringa avtalsbrott påpekas oftast muntligen och förväntas rättas till omgående. Ett avtalsbrott av normalgraden ska påpekas skriftligen med en handlingsplan och tidsfrist att rätta till avtalsbrottet. Om dessa typer av avtalsbrott inte korrigeras enligt instruktion och tidsfrist övergår de till att bedömas som ett väsentligt avtalsbrott.

Följande avtalsbrott från FTs sida eller som FT ansvarar för är alltid att betrakta som väsentliga avtalsbrott. Nedanstående uppräknade skall dock inte ses som uttömmande utan endast som exempel på väsentliga avtalsbrott:

- FTs vägran att utföra uppdrag enligt konceptet
- FTs eller ägarens brott mot sekretess- och konkurrensbestämmelser
- FT eller ägaren köper, säljer eller använder produkter från leverantörer som inte är godkända av Sun Off
- FTs eller ägares felaktiga användning av Sun Offs immateriella rättigheter, inkluderande bl.a. konceptet, kundregister, varumärken.

- FT eller ägaren medvetet lämnar oriktig eller ofullständig information till Sun Off eller om FT underlåter att lämna erforderlig och korrekt information till Sun Off eller myndighet enligt franchiseavtalet.

Kvalitetsrevision

Efter en inarbetningstid på tolv månader från avtalets ingångsdatum har Sun Off rätt att säga upp avtalet med omedelbar verkan om FT efter inarbetningstiden under tre kvalitetsrevisioner i följd uppnår en kvalitetsnivå som i snitt understiger gränsen för avtalsbrott enligt den definition som finns angiven i Handboken. Syftet med detta är att skydda kedjan från tillkommande FT som inte tar konceptet på allvar och därmed riskerar att skada varumärket.

Minimiåtagande

Efter en inarbetningstid på sex månader från avtalets ingångsdatum har Sun Off rätt att säga upp avtalet med en uppsägningstid av tre månader om FT efter inarbetningstiden under två fyramånadersperioder i följd uppnår en försäljning som under båda perioderna var för sig understiger den försäljning som FT åtagit sig enligt franchiseavtalet.

Obestånd

Sun Off har rätt att säga upp franchiseavtalet om:

- FT går i konkurs
- FT ställer in sina betalningar
- FT inte betalar eventuella skulder till Sun Off, dess ägare eller systerföretag
- FT inleder ackordsförhandlingar
- FT genom misslyckat utmätningsförsök eller därmed jämförlig omständighet skäligen kan antas vara på obestånd
- FT rent faktiskt inställer sin verksamhet
- Ovanstående gäller också om FTs ägare går i konkurs m.m.

Godkänd ledare arbetar inte heltid i verksamheten Sun Off franchise bygger till en stor del på det personliga engagemanget från franchisetagarens Godkände ledare. Detta engagemang är ett av skälen till att Sun Off bygger en franchisekedja. Om den Godkände ledaren inte arbetar heltid i FTs verksamhet är det till nackdel för konceptet och betraktas därför som ett väsentligt avsteg från franchiseavtalet. Sun Off har, om detta inträffar, rätt att säga upp franchiseavtalet med omedelbart upphörande.

Ekonomiska konsekvenser av en uppsägning av franchiseavtalet

För det fall franchiseavtalet sägs upp eller om parterna inte tecknar nytt franchiseavtal efter att det innevarande avtalet upphör, gäller följande ekonomiska konsekvenser:

- Sun Off har rätt men inte skyldighet att köpa eller överta leasingavtal till fordon och den specifika utrustning och inredning som FT innehar och som anges i Handbokens aktuella utrustningslista. Priset vid köp för kuranta inventarier skall vara det lägsta av återanskaffningsvärdet och FTs inköpspris minus 20 % avskrivning per 12 månadersperiod sedan inköpet gjordes
- Övriga ekonomiska konsekvenser bärs av FT vilket inkluderar att FT har fullt ansvar för dess resultat oavsett om det är en vinst eller en förlust.

Vid alla fall av uppsägning gäller att FT och Sun Off skall fullgöra sina ekonomiska åtaganden enligt samma villkor som alla andra företag, vilket inkluderar full rätt till upparbetade vinster och fullt ansvar för upparbetade förluster.

Om avtalet upphört på grund av parts grova avtalsbrott, skall felande part utge ett avtalsvite om tio (10) basbelopp enligt lagen om allmän försäkring till den andre parten, eller till det högre belopp till vilken skadan kan bevisas.

För det fall att pågående avtalsbrott inte upphör omgående efter skriftligt påpekande, skall felande part, utöver ovanstående, till den andre parten betala ytterli-

gare ett avtalsvite om ett (1) basbelopp enligt lagen om allmän försäkring per påbörjad kalendervecka under den tid som avtalsbrottet fortsätter.

Tvistlösning

Eventuella tvister mellan FT och Sun Off ska i första hand lösas genom medling och därefter genom skiljedom enligt Regler för Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut. Dessa regler innebär bl.a. att Stockholms Handelskammars Skiljedomsinstitut avgör hur mycket tvisten kommer att kosta och hur mycket vardera parten måste betala in som säkerhet för tvistens betalning. Det är därför omöjligt att på förhand avgöra hur hög denna kostnad kan bli. Det beror på omfattning-en av tvisten.

4.3 Sun Offs planer för framtiden

Sun Offs målsättningar är följande:

- Vi ska utveckla Sun Off's franchisekoncept till minst 30 franchisetagare/enheter till 2024.
- Vi ska ha en rullande försäljningstakt efter 2024 överstigande 250 Msek med en god resultatutveckling.
- Vi ska vara marknadsledare på den svenska marknaden.
- Vi ska ha noll-fel leveranser till vår kund.
- Vi ska leverera och installera vår kundorder inom 3 veckor exkl. pergola- och större projektinstallationer.
- Vi ska upplevas som marknads bästa och mest professionella leverantör och partner av sol-skyddsutrustning.

4.4 Immateriella rättigheter

De immateriella rättigheter som Sun Off upplåter till FT att nyttja under avtalstiden är:

- Varumärket Sun Off:
Registreringsnummer för Gemenskapsvarumärke och Gemenskapsformgivning för EUs inre marknad: 011854924
Registreringsnummer för figur- och varumärkesregistrering i Sverige: 342502
- Den samlade know-how som kedjan genom supportkontoret förmedlar.
- Sun Offs affärskoncept beskrivet i Handboken.

Sun **off**®

sunoff.se