



MS-FF 001:2026

Multicert Standard MS-FF 001:2026

Wytyczne audytowe Programu Certyfikacji FairFranchise Multicert.
Wymagania, procedura audytu, kryteria oceny.

Dokument bazowy: ISO 9001:2015 + ISO 11000:2017 + European Code of Ethics for Franchising (EFF)

Schemat: Type 6 (certyfikacja systemu zarządzania) wg ISO/IEC 17067

Bezstronność: ISO/IEC 17021-1 + ISO/IEC 17065

Etap dojrzałości: Multicert Standard (rok 1) — ścieżka do CWA/PAS w roku 2-3

Multicert Standard MS-FF 001:2026

MS-FF 001:2026

TYTUŁ DOKUMENTU	Multicert Standard MS-FF 001:2026
KOD IDENTYFIKACYJNY	MS-FF 001:2026
WYDANIE	Wersja 1.0 · Kwiecień 2026
STATUS	Dokument normatywny — wytyczne audytowe programu certyfikacji
DATA WYDANIA	Kwiecień 2026
JĘZYK WYDANIA	Polski (pl)
DOKUMENT BAZOWY	ISO 9001:2015 + ISO 11000:2017 + European Code of Ethics for Franchising (EFF)
SCHEMAT CERTYFIKACJI	Type 6 (certyfikacja systemu zarządzania) wg ISO/IEC 17067:2013
ZAKRES POWOŁAŃ	ISO/IEC 17021-1:2015 + ISO/IEC 17065:2012 + ISO 19011:2018

ZATWIERDZENIE DOKUMENTU

ZATWIERDZIŁ	Grzegorz Suwara
STANOWISKO	Prezes Zarządu Multicert Sp. z o.o.
DATA ZATWIERDZENIA	20 kwietnia 2026 r.
PODPIS	<i>Grzegorz Suwara</i>

WYDAWCA

Multicert Sp. z o.o.

ul. Mydlarska 47A, 04-690 Warszawa, Polska
Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy KRS
KRS 0000681322 · NIP 9522163792 · REGON 367470425
[multicert.pl](#) · [biuro@multicert.pl](#) · +48 (22) 308 67 47

Spis treści

- 1 Zakres
- 2 Powołania normatywne
- 3 Terminy i definicje
- 3A Skróty
- 4 Kontekst organizacji
- 5 Przywództwo
- 6 Planowanie
- 7 Wsparcie
- 8 Działania operacyjne — 8 filarów MS-FF
- 9 Ocena efektów
- 10 Doskonalenie
- 11 Procedura audytu
- 12 Czas audytu (person-days — osobodni)
- 13 Próbkowanie
- 14 Kryteria oceny i klasyfikacja niezgodności
- 15 FAQ (najczęstsze pytania) i glossary (słownik pojęć)
- 16 Bibliografia
- 17 Kontakt i wniosek

Załączniki dostępne jako osobne dokumenty: Załącznik A — Checklist audytora. Załącznik B — Wzory dokumentów. Załącznik C — Macierz wymagań × poziom certyfikatu.

1 Zakres

Niniejszy standard ustanawia wymagania dla **systemów franczyzowych** niezależnie od branży, wielkości sieci (od 5 jednostek franczyzowych), modelu operacyjnego (direct franchising, master franchise, area development, conversion franchising) i segmentu (gastronomia, handel, usługi, hotelarstwo, B2B).

Standard adresowany jest do **franczyzodawcy** (franchisor) jako podmiotu prowadzącego sieć franczyzową oraz pełniącego obowiązki operatora systemu. Wymagania obejmują zarówno centralę franczyzową, jak i jej relacje z franczyzobiorcami, podwykonawcami strategicznymi (dostawcy zaopatrzenia, IT, logistyki) oraz z konsumentem końcowym.

Wykluczenia: systemy MLM (multi-level marketing), umowy agencyjne bez transferu know-how, licencje znaków towarowych bez wsparcia operacyjnego, partnerstwa biznesowe bez ujednoliconego standardu operacyjnego, sieci franczyzowe o skali < 5 jednostek operacyjnych.

2 Powołania normatywne

Niniejszy dokument odwołuje się do następujących dokumentów (datowane wydania obowiązują w wymienionej formie; niedatowane — najnowsze wydanie):

- ISO 9001:2015 — Quality management systems — Requirements (dokument referencyjny dla klauzul 4-10)
- ISO 11000:2017 — Collaborative business relationship management systems — Requirements and framework (dokument referencyjny dla relacji franchyzodawca-franczyzobiorca)
- European Code of Ethics for Franchising — European Franchise Federation, wersja 2016 (dokument etyczny bazowy)
- ISO/IEC 17065:2012 — Conformity assessment — Requirements for bodies certifying products, processes and services
- ISO/IEC 17021-1:2015 — Conformity assessment — Requirements for bodies providing audit and certification of management systems
- ISO/IEC 17067:2013 — Conformity assessment — Fundamentals of product certification and guidelines for product certification schemes (typ 6)
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 (Omnibus) — w zakresie informacji konsumenckiej i nieuczciwych praktyk handlowych (powołanie informacyjne)
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065 (Digital Services Act) — w zakresie platformowych zobowiązań franchyzodawców (powołanie informacyjne)
- Rozporządzenie Rady (WE) nr 2790/1999 w sprawie stosowania artykułu 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych (w zakresie ograniczeń umów franczyzowych)
- Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. 2007 nr 171 poz. 1206, z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (w zakresie tajemnicy przedsiębiorstwa i klauzul umownych)
- Multicert Scheme Framework v1.0 — Ramy operacyjne autorskich programów certyfikacji Multicert

3 Terminy i definicje

Dla celów niniejszego dokumentu obowiązują następujące terminy i definicje:

1. **Francyzodawca (franchisor)** — Podmiot będący właścicielem systemu franczyzowego i znaku towarowego, udzielający franczyzy franczyzobiorcy w zamian za bezpośrednie lub pośrednie świadczenia finansowe.
2. **Franczyzobiorca (franchisee)** — Niezależny przedsiębiorca prowadzący jednostkę franczyzową na podstawie umowy franczyzy z francyzodawcą, używający znaku towarowego i know-how francyzodawcy zgodnie z uzgodnionymi standardami.
3. **System franczyzowy** — Sieć jednostek operacyjnych (własnych, franczyzowych lub mieszanych) prowadzonych pod ujednoczonym znakiem towarowym, standardami operacyjnymi i wsparciem organizacyjnym francyzodawcy.
4. **Umowa franczyzy** — Umowa pisemna między francyzodawcą a franczyzobiorcą określająca prawa i obowiązki stron, zakres przekazanego know-how, system opłat, okres obowiązywania oraz warunki rozwiązania.
5. **Franchise Disclosure Document (FDD)** — Dokument informacyjny przekazywany kandydatowi na franczyzobiorcę przed podpisaniem umowy, zawierający kompletne dane o francyzodawcy, systemie opłat, wymaganej inwestycji, wsparciu, Earnings Claims Document oraz klauzulach umownych. Standard MS-FF 001:2026 wymaga FDD zgodnego z §8.1.
6. **Earnings Claims Document (ECD)** — Dokument załącznikowy do FDD zawierający zweryfikowane dane finansowe (P&L benchmark) z istniejących jednostek franczyzowych z minimum 12 ostatnich miesięcy. Standard wymaga danych z ≥ 5 jednostek reprezentatywnych.
7. **Fee structure** — Kompleksowa struktura opłat pobieranych przez francyzodawcę od franczyzobiorcy: opłata wstępna (entry fee), opłata bieżąca (royalty fee), opłata marketingowa (marketing fund), marża na zaopatrzenie (supply margin) oraz pozostałe opłaty (szkolenia, technologia, opłaty transferowe).
8. **Royalty fee** — Opłata bieżąca pobierana przez francyzodawcę od franczyzobiorcy, zwykle procent od obrotu netto lub stała opłata miesięczna, w zamian za prawo korzystania ze znaku towarowego, know-how i usług wsparcia.
9. **Marketing fund** — Opłata pobierana na cele działań marketingowych sieci, zarządzana przez francyzodawcę na zasadach trustowych. Standard MS-FF 001:2026 wymaga rozdzielności rachunku (§8.2) i corocznego raportu wykorzystania.
10. **Supply margin** — Marża stosowana przez francyzodawcę na produktach/usługach dostarczanych franczyzobiorcy w ramach wyłącznej dostawy (w tym centralnego zaopatrzenia). Standard wymaga pełnej transparentności supply margin w FDD i umowie.
11. **Audit** — Systematyczny, niezależny i udokumentowany proces uzyskiwania dowodów audytowych i ich obiektywnej oceny w celu określenia stopnia spełnienia wymagań niniejszego standardu.

12. **Audit etapu 1** — Pierwszy etap audytu certyfikacyjnego — przegląd dokumentacji systemu franczyzowego (FDD, umowa wzorcowa, ECD, polityka opłat, SOPs wsparcia, materiały onboardingowe) oraz wstępna wizyta w centrali franczyzodawcy (2-3 dni).
13. **Audit etapu 2** — Drugi etap audytu certyfikacyjnego — pełen audit on-site w centrali franczyzodawcy oraz w reprezentatywnej próbie jednostek franczyzowych (4-6 dni), z rozmowami z franczyzobiorcami, weryfikacją procesów wsparcia oraz obserwacją w terenie.
14. **Anonymous Franchisee Survey** — Ankieta wysyłana niezależnie przez Multicert do wszystkich franczyzobiorców (lub do reprezentatywnej próby $\geq 30\%$) bez pośrednictwa franczyzodawcy. Wyniki (NPS, satisfaction, fairness perception) są elementem decyzji certyfikacyjnej z wagą $\geq 20\%$ i są warunkiem koniecznym dla tier Trusted i Premium.
15. **Franchise NPS** — Wskaźnik Net Promoter Score mierzony w Anonymous Franchisee Survey pytaniem: "Jak prawdopodobne, że polecisz dołączenie do tej sieci franczyzowej innemu przedsiębiorcy?" w skali 0-10. Franchise NPS = % Promotorów (9-10) – % Krytyków (0-6).
16. **Klauzula normatywna** — Wymaganie obowiązkowe oznaczone w niniejszym dokumencie czasownikiem „shall” (ang.) / „należy” / „wymaga się” / „musi”. Brak realizacji klauzuli normatywnej skutkuje Major NC lub Minor NC w zależności od wagi.
17. **Klauzula informacyjna** — Zalecenie nieobowiązkowe oznaczone czasownikiem „should” / „zaleca się”. Brak realizacji nie skutkuje niezgodnością, lecz może wpływać na punktację w obszarze objętym klauzulą.
18. **Niezgodność (NC)** — Stwierdzony brak realizacji klauzuli normatywnej. Klasyfikowana jako Major NC (krytyczna, wstrzymuje certyfikację do usunięcia) lub Minor NC (do usunięcia w określonym terminie, plan korygujący).
19. **Próbkowanie** — Wybór reprezentatywnej próbki jednostek franczyzowych do audytu on-site — minimum 3 jednostki (sieć < 30 jednostek), 5 jednostek (sieć 30-100), 7 jednostek (sieć 100-300), 10 jednostek (sieć 300+). Dobór losowy z wagami geograficznymi i wiekowymi.
20. **Tier (poziom certyfikatu)** — Jeden z trzech poziomów certyfikacji: Compliant (70% wymagań), Trusted (85% + Anonymous NPS ≥ 50), Premium (95% + Anonymous NPS ≥ 70 + best practices).
21. **Filar MS-FF** — Jeden z ośmiu obszarów wymagań mierzalnych nadbudowanych nad ISO 9001 i ISO 11000, szczegółowo opisanych w §8.1-8.8 niniejszego standardu.
22. **Cykl certyfikacyjny** — Dwuletni okres ważności certyfikatu z obowiązkowym audytem nadzorczym po 12 miesiącach. Krótszy cykl (2 lata vs standardowe 3 lata dla ISO 9001) ze względu na dynamikę sieci franczyzowych.

3A Skróty

SKRÓT	ROZWINIĘCIE
FDD	Franchise Disclosure Document (dokument informacyjny franczyzodawcy)
ECD	Earnings Claims Document (dokument deklaracji wyników finansowych)
EFF	European Franchise Federation (Europejska Federacja Franczyzowa)
HLS	High Level Structure (struktura wysokopoziomowa norm systemów zarządzania ISO Annex SL)
KPI	Key Performance Indicator (kluczowy wskaźnik wydajności)
MS-FF	Multicert Standard — FairFranchise
NC	Non-Conformity (niezgodność)
NPS	Net Promoter Score (wskaźnik rekomendacji)
P&L	Profit and Loss statement (rachunek zysków i strat)
PFF	Polska Federacja Franczyzowa
ROI	Return on Investment (zwrot z inwestycji)
SLA	Service Level Agreement (gwarancja poziomu obsługi)
SOP	Standard Operating Procedure (standardowa procedura operacyjna)

4 Kontekst organizacji

Bazuje na: ISO 9001:2015 §4 + ISO 11000:2017 §4

4.1 Zrozumienie organizacji i jej kontekstu

Francyzodawca musi określić zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania istotne dla systemu francyzowego oraz jego zdolności do osiągnięcia zamierzonych rezultatów — w szczególności: regulacje prawne dotyczące franczyzy w każdej jurysdykcji operowania; sytuacja konkurencyjna branży; oczekiwania konsumentów; trendy technologiczne wpływające na model operacyjny.

Dokumentacja uwarunkowań musi być aktualizowana nie rzadziej niż **raz w roku** w ramach przeglądu zarządzania (§9.3).

4.2 Zrozumienie potrzeb i oczekiwań zainteresowanych stron

Francyzodawca musi zidentyfikować i monitorować potrzeby następujących zainteresowanych stron:

- **Francyzobiorcy** (istniejący i kandydaci) — jakość wsparcia, rentowność, fairness (uczciwość) opłat, perspektywy rozwoju;
- **Konsumenci końcowi** — jakość produktu/usługi, bezpieczeństwo, standard obsługi;
- **Pracownicy centrali** — kompetencje, rotacja, kultura organizacyjna;
- **Dostawcy strategiczni** — ciągłość zaopatrzenia, SLA (Service Level Agreement — gwarantowany poziom obsługi), jakość;
- **Regulatorzy** — UOKiK, organy branżowe, EFF, Polska Federacja Francyzowa;
- **Inwestorzy i właściciele** — zwrot z inwestycji, ryzyka reputacyjne, zgodność regulacyjna;
- **Media i opinia publiczna** — monitoring percepcji marki, skarg publicznych.

4.3 Zakres systemu francyzowego

Francyzodawca musi udokumentować zakres systemu francyzowego (scope — zasięg przedmiotowy i terytorialny) wymieniający: znak towarowy (lub marki) objęte systemem; typy jednostek francyzowych (flagship — sztandarowa, standard, express — skrócony format, kiosk itp.); jurysdykcje geograficzne operowania; wykluczenia (np. jednostki w likwidacji, piloty eksperymentalne).

4.4 System zarządzania francyzą i procesy

Francyzodawca musi zarządzać swoim systemem procesowo, z określeniem wejść/wyjść, sekwencji, kryteriów operacyjnych i KPI (Key Performance Indicators — kluczowe wskaźniki wydajności) dla każdego procesu kluczowego. Minimum wymaganych procesów:

- Pozyskiwanie francyzobiorców (lead generation — pozyskiwanie potencjalnych zainteresowanych, kwalifikacja, onboarding — wdrożenie);
- Operacyjne wsparcie jednostek (area management — zarządzanie regionalne, mystery shopper — tajemniczy klient, audyty jakości);

- Zaopatrzenie i łańcuch dostaw (procurement — zaopatrzenie korporacyjne, logistyka);
- Marketing centralny i lokalny;
- Zarządzanie incydentami i reklamacjami (franczyzobiorca ↔ francyzodawca, konsument ↔ sieć);
- Rozwój produktu / oferty;
- Szkolenia i rozwój kompetencji.

5 Przywództwo

Bazuje na: ISO 9001:2015 §5 + ISO 11000:2017 §5

5.1 Przywództwo i zaangażowanie najwyższego kierownictwa

Najwyższe kierownictwo francyzodawcy musi wykazać przywództwo i zaangażowanie poprzez: ponoszenie odpowiedzialności za skuteczność systemu; ustanowienie polityki FairFranchise i celów jakościowych; zapewnienie dostępności zasobów; komunikowanie znaczenia skutecznego zarządzania franczyzą; promowanie kultury fair-play wobec francyzobiorców.

Zaangażowanie musi być **udokumentowane** — minimum w formie zatwierdzonej polityki FairFranchise (§5.2), protokołów z przeglądu zarządzania (§9.3) oraz rocznego sprawozdania zarządu dotyczącego sieci francyzowej.

5.2 Polityka FairFranchise

Najwyższe kierownictwo musi ustanowić, wdrożyć i utrzymywać politykę FairFranchise, która:

- jest adekwatna do celu i kontekstu systemu francyzowego oraz wspiera jego kierunek strategiczny;
- stanowi ramy do ustanawiania celów jakościowych (§6.2);
- zawiera zobowiązanie do spełnienia wymagań oraz do ciągłego doskonalenia;
- zawiera **publiczne zobowiązanie** do 8 filarów FairFranchise (§8.1-8.8) — w szczególności do transparentności umowy, fair-fee, financial disclosure i Anonymous Franchisee Survey.

Polityka musi być udokumentowana, komunikowana wewnątrz centrali i wobec wszystkich francyzobiorców oraz dostępna publicznie na stronie www francyzodawcy.

5.3 Role, odpowiedzialności i uprawnienia organizacyjne

Najwyższe kierownictwo musi wyznaczyć **Pełnomocnika ds. FairFranchise** (Franchise Fairness Officer) — osobę z uprawnieniami i odpowiedzialnością za:

- nadzór nad zgodnością systemu z wymaganiami MS-FF 001:2026;
- zarządzanie kanałami komunikacji francyzobiorców z centralą (skargi, sugestie, mediacja);
- koordynację Anonymous Franchisee Survey i raportowanie wyników do zarządu;
- relacje z Multicert jako jednostką certyfikującą oraz z niezależnym mediatorem (§8.6);
- raportowanie do najwyższego kierownictwa o skuteczności systemu minimum kwartalnie.

Pełnomocnik ds. FairFranchise musi mieć bezpośrednie raportowanie do zarządu (bez pośredników operacyjnych), aby zapewnić niezależność i skuteczność eskalacji.

6 Planowanie

Bazuje na: ISO 9001:2015 §6

6.1 Działania odnoszące się do ryzyk i szans

Franczyzodawca musi zidentyfikować ryzyka i szanse związane z systemem franczyzowym.

Minimum wymagane kategorie ryzyk:

- **Ryzyka finansowe franczyzobiorców** — ROI poniżej prognozy, insolwencja, fee-trap;
- **Ryzyka prawne** — pozwy franczyzobiorców, klauzule abuzywne, niezgodność z UOKiK;
- **Ryzyka operacyjne** — niedobór wsparcia centrali, niewystarczające szkolenia, rotacja area managerów;
- **Ryzyka reputacyjne** — incydenty medialne, negatywne opinie franczyzobiorców w mediach społecznościowych;
- **Ryzyka łańcucha dostaw** — zerwanie ciągłości zaopatrzenia, koncentracja dostawców;
- **Ryzyka regulacyjne** — zmiany legislacyjne (Omnibus, DSA, krajowe przepisy franczyzowe).

Ryzyka muszą być ocenione (prawdopodobieństwo × wpływ), uszeregowane i pokryte środkami kontroli. Rejestr ryzyk aktualizowany **minimum raz na pół roku**.

6.2 Cele jakościowe i planowanie ich osiągnięcia

Franczyzodawca musi ustanowić mierzalne cele jakościowe spójne z polityką FairFranchise.

Minimum wymagane KPI (mierzone rocznie):

- Franchise NPS (z Anonymous Franchisee Survey) — wartość docelowa, trend YoY;
- Średni czas onboardingu nowego franczyzobiorcy (od podpisania umowy do otwarcia jednostki);
- Średni czas reakcji area managera na zgłoszenie operacyjne franczyzobiorcy;
- Odsetek sporów skierowanych do mediacji vs. sądu (KPI §8.6);
- Rotacja franczyzobiorców (%) i jej przyczyny (exit survey);
- Odsetek Earnings Claims zgodnych z rzeczywistością (odchylenie P&L ECD vs. faktyczne wyniki jednostek < 20%);
- Skuteczność treningu (% franczyzobiorców uzyskujących certyfikat onboardingowy w terminie).

7 Wsparcie

Bazuje na: ISO 9001:2015 §7

7.1 Zasoby

Francyzodawca musi zapewnić zasoby niezbędne do ustanowienia, wdrożenia, utrzymania i doskonalenia systemu — w tym zespół operacyjny odpowiedni do skali sieci (§8.4).

7.2 Kompetencje

Personel centrali realizujący zadania wpływające na system francyzowy musi mieć udokumentowane kompetencje. Szczególne wymagania:

- **Area manager** (lub odpowiednik) — minimum 3 lata doświadczenia w branży, certyfikat szkolenia wewnętrznego francyzodawcy, znajomość umowy franczyzy;
- **Pełnomocnik ds. FairFranchise** — wykształcenie prawnicze lub MBA, znajomość ISO 9001 i EFF Code, brak powiązania ze sprzedażą franczyzy (niezależność);
- **Trener onboarding** — certyfikat trenerski + aktualna wiedza operacyjna (rotacja między centralą a jednostką operacyjną minimum raz na 2 lata);
- **Specjalista ds. wsparcia technicznego** — znajomość systemów POS/CRM/ERP używanych w sieci.

7.3 Świadomość

Cały personel centrali oraz francyzobiorcy muszą być świadomi: polityki FairFranchise; celów jakościowych relevantnych do ich funkcji; swojego wkładu w skuteczność systemu; implikacji niezgodności z wymaganiami MS-FF 001:2026.

7.4 Komunikacja

Francyzodawca musi określić komunikację wewnętrzną i zewnętrzną istotną dla systemu — w szczególności:

- **Kanał ciągły** francyzobiorca ↔ area manager (np. aplikacja, portal);
- **Kanał kwartalny** — spotkania regionalne lub webinary;
- **Kanał anonimowy** — dedykowany adres e-mail lub formularz zarządzany przez Pełnomocnika ds. FairFranchise (nie przez area manager);
- **Kanał coroczny** — konwencja francyzobiorców lub odpowiednik.

7.5 Udokumentowane informacje

Francyzodawca musi utrzymywać udokumentowane informacje wymagane przez niniejszy standard oraz ISO 9001. Minimum wymagany zestaw:

- Polityka FairFranchise, cele jakościowe;
- Umowa franczyzy (wzorcowa) + Franchise Disclosure Document + Earnings Claims Document;
- Manual operacyjny (SOPs);

- Plan onboardingu i program szkoleń;
- Rejestr ryzyk;
- Procedura zgłaszania skarg (franczyzobiorca, konsument);
- Procedura mediacji i apelacji;
- Raporty Anonymous Franchisee Survey (minimum 3 lata retencji);
- Raporty audytów wewnętrznych i przeglądów zarządzania.

8 Działania operacyjne – 8 filarów MS-FF

Bazuje na: ISO 9001:2015 §8 + ISO 11000:2017 §8 + EFF Code

Niniejszy rozdział określa wymagania szczegółowe dla 8 filarów MS-FF 001:2026. Wszystkie klauzule w §8.1-8.8 są **normatywne** (wymagania obowiązkowe) chyba że wyraźnie oznaczono je jako informacyjne.

8.1 Transparentność umowy (Franchise Disclosure Document)

Franczyzodawca musi przekazać kandydatowi na franczyzobiorcę kompletny **Franchise Disclosure Document (FDD)** nie później niż **14 dni kalendarzowych przed podpisaniem** umowy franczyzy lub przed pobraniem jakiegokolwiek wpłaty, w zależności od tego, co nastąpi wcześniej. FDD musi zawierać co najmniej:

1. Dane franczyzodawcy: pełna nazwa, forma prawna, adres, historia firmy, struktura własnościowa, organ zarządzający;
2. Historia systemu franczyzowego: rok rozpoczęcia franczyzy, liczba jednostek własnych i franczyzowych (aktualnie i w ostatnich 3 latach), rotacja jednostek (zamknięcia, transfery, przejęcia);
3. Znak towarowy: numer rejestracji, klasy Niceanskie, obszar geograficzny ochrony;
4. Wymagana inwestycja: total investment range (przedział całkowitego nakładu inwestycyjnego, min-max) z rozbiem na kategorie (wyposażenie, lokal, opłaty wstępne, working capital — kapitał obrotowy);
5. Pełna struktura opłat (§8.2);
6. Earnings Claims Document (§8.3) lub oświadczenie o powodach jego braku;
7. Obowiązki franczyzodawcy (§8.4) z mierzalnymi SLA (Service Level Agreement — gwarantowany poziom obsługi);
8. Obowiązki franczyzobiorcy;
9. Ograniczenia terytorialne, ekskluzywność, prawo pierwokupu;
0. Wykaz dostawców autoryzowanych / obowiązkowych;
1. Warunki zakończenia umowy, transferu, odnowienia;
2. Spory i mediacja (§8.6);
3. Listę istniejących franczyzobiorców (dane kontaktowe minimum 20 jednostek lub wszystkich jeśli sieć < 20);
4. Oświadczenie o toczących się postępowaniach sądowych i administracyjnych dotyczących systemu franczyzowego w ostatnich 5 latach.

Klauzule zabronione w umowie franczyzy (Major NC przy ich występowaniu):

- Klauzule wyłączające odpowiedzialność franczyzodawcy za dostarczone know-how lub materiały szkoleniowe;
- Klauzule umożliwiające jednostronne rozwiązanie umowy bez uzasadnionej przyczyny (z wyjątkiem rażących naruszeń);

- Klauzule kary umownej nieproporcjonalnej do skali naruszenia ($> 12 \times$ miesięczna royalty dla przewinień niegroźnych);
- Klauzule zakazu konkurencji obowiązujące > 24 miesięcy po zakończeniu umowy lub wykraczające poza obszar operowania jednostki;
- Klauzule obowiązku zakupu od konkretnego dostawcy bez uzasadnienia jakościowego;
- Klauzule wyłączające prawo franczyzobiorcy do wglądu w wykorzystanie marketing fund.

8.2 Fair-fee structure

Franczyzodawca musi udokumentować **pełną strukturę opłat** obowiązujących w systemie franczyzowym. Wszystkie opłaty muszą być wymienione w FDD i umowie — dodatkowe opłaty wprowadzane po podpisaniu umowy wymagają pisemnej zgody franczyzobiorcy.

Wymagane kategorie opłat z opisami:

- **Entry fee** (opłata wstępna) — jednorazowa; uzasadnienie i kalkulacja;
- **Royalty fee** (opłata bieżąca licencyjna) — procent obrotu netto lub stała opłata; częstotliwość poboru;
- **Marketing fund** (opłata marketingowa) — podstawa naliczania; **rachunek rozdzielny** od rachunku operacyjnego franczyzodawcy; coroczny raport wykorzystania przekazywany każdemu franczyzobiorcy (§8.5);
- **Supply margin** (marża na zaopatrzenie) — pełna transparentność dla produktów/usług z wyłączną dostawą; zadeklarowany przedział procentowy lub kwotowy;
- **Training fees** (opłaty szkoleniowe) — koszt szkoleń dodatkowych ponad onboarding (wdrożenie początkowe);
- **Technology fees** (opłaty technologiczne) — POS (Point of Sale — system kasowy), CRM (Customer Relationship Management — system relacji z klientem), ERP (Enterprise Resource Planning — system zarządzania zasobami), platforma e-commerce;
- **Transfer fee** (opłata transferowa) — koszt zgody franczyzodawcy na transfer jednostki;
- **Renewal fee** (opłata za odnowienie) — koszt odnowienia umowy.

Zasada proporcjonalności (klauzula normatywna): łączna suma wszystkich opłat (royalty + marketing + technology + opłaty obowiązkowe stałe) nie może przekraczać **15% obrotu netto franczyzobiorcy** w skali roku dla przeciętnej jednostki sieci. Przekroczenie tego progu wymaga uzasadnienia ekonomicznego w FDD z pokazaniem, że jednostka pozostaje rentowna przy tej strukturze.

8.3 Financial disclosure (Earnings Claims Document)

Franczyzodawca musi przekazać kandydatowi na franczyzobiorcę **Earnings Claims Document (ECD)** zawierający zweryfikowane dane finansowe z istniejących jednostek sieci. Wymagania minimum:

- Dane z **minimum 5 jednostek** reprezentatywnych (jeśli sieć < 5 jednostek — z wszystkich) z okresu **ostatnich 12 miesięcy** operowania (z wyłączeniem pierwszych 12 miesięcy od otwarcia);

- Rozbicie P&L (Profit and Loss — rachunek zysków i strat) zawierające: przychód netto, COGS (Cost of Goods Sold — koszty własne sprzedaży), opłaty franczyzowe, koszty pracownicze, koszty lokalu, pozostałe koszty operacyjne, EBITDA (zysk operacyjny przed amortyzacją, odsetkami i podatkami), EBIT (zysk operacyjny przed odsetkami i podatkami);
- Statystyki: mediana, średnia, kwartyle (Q1, Q3), min, max dla każdej pozycji;
- Czas zwrotu inwestycji (payback period — okres zwrotu) — mediana z 5 jednostek;
- Klasyfikacja jednostek: lokalizacja (duże miasto / średnie / małe), format (flagship — jednostka sztabowa / standard / express — format skrócony);
- Klauzula ostrzegawcza: „Podane wyniki historyczne nie stanowią gwarancji wyników francyzobiorcy”.

ECD musi być zweryfikowane przez **zewnętrznego biegłego rewidenta** (poświadczenie kompletności danych, nie audyt). Brak ECD dopuszczalny tylko dla sieci < 12 miesięcy istniejących, co musi być wyraźnie zadeklarowane w FDD wraz z uzasadnieniem.

8.4 Operational support guaranteed

Francyzodawca musi udokumentować i zrealizować minimum poniższy zakres wsparcia operacyjnego:

- **Onboarding** (wdrożenie początkowe) minimum **40 godzin szkoleń** zanim jednostka rozpocznie operacje — w tym: wiedza produktowa, obsługa klienta, operacje, systemy IT, zarządzanie personelem, compliance (zgodność regulacyjna i wewnętrzna). Frekwencja obowiązkowa. Certyfikacja na końcu z minimum 80% wyniku.
- **Pre-opening support** (wsparcie przed otwarciem) — dedykowany opiekun centrali obecny podczas pierwszych 7 dni operowania jednostki;
- **Area manager** (opiekun regionu) z określonym **SLA wizyt** — minimum raz na kwartał dla jednostek dojrzałych (> 12 miesięcy), minimum raz na miesiąc w pierwszym roku operowania;
- **Helpdesk operacyjny** (pomoc techniczno-operacyjna przez telefon, email, chat) z SLA pierwszej odpowiedzi ≤ 4 godziny w dni robocze;
- **Platforma szkoleniowa** (LMS — Learning Management System, system zarządzania nauczaniem) z dostępem 24/7 i aktualizowana minimum raz na kwartał;
- **Roczna konwencja francyzobiorców** (lub odpowiednik — webinar, regionalne spotkania) obowiązkowa dla sieci > 20 jednostek;
- **Marketing centralny** — minimum 4 kampanie brandingowe rocznie z materiałami do adaptacji lokalnej;
- **Systemy IT** (POS, CRM, ERP, e-commerce) — dostarczone przez francyzodawcę z SLA dostępności ≥ 99.5% (lub zagwarantowane przez certyfikowanego dostawcę zewnętrznego).

8.5 Quality consistency program

Francyzodawca musi wdrożyć system zapewnienia spójności jakości w całej sieci:

- **Audyty jakościowe jednostek** — każda jednostka minimum 2× rocznie, wyniki udostępniane franczyzobiorcy;
- **Mystery shopper program** (program tajemniczego klienta) — minimum 1× rocznie każda jednostka, wyniki agregowane dla benchmarku (porównania ze średnią sieci);
- **KPI** (Key Performance Indicators — kluczowe wskaźniki wydajności) **operacyjne i jakościowe** dashboardy (pulpity wskaźników) — dostęp dla każdego franczyzobiorcy do benchmarku sieci (anonimizowane);
- **Ścieżka eskalacji** niezgodności jakościowych — warning (ostrzeżenie) → plan naprawczy → 90-dniowe monitorowanie → ewentualne rozwiązanie umowy;
- **Audyt marketing fund** — coroczny raport wykorzystania funduszu marketingowego przekazywany każdemu franczyzobiorcy, niezależna weryfikacja przez biegłego rewidenta.

8.6 Dispute resolution

Franczyzodawca musi ustanowić system rozwiązywania sporów zawierający:

- **Ścieżka wewnętrzna** — skarga do area managera → eskalacja do Pełnomocnika ds. FairFranchise → zarząd. Terminy rozpatrzenia na każdym etapie zdefiniowane (maksymalnie 30 dni).
- **Niezależny mediator** — franczyzodawca wskazuje 2 niezależnych mediatorów (osoby fizyczne lub instytucje) spośród których franczyzobiorca może wybrać. Koszty mediacji ponosi strona przegrywająca lub dzielone po połowie w przypadku ugody.
- **Sąd arbitrażowy** (opcjonalnie) — jeśli umowa to przewiduje, wskazanie konkretnego sądu arbitrażowego z jurysdykcją w Polsce.
- **Klauzula niezrzekania** się prawa do sądu powszechnego — umowa franczyzy nie może wyłączać prawa franczyzobiorcy do skierowania sprawy do sądu.
- **Terminy rozpatrzenia:** eskalacja wewnętrzna 30 dni, mediacja 60 dni, apelacja do Multicert (w sprawach certyfikacyjnych) 60 dni.

8.7 Exit clause i transfer

Umowa franczyzy musi zawierać uczciwe warunki zakończenia:

- **Prawo pierwokupu** franczyzodawcy po wartości rynkowej (fair market value) określonej przez niezależnego rzeczoznawcę w razie braku porozumienia;
- **Prawo transferu jednostki** do osoby trzeciej z zachowaniem trybu zgody franczyzodawcy (odmowa wymaga uzasadnienia w 30 dni);
- **Warunki wyjścia bez kary** w określonych okolicznościach — istotne naruszenie umowy przez franczyzodawcę, niezrealizowanie deklarowanego wsparcia (§8.4), niewypełnienie SLA helpdesku > 6 miesięcy;
- **Zwrot inwentarza** — w razie końca umowy franczyzodawca zobowiązany do odkupienia niesprzedanego inwentarza marki po cenie hurtowej (obowiązek dla inwentarza z wyłącznej dostawy);
- **Klauzula zakazu konkurencji** — maksymalnie 12 miesięcy po zakończeniu umowy, obszar ograniczony do pierwotnej lokalizacji jednostki (± 5 km).

8.8 Anonymous franchisee feedback

Franczyzodawca musi umożliwić **Anonymous Franchisee Survey** organizowaną niezależnie przez Multicert minimum **raz w roku certyfikacji**. Wymagania:

- Ankieta wysyłana przez Multicert bezpośrednio do wszystkich franczyzobiorców (lista kontaktów aktualizowana na dzień audytu);
- Próba minimum 30% franczyzobiorców lub 50 osób (większa wartość); próba musi być reprezentatywna geograficznie i wiekowo;
- Pytania obowiązkowe: Franchise NPS, satysfakcja (5-stopniowa skala), fairness opłat, jakość wsparcia, komunikacja, transparentność;
- Wyniki **agregowane** (bez identyfikacji respondentów) udostępniane franczyzodawcy z komentarzem Multicert;
- Wyniki są elementem decyzji certyfikacyjnej z wagą $\geq 20\%$ (Trusted) lub $\geq 30\%$ (Premium);
- Pełny raport (zanonimizowane wyniki + analiza trendów) publikowany na stronie franczyzodawcy dla tier Premium.

9 Ocena efektów

Bazuje na: ISO 9001:2015 §9

9.1 Monitorowanie, pomiary, analiza i ocena

Franczyzodawca musi określić, co monitorować i mierzyć, metody, częstotliwość oraz kiedy analizować wyniki. Minimum wymagane pomiary:

- KPI zdefiniowane w §6.2 (Franchise NPS, czasy onboardingu/reakcji, rotacja, skuteczność treningu);
- Rentowność jednostek — monitorowanie per franczyzobiorca (za zgodą — lub agregowana statystyka);
- Zgodność z SLA wsparcia (§8.4) — dashboard aktualizowany minimum miesięcznie;
- Incydenty i skargi — rejestr z klasyfikacją (operacyjne, finansowe, etyczne, prawne);
- Wykorzystanie marketing fund — kwartalny raport;
- Odchylenie rzeczywistych wyników jednostek od ECD — raport roczny.

9.2 Audyt wewnętrzny

Franczyzodawca musi przeprowadzać audyty wewnętrzne w zaplanowanych odstępach. Program audytów wewnętrznych musi pokrywać wszystkie wymagania MS-FF 001:2026 w cyklu nie dłuższym niż **12 miesięcy**. Audytorzy wewnętrzni muszą być niezależni od obszaru audytowanego.

Rekomenduje się zaangażowanie **zewnętrznego audytora** (np. biegły rewident, kancelaria specjalizująca się w franczyzie) minimum raz na 2 lata dla weryfikacji Earnings Claims Document i rozliczenia marketing fund.

9.3 Przegląd zarządzania

Najwyższe kierownictwo musi dokonywać przeglądu systemu franczyzowego w zaplanowanych odstępach (minimum raz na 12 miesięcy). Dane wejściowe do przeglądu obejmują:

- Status działań z poprzedniego przeglądu;
- Zmiany w kontekście (§4.1) i zainteresowanych stronach (§4.2);
- Efektywność realizacji KPI jakościowych;
- Wyniki Anonymous Franchisee Survey;
- Wyniki audytów wewnętrznych i zewnętrznych (jeśli dotyczą);
- Skargi franczyzobiorców i konsumentów z analizą trendów;
- Status mediacji i sporów sądowych;
- Zmiany regulacyjne (Omnibus, DSA, krajowe) i ich wpływ na system;
- Rekomendacje doskonalenia.

10 Doskonalenie

Bazuje na: ISO 9001:2015 §10

10.1 Ogólne

Francyzodawca musi określać i wybierać szanse doskonalenia oraz realizować niezbędne działania aby spełnić oczekiwania francyzobiorców oraz zwiększyć ich satysfakcję.

10.2 Niezgodności i działania korygujące

Gdy występuje niezgodność — w tym wynikająca ze skarg francyzobiorców lub konsumentów — francyzodawca musi: reagować na niezgodność, podejmować działania w celu jej kontroli i korekty oraz zajmować się konsekwencjami; ocenić potrzebę działania w celu eliminacji przyczyn; wdrożyć wszelkie potrzebne działania; przeglądać skuteczność działań korygujących; aktualizować ryzyka i szanse zidentyfikowane podczas planowania (§6.1); wprowadzać zmiany do systemu.

Działania korygujące muszą być adekwatne do skutków niezgodności. Udokumentowane informacje jako dowód charakteru niezgodności, podjętych działań oraz wyników muszą być utrzymywane.

10.3 Ciągłe doskonalenie

Francyzodawca musi ciągle doskonalić przydatność, adekwatność i skuteczność systemu francyzowego. Musi rozważyć wyniki analizy i oceny (§9.1) oraz wyjścia z przeglądu zarządzania (§9.3) dla identyfikacji potrzeby lub szans.

11 Procedura audytu

Etap 0 – Zapytanie i wycena

Francyzodawca składa zapytanie przez formularz multicert.pl/kontakt z deklaracją: liczba jednostek francyzowych, segment branżowy, czas istnienia sieci. Multicert przygotowuje bezpłatną wycenę w 24-48h. Po akceptacji — umowa z harmonogramem (1-2 tygodnie).

Etap 1 – Przegląd dokumentacji + wizyta w centrali (2-3 dni)

Audytór wiodący (zwykle prawnik lub ekspert CFE — Certified Franchise Executive, tj. certyfikowany specjalista ds. franczyzy) przegląda zdalnie:

- Franchise Disclosure Document (FDD) — weryfikacja 14 wymaganych elementów z §8.1;
- Umowa franczyzy wzorcowa — skanowanie klauzul abuzywnych;
- Earnings Claims Document — porównanie z publikowanymi benchmarkami branżowymi;
- Polityka FairFranchise i protokoły zarządu potwierdzające zaangażowanie (§5);
- Struktura opłat — rozbiecie per kategoria (§8.2);
- Zapisy marketing fund — rachunek rozdzielny, raporty kwartalne;
- Program onboardingu i szkoleń (§8.4);
- SOPs operacyjne — minimum 5 kluczowych procesów;
- Rejestr ryzyk i KPI jakościowe;
- Rejestr skarg francyzobiorców i konsumentów z ostatnich 24 miesięcy;
- Raporty audytów wewnętrznych i przeglądów zarządzania.

Wizyta w centrali (1-2 dni): rozmowy z zarządem, Pełnomocnikiem ds. FairFranchise, area managers, HR, marketing, IT, finansami. Weryfikacja zgodności dokumentów ze stanem rzeczywistym.

Etap 2 – Audyt on-site (na miejscu, w jednostkach francyzowych, 4-6 dni)

Audytór wraz z zespołem (2-3 osoby) wizytuje reprezentatywną próbę jednostek francyzowych:

- **Sieć < 30 jednostek:** minimum 3 jednostki;
- **Sieć 30-100 jednostek:** minimum 5 jednostek;
- **Sieć 100-300 jednostek:** minimum 7 jednostek;
- **Sieć 300+ jednostek:** minimum 10 jednostek.

W każdej wizytowanej jednostce:

- Rozmowa 1-on-1 (indywidualna) z francyzobiorcą — bez obecności przedstawiciela centrali, minimum 1.5h;
- Rozmowa z menedżerem jednostki (jeśli nie jest to francyzobiorca);
- Przegląd dokumentacji operacyjnej jednostki — umowa, SOPs, szkolenia personelu, raporty area managera, dashboard KPI;

- Obserwacja operacji — 2-3 godziny w trybie normalnej eksploatacji;
- Weryfikacja rzeczywistej struktury opłat vs. deklarowana w FDD.

Etap 3 – Anonymous Franchisee Survey (2 tygodnie)

Multicert wysyła ankietę niezależnie do wszystkich franczyzobiorców (lub reprezentatywnej próby $\geq 30\%$). Ankieta zawiera: Franchise NPS, satysfakcja ogólna, fairness opłat, jakość wsparcia, komunikacja, transparentność, ogólne komentarze (opcjonalne). Odpowiedzi są anonimowe i agregowane; pojedyncze odpowiedzi nie są udostępniane franczyzodawcy.

Progi wymagane: Trusted = NPS ≥ 50 ; Premium = NPS ≥ 70 .

Etap 4 – Decyzja certyfikacyjna (2-3 tygodnie)

Niezależna komisja certyfikacyjna (3 osoby — minimum 1 nieuczestniczący w audycie) podejmuje decyzję na podstawie:

- Raport audytowy etap 1 + 2 (zgodność klauzul normatywnych);
- Wynik Anonymous Franchisee Survey (waga $\geq 20\%$ Trusted, $\geq 30\%$ Premium);
- Plan działań korygujących dla wykrytych Minor NC;
- Major NC wstrzymuje certyfikację do usunięcia (max 90 dni).

Etap 5 – Wystawienie certyfikatu (do 14 dni)

Certyfikat ważny **2 lata**. Audyt nadzorczy po 12 miesiącach (~30-40% nakładów audytu pierwszego). Recertyfikacja po 2 latach (~60% nakładów audytu pierwszego).

12 Czas audytu (person-days)

Tabela poniżej określa minimalny nakład pracy audytora dla pełnego cyklu certyfikacyjnego (Etap 1 + Etap 2 + Anonymous Survey). Czas dostosowywany do rzeczywistej dojrzałości i złożoności systemu.

WIELKOŚĆ	COMPLIANT	TRUSTED	PREMIUM
Sieć mała (5-30 jednostek)	10 person-days	14 person-days	18 person-days
Sieć średnia (30-100 jednostek)	14 person-days	18 person-days	24 person-days
Sieć duża (100-300 jednostek)	18 person-days	24 person-days	32 person-days
Sieć bardzo duża (300+ jednostek)	24 person-days	32 person-days	40+ person-days (wycena indywidualna)

13 Próbkowanie

Audytor stosuje proporcjonalne próbkowanie, z następującymi minimami:

- **Jednostki franczyzowe do wizyt on-site:** zgodnie z tabelą w §Etap 2 (3-10 jednostek). Dobór losowy z zachowaniem reprezentatywności: geograficznej (minimum 2 regiony), wiekowej (minimum 1 jednostka w pierwszym roku, 1 jednostka w latach 2-3, 1 jednostka > 3 lat), formatowej (jeśli sieć ma różne formaty — każdy format reprezentowany).
- **Rozmowy z franczyzobiorcami:** 1-on-1 bez obecności przedstawiciela centrali, minimum 1.5h. Dodatkowo: telefoniczne rozmowy z 3-5 franczyzobiorcami nieobjętymi wizytą on-site.
- **Personel centrali:** rozmowy z minimum 30% personelu działów kluczowych (area management, HR, marketing, finanse, IT, Pełnomocnik ds. FairFranchise) lub 10 osób (wartość większa).
- **Umowy franczyzowe:** analiza losowej próby 10% podpisanych umów z ostatnich 24 miesięcy lub 10 umów (większa wartość). Weryfikacja zgodności z wzorcową umową i FDD.
- **Earnings Claims Document:** weryfikacja danych P&L z minimum 5 jednostek losowo (niekoniecznie tymi samymi, z których zbudowano ECD) — zgodność mediany i kwartyli z deklarowanymi w ECD.
- **Rejestr skarg:** przegląd wszystkich skarg z ostatnich 12 miesięcy; głębszy przegląd (tracing outcome — przesłanie rezultatów) minimum 10 losowych skarg.
- **Marketing fund:** weryfikacja 100% transakcji ostatnich 3 miesięcy + próba 10% transakcji z ostatnich 12 miesięcy. Zgodność z deklarowanym celem i proporcjonalność do pobranych opłat marketingowych.
- **Anonymous Franchisee Survey:** wysyłka do 100% franczyzobiorców lub reprezentatywnej próby \geq 30% (większa wartość, minimum 50 osób). Response rate (odsetek udzielonych odpowiedzi) oczekiwany \geq 40%.

14 Kryteria oceny i klasyfikacja niezgodności

Audyty jest punktowany w skali 0-100 punktów rozłożonej na 5 obszarów:

OBSZAR	WAGA	MAPOWANIE FILARÓW
Transparentność dokumentów (FDD + umowa + ECD)	25%	§8.1 + §8.3
Fair-fee structure i marketing fund	20%	§8.2 + §8.5 (audit MF)
Operational support i quality consistency	20%	§8.4 + §8.5
Relacje franczyzobiorcze (dispute + exit + feedback)	20%	§8.6 + §8.7 + §8.8
Zarządzanie systemowe (ISO 9001 §4-7, 9, 10)	15%	§4 + §5 + §6 + §7 + §9 + §10

Progi punktowe (klauzule normatywne MS-FF 001:2026):

- **Compliant:** minimum **70 pkt** łącznie + zero Major NC + minimum 60 pkt w każdym obszarze;
- **Trusted:** minimum **85 pkt** łącznie + zero Major NC + minimum 75 pkt w każdym obszarze + Anonymous Franchisee NPS ≥ 50 + weryfikacja wszystkich 8 filarów MS-FF;
- **Premium:** minimum **95 pkt** łącznie + zero Major NC + minimum 90 pkt w każdym obszarze + Anonymous Franchisee NPS ≥ 70 + publiczny raport transparentności (anonimizowane wyniki survey, struktury opłat, benchmarków ECD).

Klasyfikacja niezgodności:

- **Major NC:** występowanie klauzul abuzywnych w umowie (§8.1); brak rachunku rozdzielnego marketing fund (§8.2); suma opłat $> 15\%$ obrotu netto bez uzasadnienia (§8.2); brak ECD bez uzasadnienia (§8.3); odchylenie wyników rzeczywistych od ECD $> 30\%$ (§8.3); brak onboardingu $< 24h$ (§8.4); brak niezależnego mediatora (§8.6); uniemożliwianie Anonymous Franchisee Survey (§8.8). Wstrzymuje certyfikację do usunięcia (max 90 dni).
- **Minor NC:** niekompletność FDD (brak 1-2 elementów z 14); SLA helpdesk realizowany w $> 24h$ w 5-10% przypadków; audyty jakościowe jednostek 1x zamiast 2x rocznie; częstotliwość wizyt area managera poniżej deklarowanej. Plan działań korygujących w 30 dni, weryfikacja zdalna.

15 FAQ (najczęstsze pytania) i glossary (słownik pojęć)

FAQ (Frequently Asked Questions – najczęstsze pytania)

Czy mogę uzyskać certyfikat Compliant a później awansować na Trusted / Premium?

Tak. Awans wymaga audytu zakresu różnicowego (2-3 dni) plus Anonymous Franchisee Survey dla Trusted/Premium. Można awansować podczas audytu nadzorczego rocznego.

Czy MS-FF 001:2026 wymaga posiadania osobnego certyfikatu ISO 9001?

Nie. MS-FF 001:2026 jest kompletnym systemem zarządzania franczyzą zbudowanym w strukturze HLS — zawiera wszystkie wymagania ISO 9001 §4-10. Jeśli franczyzodawca ma już ISO 9001 — audyt zintegrowany daje rabat 20-30%.

Czy certyfikat obejmuje franczyzobiorców?

Certyfikat MS-FF jest wystawiany na franczyzodawcę (system franczyzowy). Franczyzobiorcy są audytowani jako próba on-site (§Etap 2 + próbkowanie) dla weryfikacji wdrożenia, ale nie otrzymują osobnego certyfikatu.

Co jeśli nasza sieć ma mniej niż 5 jednostek?

Standard MS-FF 001:2026 jest adresowany do sieci ≥ 5 jednostek operacyjnych. Dla mniejszych sieci Multicert oferuje audit gotowości (readiness assessment) nie prowadzący do certyfikatu, lecz wskazujący luki do przyszłego audytu.

Ile trwa pełen proces od zapytania do certyfikatu?

10-12 tygodni dla Compliant, 12-14 tygodni dla Trusted, 14-16 tygodni dla Premium (dłużej z powodu Anonymous Survey i weryfikacji biegłego rewidenta).

Czy Anonymous Franchisee Survey jest obowiązkowa dla tier Compliant?

Dla Compliant — opcjonalna (rekomendowana). Dla Trusted i Premium — obowiązkowa z progami NPS ≥ 50 (Trusted) i ≥ 70 (Premium).

Kto wysła Anonymous Franchisee Survey?

Multicert wysła niezależnie, bez udziału franczyzodawcy. Franczyzodawca przekazuje aktualną listę kontaktów franczyzobiorców (100% sieci). Pojedyncze odpowiedzi są anonimowe i niewidoczne dla franczyzodawcy — udostępniane są wyłącznie wyniki agregowane.

Co dzieje się jeśli wykryta zostanie Major NC?

Certyfikacja zawieszona do usunięcia (max 90 dni). Plan działań korygujących + re-audit zakresu (1-2 dni). Powtarzające się Major NC mogą prowadzić do cofnięcia certyfikatu.

Czy mogę odwołać się od decyzji certyfikacyjnej?

Tak. Apelacja do niezależnej komisji apelacyjnej Multicert. Termin: 60 dni. Skład komisji wyklucza osoby uczestniczące w pierwotnej decyzji.

Kto wystawia certyfikat?

Akredytowana międzynarodowa jednostka partnerska (akredytacja ISO/IEC 17065). Multicert prowadzi audyt; certyfikat wydawany jest na podstawie raportu Multicert i decyzji komisji partnerskiej.

Czy mogę używać znaku FairFranchise na materiałach marketingowych sieci?

Tak — pakiet znaku Multicert FairFranchise (SVG/PDF/PNG) wraz z brand guidelines (zasady użycia, minimalne rozmiary, strefa ochronna) jest dostarczany po wystawieniu certyfikatu. Znak może być używany w materiałach rekrutacyjnych franczyzobiorców.

Czy Anonymous NPS musi być publicznie udostępniany?

Dla Compliant/Trusted — opcjonalnie. Dla Premium — wymagany jest publiczny raport (zanonimizowane wyniki + analiza) aktualizowany corocznie.

Co jeśli franczyzodawca działa w kilku krajach?

Standard MS-FF 001:2026 obowiązuje w każdej jurysdykcji, w której franczyzodawca operuje. Audit może obejmować jurysdykcje priorytetowe z próbą jednostek. Anonymous Survey wysyłana do franczyzobiorców we wszystkich jurysdykcjach.

Czy master franchise / area developers są audytowani osobno?

Master franchisees lub area developers z zakresem operacyjnym (recruitment, support) są audytowani jako subsystem. Jeśli master franchise realizuje pełne obowiązki franczyzodawcy w jurysdykcji — wymagana własna certyfikacja.

Co po 2 latach?

Audit recertyfikacyjny (~60% nakładów audytu pierwszego). Plus audyt nadzorczy po 12 miesiącach. Cykl 2-letni może być przedłużony o 6 miesięcy w wyjątkowych okolicznościach.

Glossary (słownik pojęć)

- 1. Franchise fee** — Zbiorcza nazwa opłat franczyzowych — entry fee (wstępna) + royalty (bieżąca) + marketing + pozostałe.
- 2. CFE (Certified Franchise Executive)** — Certyfikat International Franchise Association (IFA) dla specjalistów zarządzania franczyzą.
- 3. Area developer** — Pośredni poziom w systemie — podmiot rozwijający sieć franczyzową w określonym obszarze, zazwyczaj zobowiązany do otwarcia określonej liczby jednostek w harmonogramie.
- 4. Master franchise** — Model, w którym franczyzodawca nadaje uprawnienia do udzielania subfranczyzy w jurysdykcji innej niż macierzysta (np. Polska otrzymuje master franchise dla marki globalnej).
- 5. Conversion franchising** — Model, w którym istniejący niezależny biznes konwertuje się do franczyzy (np. przyłączenie istniejącej piekarni do sieci franczyzowej).
- 6. Direct franchising** — Model, w którym franczyzodawca bezpośrednio rekrutuje i obsługuje franczyzobiorców bez pośredników.
- 7. NPS (Net Promoter Score)** — Wskaźnik mierzony pytaniem: "Jak prawdopodobne, że polecisz?" w skali 0-10. $NPS = \% \text{ Promotorów (9-10)} - \% \text{ Krytyków (0-6)}$. Dla franczyzy: dla franczyzobiorców i konsumentów oddzielnie.

8. **Churn rate (rotacja)** — Roczny procent franczyzobiorców opuszczających sieć (zakończenie umowy, transfer, bankructwo). KPI dla §6.2.
9. **EFF Code** — European Code of Ethics for Franchising wydany przez European Franchise Federation, wersja 2016. Dokument etyczny bazowy dla europejskiego rynku franczyzy.
10. **PFF** — Polska Federacja Franczyzowa — organizacja branżowa zrzeszająca franczyzodawców i ekspertów franczyzy w Polsce.
11. **LMS (Learning Management System)** — Platforma e-learningowa dla szkoleń franczyzobiorców i pracowników jednostek. Wymóg §8.4.
12. **P&L (Profit & Loss)** — Rachunek zysków i strat — podstawowa forma raportowania finansowego. Wymagany element ECD (§8.3).
13. **Payback period** — Czas (w miesiącach) potrzebny do zwrotu inwestycji w otwarciu jednostki franczyzowej. Wymagany element ECD.
14. **UOKiK** — Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów — polski regulator rynku konsumenckiego. Wydaje decyzje o praktykach niedozwolonych w umowach franczyzowych.

16 Bibliografia

Niniejsza bibliografia zawiera pełne odniesienia do dokumentów źródłowych wykorzystanych przy opracowaniu standardu. Format zgodny z ISO 690:2021 *Information and documentation — Guidelines for bibliographic references and citations*.

- [1] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO 9001:2015. Quality management systems — Requirements*. 5th ed. Geneva: ISO, 2015. 29 p. ICS 03.100.70.
- [2] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO 11000:2017. Collaborative business relationship management systems — Requirements and framework*. 1st ed. Geneva: ISO, 2017. 37 p. ICS 03.100.02.
- [3] EUROPEAN FRANCHISE FEDERATION. *European Code of Ethics for Franchising*. Rev. 2016. Brussels: EFF, 2016. Dostępny w: <https://www.eff-franchise.com>.
- [4] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO/IEC 17065:2012. Conformity assessment — Requirements for bodies certifying products, processes and services*. Geneva: ISO, 2012. ICS 03.120.20.
- [5] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO/IEC 17021-1:2015. Conformity assessment — Requirements for bodies providing audit and certification of management systems — Part 1: Requirements*. Geneva: ISO, 2015. ICS 03.120.20.
- [6] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO/IEC 17067:2013. Conformity assessment — Fundamentals of product certification and guidelines for product certification schemes*. Geneva: ISO, 2013. ICS 03.120.20.
- [7] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO 19011:2018. Guidelines for auditing management systems*. 3rd ed. Geneva: ISO, 2018. ICS 03.100.70.
- [8] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO 690:2021. Information and documentation — Guidelines for bibliographic references and citations to information resources*. 4th ed. Geneva: ISO, 2021.
- [9] INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. *ISO/IEC Directives, Part 2:2021. Principles and rules for the structure and drafting of ISO and IEC documents*. 9th ed. Geneva: ISO/IEC, 2021.
- [10] INTERNATIONAL ACCREDITATION FORUM. *IAF MD 1:2023. Mandatory document for the audit and certification of a management system operated by a multi-site organization*. Chelsea, Québec: IAF, 2023.
- [11] POLSKIE CENTRUM AKREDYTACJI. *DACS-01. Akredytacja jednostek certyfikujących wyroby*. Wydanie 12. Warszawa: PCA, 2024.
- [12] PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA. *Dyrektywa (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE (Omnibus)*. Dz.U. L 328, 18.12.2019.
- [13] PARLAMENT EUROPEJSKI I RADA. *Rozporządzenie (UE) 2022/2065 z dnia 19 października 2022 r. w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych (Digital Services Act)*. Dz.U. L 277, 27.10.2022.

- [14] POLSKA FEDERACJA FRAN CZYZOWA. *Kodeks Dobrych Praktyk Franczyzowych*. Warszawa: PFF, 2022. Dostępny w: <https://franczyza.org.pl>.
- [15] SEJM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ. *Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*. Dz.U. 2007 nr 171 poz. 1206, z późn. zm.
- [16] SEJM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ. *Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*. Dz.U. 1993 nr 47 poz. 211, z późn. zm.
- [17] RADA EUROPEJSKA. *Rozporządzenie (WE) nr 2790/1999 z dnia 22 grudnia 1999 r. w sprawie stosowania artykułu 81 ust. 3 Traktatu do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych*. Dz.U. L 336, 29.12.1999.
- [18] REICHHELD, Fred. *The One Number You Need to Grow*. Harvard Business Review. December 2003, Vol. 81, No. 12, pp. 46-54. ISSN 0017-8012. [Źródło metodologiczne dla Net Promoter Score — NPS.]
- [19] MULTICERT SP. Z O.O. *Multicert Scheme Framework v1.0. Ramy operacyjne autorskich programów certyfikacji*. Warszawa: Multicert, 2026. Dokument wewnętrzny dostępny na wniosek.

17 Kontakt i wniosek

PEŁNOMOCSNIK KLIENTA

Joanna Kałuża

Doradca ds. certyfikacji ISO i programów branżowych Multicert

Tel: +48 508 354 544

Email: joanna.kaluza@multicert.pl

MULTICERT SP. Z O.O.

ul. Mydlarska 47A, 04-690 Warszawa

NIP 9522163792

multicert.pl

Wniosek o certyfikację: formularz na multicert.pl/kontakt z dopiskiem „Program Certyfikacji FairFranchise — wytyczne MS-FF 001:2026”.