

INSTRUKCJA NR 1/11/N
do Umowy Współpracy Franczyzowej
ZASADY ROZLICZEŃ FINANSOWYCH

§ 1. WSTĘP

1. Instrukcja ta stanowi dokument wydany przez Francyzodawcę w oparciu o zasady określone w Umowie Współpracy Franczyzowej („Umowa”) i kształtuje wzajemne prawa i obowiązki Stron Umowy w zakresie rozliczeń finansowych.
2. Wszelkie pojęcia pisane w tej Instrukcji wielką literą mają znaczenie nadane im w Umowie Współpracy Franczyzowej lub tej Instrukcji.

§ 2. DOCHÓD FRANCYZOBIORCY

1. Dochód Francyzobiorcy z Działalności Handlowej w Sklepie uzależniony jest od osiągniętego obrotu ze sprzedaży Towarów Handlowych oraz ilości lub wartości zawartych umów na świadczenie Usług Okołohandlowych.
2. Składnikami i źródłami dochodu Francyzobiorcy z Działalności Handlowej w Sklepie są w szczególności:
 - a. Marża ze sprzedaży Towarów CL,
 - b. Dochód ze sprzedaży Towarów Regionalnych,
 - c. Rabat Podstawowy,
 - d. Rabat Lojalnościowy,
 - e. Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych
 - f. Rabat Promocyjny,
 - g. Dopłata do ceny Towarów Regionalnych (promocja),
 - h. Rabat Dodatkowy Kwotowy,
 - i. Rabat Dodatkowy Procentowy,
 - j. Rabat Intensyfikacyjny,
 - k. Prowizja ze sprzedaży usług „Drobne Rachunki”,
 - l. Prowizja z tytułu świadczenia usługi „CASHBACK”,
 - m. Prowizja z tytułu świadczenia usług „LOTTO”,
 - n. Prowizja z tytułu świadczenia usług „Przesyłek Kurierskich”,
 - o. Prowizja ze sprzedaży usług pieniądza elektronicznego „Paysafecard”,
 - p. Inne prowizje za realizację Usług Okołohandlowych przysługujące Francyzobiorcy i wynikające z zawartych Umów, Instrukcji lub Wytycznych,
 - q. Wynagrodzenie z tytułu innych usług świadczonych na podstawie Instrukcji lub Wytycznych,
 - r. Ewentualne inne rabaty, premie lub subwencje, przyznane Francyzobiorcy w Instrukcjach, Wytycznych lub Regulaminach.
3. Obowiązek prowadzenia Działalności Handlowej w Sklepie nie występuje w święta oraz w niedziele niehandlowe (dni niehandlowe) określone w *Ustawie z 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu*

w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni, które to dni w danym roku są wskazane w Załączniku nr 6 do tej Instrukcji.

§ 3. MARŻA ZE SPRZEDAŻY TOWARÓW HANDLOWYCH

1. Marża ze sprzedaży wszystkich Towarów Handlowych stanowi jedno ze źródeł dochodów z Działalności Handlowej Francyzobiorcy w Sklepie. Marża jest to różnica pomiędzy Detaliczną Ceną Odsprzedaży Towarów a ceną ich zakupu [nadwyżka nad ceną zakupu Towarów, która zawiera się w Detalicznej Cenie Odsprzedaży (cena detaliczna = marża + cena zakupu)].
2. Podstawową cechą sieci francyzowych jest jednolitość oferty, standardu i ceny. Mając powyższe na uwadze, dbając o wizerunek Sklepów oraz mając na względzie interes klientów, w odniesieniu do Towarów CL Francyzodawca wprowadza Maksymalne Ceny Detaliczne Odsprzedaży.
3. Maksymalna Cena Detaliczna Odsprzedaży to maksymalna cena detaliczna, po jakiej Francyzobiorca może sprzedawać dany Towar CL w Sklepie (Maksymalna Cena Detaliczna Odsprzedaży = Marża Maksymalna + cena zakupu).

W celu określenia sposobu kształtowania Maksymalnej Ceny Detalicznej Odsprzedaży Towarów CL wprowadza się jednolitą Marżę Maksymalną:

- a. Na poziomie 5% dla wszystkich Towarów CL z grupy GSM_Prepaid, PAP_Wyroby tytoniowe.
 - b. Na poziomie 10% dla wszystkich Towarów CL z grupy A_Alkohol, Z_Art. Spożywcze, KH_Herbata, KH_Kawa, MR_Mrożonki, OTC_Apteczka, DZ_Produkty dla dzieci, K_Kosmetyki, C_Chemia, NS_Niespożywcze, ZW_Produkty dla zwierząt, N_Napoje, B_Piwo, S_Słodycze, SL_Słone przekąski, W_Wino, LODY_Lody.
 - c. Na poziomie 15% dla wszystkich Towarów CL z grupy Z_Szybkie przekąski, ZCFC_Żabka Cafe, Freshcafe, DG_Dania gotowe, H_Pieczyno, NAB_Nabiał, WED_Mięso, wędliny, garmazierka, R_Ryby i przetwory rybne, WO_Warzywa, owoce, rośliny.
4. Przypisanie Towarów CL do poszczególnych grup towarowych wymienionych w ust. 3 powyżej określa Francyzodawca, a ich podział dostępny jest w systemie Z-Market.
 5. Francyzobiorca ma pełną swobodę w kształtowaniu polityki cenowej, w szczególności ceny detalicznej odsprzedaży Towarów Handlowych pod warunkiem, że marża na Towarach CL nie będzie przekraczała Marży Maksymalnej wskazanej przez Francyzodawcę.
 6. W przypadkach, w których Francyzobiorca ze względu na:
 - a. stosowane zaokrąglenia we wzajemnych rozliczeniach z Francyzodawcą lub
 - b. obowiązywanie w stosunku do niektórych towarów (np. wyrobów tytoniowych) cen sztywnych lub determinowanych przez przepisy prawa lub producenta i nadrukowanych jako stałe na Towarze, i związane z tym uwarunkowania funkcjonalności Systemu rozliczeniowego,nie uzyska ze sprzedaży Towaru CL Marży Maksymalnej lub uzyska marżę wyższą od Marży Maksymalnej, Francyzodawca przy ustalaniu wysokości łącznego rabatu zakupowego za dany miesiąc, uwzględni kwotę różnicy między marżą osiągniętą a Marżą Maksymalną i odpowiednio podwyższy lub obniży wartość łącznego rabatu zakupowego o kwotę tej różnicy. Nie dotyczy to

sytuacji, w której decyzją Franczyzobiorcy cena detaliczna odsprzedaży do Klienta danego towaru CL została ustalona przez niego na poziomie niższym niż Maksymalna Cena Detaliczna Odsprzedaży.

§ 4. PRZYPISANIE WARIANTU CENOWEGO DO SKLEPU

1. Maksymalna Cena Detaliczna Odsprzedaży wynika z przypisania Sklepu do określonego Wariantu Cenowego, o czym autonomicznie decyduje Franczyzodawca. Przez Wariant Cenowy rozumie się zbiór wszystkich Cenników określonych dla poszczególnych kategorii produktowych w danym Sklepie. Każdy Cennik zdefiniowany przez Franczyzodawcę określa ceny zakupu netto Towarów CL dla Franczyzobiorcy.
2. Podstawowym Cennikiem przypisanym do poszczególnych kategorii produktowych jest Cennik Standard.
3. Poszczególnym Sklepom może zostać przypisany różny Wariant Cenowy z cenami zakupu netto Towarów CL dla Franczyzobiorcy niższymi, wyższymi lub mieszanymi w stosunku do Cennika Standard. Czas obowiązywania Wariantu Cenowego jest określany przez Franczyzodawcę.
4. Wniosek o zmianę obowiązującego Wariantu Cenowego w Sklepie może złożyć: Dyrektor Regionu Sprzedaży, Manager ds. Sprzedaży, Partner ds. Sprzedaży.
5. Informacja o zmianie Wariantu Cenowego, a tym samym Cenników obowiązujących dla poszczególnych kategorii produktowych w Sklepie oraz okresu ich obowiązywania jest bezzwłocznie przekazywana do Franczyzobiorcy, Partnera ds. Sprzedaży i Managera ds. Sprzedaży. Przekazanie informacji odbywa się pocztą elektroniczną.
6. Wariant Cenowy przypisywany jest do konkretnego Sklepu, a nie do Franczyzobiorcy. Franczyzobiorcy prowadzący więcej niż jeden Sklep mogą mieć różne Warianty Cenowe na poszczególnych Sklepach.
7. Przed przystąpieniem do zmiany Cennika w ramach zmiany Wariantu Cenowego w Sklepie Franczyzobiorca zobowiązany jest przeprowadzić inwentaryzację towarów, dla których zostają wprowadzone nowe Cenniki. Inwentaryzacja musi zostać przeprowadzona w okresie między dniem otrzymania informacji o zmianie Cennika a dniem poprzedzającym jego zmianę (w terminie możliwie najbardziej zbliżonym do dnia zmiany Cennika), aby stan zapasów towarów odpowiadał stanowi faktycznemu.
8. Przed przystąpieniem do procesu zmiany Wariantu Cenowego Franczyzobiorca jest zobowiązany do wprowadzenia i zapisania wszystkich dokumentów przyjęć i wydań towarów w Z-market, jakie miały miejsce do dnia poprzedzającego (włącznie) dzień wprowadzenia nowych Cenników. W szczególności należy wprowadzić i zapisać wszystkie dokumenty dla dostaw z Centrum Logistycznego, Dostaw Bezpośrednich oraz przyjęć z innych sklepów (np. pomoc koleżeńska lub przejęcie towaru z likwidowanego sklepu), a także wydań (zwrotów), które miały miejsce do dnia poprzedzającego (włącznie) dzień wprowadzenia nowego Wariantu Cenowego. W przypadku zmiany w dniu dostawy w pierwszej kolejności należy przeprowadzić procedurę zmiany Cennika,

następnie przyjąć dostawę z CL w sklepowym systemie sprzedaży. Brak wykonania procedury zmiany Cennika uniemożliwia przyjęcie dostawy.

9. Szczegółowa procedura postępowania przy zmianie Wariantu Cenowego, w tym w systemie Z-Market określona została w odrębnych Instrukcjach lub Wytycznych.
10. W związku ze zmianą Cennika w ramach zmiany Wariantu Cenowego Francyzodawca wystawia i przekazuje Francyzobiorcy odpowiednio Faktury korygujące i Faktury Vat (data sprzedaży na fakturze jest datą przypisania zmienionego Cennika wskazanego przez Francyzodawcę). Przy rozliczaniu dokumentów zmiany Cennika mogą również występować rozliczenia opakowań kaucyjnych.

§ 5. RABAT PODSTAWOWY

1. W związku z osiągnięciem przez Francyzobiorcę Obrotu na Towarach CL, Francyzobiorca otrzyma od Francyzodawcy Rabat Podstawowy, zależny od wielkości Obrotu uzyskanego na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych.
2. Rabat Podstawowy to upust udzielany Francyzobiorcy przez Francyzodawcę w związku z generowaniem w dniach prowadzenia sprzedaży w danym miesiącu Obrotu na Towarach CL, naliczany osobno dla każdego Sklepu Francyzobiorcy.
3. Wysokość Rabatu Podstawowego dla danego Sklepu uzależniona jest od wielkości Obrotu (na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych, liczony w cenach detalicznych netto), i wynosi kwotę równą 6% od Obrotu osiągniętego w danym miesiącu kalendarzowym. Kwota Rabatu Podstawowego ulega powiększeniu o kwotę stanowiącą różnicę (jeśli wyniesie więcej niż zero) między równowartością należnej wpłaty dotyczącej energii elektrycznej (netto) rozliczanej za pośrednictwem Francyzodawcy (na podstawie refaktur za energię elektryczną lub not obciążeniowych (zaliczkowych) wystawionych w tym samym miesiącu kalendarzowym, w którym udzielany jest Rabat Podstawowy), pomniejszonej o równowartość not uznaniowych, o których mowa w § 20 ust. 6a rozliczających pobrane wcześniej zaliczki (wystawionych w tym samym miesiącu kalendarzowym, w którym udzielany jest Rabat Podstawowy), a wartością 0,25 % Obrotu (na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych) osiągniętego w danym miesiącu kalendarzowym, chyba że w miesiącu naliczania Rabatu Podstawowego nie została wystawiona żadna refaktura za energię elektryczną ani nota zaliczkowa.
4. Rabat Podstawowy naliczany jest miesięcznie, po zakończeniu miesiąca kalendarzowego.
5. Rabat Podstawowy rozliczany jest przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Francyzodawcę według zasad wskazanych w § 20 tej Instrukcji.
6. W przypadku jeżeli dojdzie do następcej korekty refaktury za energię elektryczną, albo wielkość Obrotu ulegnie skutek weryfikacji zmianie, kwota naliczonego Rabatu Podstawowego za dany miesiąc również ulegnie skorygowaniu bezpośrednio po wystawieniu faktury korygującej refakturę za energię elektryczną lub po ponownym ustaleniu wysokości Obrotu; w takim przypadku Francyzodawca skoryguje zbiorczą fakturę korygującą wystawioną z tytułu naliczonego rabatu

zakupowego (korekta może odpowiednio powiększać lub pomniejszać rabat o równowartość skorygowanych danych).

§ 6. RABAT LOJALNOŚCIOWY

1. Rabat Lojalnościowy to upust udzielany Francyzobiorcy przez Francyzodawcę dwa razy w roku w związku z lojalnością kupiecką Francyzobiorcy przejawiającą się długotrwałym prowadzeniem Działalności Handlowej w ramach współpracy z Francyzodawcą (tj. co najmniej 36 miesięcznym okresem współpracy), przekładającą się na wielkość generowanego Obrotu na Towarach CL nabywanych od Francyzodawcy, a także na ilość, stałość i wielkość dokonywanych przez Francyzobiorcę zamówień Towarów CL od Francyzodawcy.
2. Wysokość należnego Francyzobiorcy Rabatu Lojalnościowego uzależniona jest od okresu współpracy Francyzobiorcy z Francyzodawcą i została określona w Załączniku nr 1 do tej Instrukcji (uwzględniane są pełne miesiące kalendarzowe trwania współpracy).
3. Na potrzeby ustalenia wysokości Rabatu Lojalnościowego okres prowadzenia współpracy Francyzobiorcy z Francyzodawcą liczy się od dnia rozpoczęcia prowadzenia sprzedaży w ramach Działalności Handlowej w pierwszym Sklepie do dnia zakończenia prowadzenia sprzedaży w ramach Działalności Handlowej w ostatnim Sklepie prowadzonym przez Francyzobiorcę, jeżeli ewentualna przerwa w prowadzeniu sprzedaży w ramach Działalności Handlowej nie przekroczyła miesiąca. W przypadku kiedy rozpoczęcie prowadzenia sprzedaży w ramach Działalności Handlowej nastąpiło w trakcie miesiąca tj. po pierwszym dniu danego miesiąca to na potrzeby wyliczenia Rabatu Lojalnościowego za pierwszy miesiąc uznaje się kolejny miesiąc.
4. Rabat Lojalnościowy wypłacany jest dwa razy w roku wraz z rozliczeniem:
 - a) za kwiecień (okres współpracy Francyzobiorcy ustalany na ostatni dzień kwietnia),
 - b) za grudzień (okres współpracy Francyzobiorcy ustalany na ostatni dzień grudnia).
5. Rabat Lojalnościowy rozliczany jest przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Francyzodawcę według zasad wskazanych w § 20.

§ 7. RABAT ZA WZROST SPRZEDAŻY PRODUKTÓW ŚWIEŻYCH

1. Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych to upust udzielany Francyzobiorcy przez Francyzodawcę naliczany osobno dla każdego Sklepu Francyzobiorcy w związku z osiągnięciem przez Francyzobiorcę Obrotu na produktach stanowiących Towary CL przypisanych do kategorii Ultraświeże,
2. Wysokość Rabatu za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych dla danego Sklepu uzależniona jest od wielkości Obrotu uzyskanego w danym miesiącu kalendarzowym na wybranych Towarach CL (bez opakowań kaucyjnych) stanowiących Ultraświeże (liczonego w cenach detalicznych netto), i wynosi kwotę równą 5% od Obrotu osiągniętego w danym miesiącu kalendarzowym.

3. Kategorie produktów zaliczanych do Ultraświeżych zostały określone w Załączniku nr 2 do tej Instrukcji.
4. Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych naliczany jest miesięcznie, po zakończeniu miesiąca kalendarzowego.
5. Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych rozliczany jest przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Francyzodawcę według zasad wskazanych w § 20 tej Instrukcji.

§ 8. RABAT PROMOCYJNY

1. Francyzobiorca obowiązany jest współuczestniczyć w akcjach promocyjno-marketingowych organizowanych przez Francyzodawcę, polegających w szczególności na okresowych obniżkach Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży wybranych Towarów Handlowych lub grup Towarów Handlowych. W związku z generowaniem przez Francyzobiorcę Obrotu na Towarach Handlowych objętych promocją polegającą na obniżeniu ceny detalicznej odsprzedaży do Klienta, Francyzodawca udzieli Francyzobiorcy upustu posprzedażowego, którego łączna wysokość jest tym wyższa, im wyższy będzie Obrót Towarami Handlowymi objętymi promocją cenową.
2. Francyzodawca uprawniony jest do decydowania o czasie akcji promocyjno-marketingowej, sposobie jej przeprowadzenia i komunikacji, a także o doborze asortymentu promocyjnego.
3. Udział Francyzobiorcy w przeznaczonych dla jego Sklepu akcjach promocyjno-marketingowych jest obowiązkowy, a Francyzobiorca jest zobowiązany do zamawiania towarów objętych takimi akcjami.
4. W tym samym czasie Francyzodawca może organizować więcej niż jedną akcję promocyjnomarketingową.
5. Francyzobiorca ma pełną swobodę w prowadzeniu własnych akcji promocyjno-marketingowych na koszt własny. Rabat Promocyjny nie dotyczy akcji promocyjno-marketingowych, które Francyzobiorca organizuje samodzielnie (tj. w których bez udziału Francyzodawcy dokonuje przecen).
6. Akcje promocyjno-marketingowe realizowane są poprzez:
 - a. promocje cenowe, polegające na obniżeniu Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży do Klienta określonych Towarów,
 - b. rabaty od Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży do Klienta określonych Towarów, przy czym Francyzobiorca ma pełną swobodę w ustaleniu własnych cen sprzedaży do Klienta, pod warunkiem, że ceny nie będą przekraczały wskazanych Maksymalnych Detalicznych Cen Odsprzedaży w promocji.
7. Akcje promocyjno-marketingowe można podzielić na trzy kategorie:
 - a. akcje z ustaloną Maksymalną Detaliczną Ceną Odsprzedaży do Klienta (dalej nazywane „promocjami”). Informacje o tego typu akcjach są widoczne w systemie Z-Market w Menu -> Sprzedaż/Magazyn -> Promocje,

- b. akcje z rabatem udzielanym na koniec transakcji po spełnieniu określonego warunku (dalej nazywane „e-promocjami”). Rabat w tego typu promocjach jest widoczny na podsumowaniu paragonu, a także wyświetlany na monitorze kasjera. W systemie Z-Market e-promocje są widoczne w Menu -> Sprzedaż/Magazyn -> e-promocje. W ten sposób rozliczane są przede wszystkim wielosztuki,
 - c. rabaty związane z programem lojalnościowym przeznaczonym dla Klientów.
8. Warunkiem rozpoczęcia „promocji” w sklepowym systemie sprzedaży jest wykonanie Wieczornego Przetwarzania Danych (WPD) w przeddzień pierwszego dnia obowiązywania promocji.
9. W celu zakończenia „promocji” niezbędne jest wykonanie Wieczornego Przetwarzania Danych w ostatni dzień jej obowiązywania.
10. Istnieje możliwość uruchomienia funkcji automatycznego rozpoczynania i kończenia promocji. Funkcja uruchamiana jest przez Franczyzobiorcę po wyrażeniu zgody w systemie Z-Market na automatyczne rozpoczynanie i kończenie promocji. Franczyzobiorca ma możliwość wyłączenia funkcji w dowolnym momencie poprzez anulowanie zgody w systemie Z-Market.
11. „E-promocje” uruchamiają się automatycznie zgodnie z Wytocznymi i nie wymagają dodatkowych działań ze strony Franczyzobiorcy.
12. Uruchomienie promocji cenowej z ustaloną obniżoną Maksymalną Detaliczną Ceną Odsprzedaży:
- a. rozpoczęcie promocji cenowej wymusza wysłanie na kasę cen promocyjnych oraz informuje o konieczności uzupełnienia i wydrukowania odpowiednich etykiet na towary objęte promocją. Franczyzobiorca powinien zweryfikować przesłane na kasę ceny promocyjne i wedle swojego wyboru zweryfikować dla każdego z produktów cenę promocyjną na poziomie Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży w promocji lub ustalić własną cenę niższą od Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży w promocji
 - b. po zakończeniu promocji cenowej Maksymalne Detaliczne Ceny Odsprzedaży do Klienta ulegają zmianie i są przesyłane na kasę. Franczyzobiorca powinien zweryfikować przesłane na kasę ceny i wedle swojego wyboru ustalić dla każdego z produktów cenę na poziomie Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży lub własną cenę niższą od Maksymalnej Detalicznej Ceny Odsprzedaży do Klienta
 - c. Jeżeli w sklepie Franczyzobiorcy przed wprowadzeniem danej promocji cenowej był wprowadzony cennik z niższymi Maksymalnymi Detalicznymi Cenami Odsprzedaży, to w trakcie promocji cenowej dla towarów handlowych, dla których Maksymalna Detaliczna Cena Odsprzedaży jest przed promocją niższa niż Maksymalna Detaliczna Cena Odsprzedaży w promocji, Maksymalna Detaliczna Cena Odsprzedaży pozostaje na poziomie z danego cennika i nie ulega zmianie w okresie promocji
 - d. Jeżeli Franczyzodawca przeprowadził zmianę cennika Maksymalnych Detalicznych Cen Odsprzedaży w trakcie promocji cenowej, w wyniku czego Maksymalne Detaliczne Ceny Odsprzedaży w cenniku dla Towarów mają niższe Maksymalne Detaliczne Ceny Odsprzedaży niż Maksymalne Detaliczne Ceny Odsprzedaży promocyjne w danym czasie, wówczas

Franczyzobiorca sprzedając takie Towary i ustalając własne ceny, nie może przekroczyć niższych Maksymalnych Detalicznych Cen Odsprzedaży w zmienionym przez Franczyzobiorcę cenniku.

- e. Dla przypadków opisanych w pkt. c i d powyżej Franczyzobiorcy nie przysługuje prawo żądania korekty obciążenia z tytułu zakupu Towarów w związku z uczestnictwem w promocji cenowej.

13. Rabat Promocyjny z tytułu e-promocji jest naliczany po wystąpieniu pozycji rabat na paragonie.

14. Wzór określający wartość Rabatu Promocyjnego netto od każdej przeprowadzonej transakcji sprzedaży Towaru sprzedanego w cenie obniżonej w dniu akcji promocyjno-marketingowej:

$$\text{Rabat Promocyjny} = \text{Ilość sprzedaży} \times [\text{Cena zakupu netto} - \text{Cena promocyjna netto} \times (100\% - \text{Marża Maksymalna})]$$

gdzie:

- Rabat Promocyjny – rabat netto
 - Ilość sprzedaży – ilość sprzedaży danego Towaru CL w danej transakcji sprzedaży objętego akcją promocyjno-cenową
 - Cena zakupu netto – cena zakupu netto Towaru CL, po której Franczyzobiorca jest rozliczany przy danej transakcji sprzedaży promocyjnej. Cena zakupu netto może być zmienna w czasie trwania akcji promocyjno-marketingowych
 - Cena promocyjna netto – Maksymalna Detaliczna Cena Odsprzedaży do Klienta netto (bez podatku VAT) w promocji cenowej lub promocji z rabatem dla danego Towaru CL
 - Marża – Marża Maksymalna procentowa Franczyzobiorcy dla danego Towaru w danym Sklepie
 - Transakcja sprzedaży – każda transakcja zakończona paragonem fiskalnym.
15. W celu wyrównania do należnej marży ze sprzedaży Towarów objętych promocją, w związku ze stosowanymi zaokrągleniami lub uwarunkowaniami Systemu rozliczeniowego, Rabat Promocyjny zostanie powiększony o dodatkowy upust w wysokości różnicy pomiędzy kwotą Rabatu Promocyjnego wyliczonego w wyżej wskazany sposób, a kwotą Rabatu Promocyjnego zapewniającego wyrównanie do możliwej do osiągnięcia przez Franczyzobiorcę Marży.
16. Rabat Promocyjny naliczany jest zbiorczo ze wszystkich transakcji sprzedaży Towarów CL zrealizowanych promocją.
17. W systemie Z-Market dostępne są raporty w zakresie Rabatu Promocyjnego oraz akcji promocyjnomarketingowych. Promocje z ustaloną ceną maksymalną są widoczne w raporcie (SPRZEDAŻ/MAGAZYNY -> PROMOCJE). Za pomocą funkcji "Pokaż" można wygenerować

wszystkie transakcje dla produktów z wybranej promocji cenowej. Za pomocą funkcji "Zestawienie" można wygenerować zbiorcze zestawienie ilości sprzedanych produktów oraz kwotę zwrotu dla danego indeksu, licząc od początku trwania akcji promocyjno-marketingowej. W przypadku promocji z rabatem udzielanym na koniec transakcji szczegółowe rozliczenie znajduje się w raporcie (SPRZEDAŻ/MAGAZYNY -> E-PROMOCJE).

18. Wartość Rabatu Promocyjnego dla Franczyzobiorcy nie może przekroczyć kwoty będącej wynikiem zastosowania wzoru określonego w ust. 14 i zasady wskazanej w ust. 15 powyżej.
19. W celu weryfikacji wykazanej kwoty w raporcie Franczyzobiorca może przeprowadzić sprawdzenie w systemie Z-Market korzystając z raportu rozliczeń, którego zasady wyświetlenia reguluje stosowny Materiał Departamentu Informatyki.
20. Rabat Promocyjny rozliczany jest w formie rabatu zakupowego, przy wykorzystaniu faktury korekty wystawionej przez Franczyzodawcę do 5 dnia roboczego miesiąca następującego po zakończeniu miesiąca rozliczeniowego.
21. Rabat zakupowy prezentowany jest na fakturze korygującej, z podziałem na obowiązujące stawki VAT.
22. Podział wartości udzielonego rabatu zakupowego na poszczególne stawki VAT prezentowany jest proporcjonalnie do wartości zakupu Franczyzobiorcy w poszczególnych stawkach VAT w danym okresie rozliczeniowym.
23. Kwota brutto Rabatu Promocyjnego podlega kompensacie (potrąceniu) z wartością zobowiązań Franczyzobiorcy wynikających z rozliczeń między Franczyzobiorcą a Franczyzodawcą.
24. W ramach prowadzonych akcji promocyjno-marketingowych organizowanych przez Franczyzodawcę, polegających na udzieleniu Klientowi rabatu kwotowego do paragonu dla Klientów, obniżka ceny detalicznej sprzedaży do Klienta może w szczególnych przypadkach dotyczyć także Towarów Regionalnych. W związku z tym, że Towary Regionalne nie są sprzedawane przez Franczyzodawcę Franczyzobiorcy, Franczyzodawca dopłaci Franczyzobiorcy kwotę odpowiadającą kwocie rabatu brutto na paragonie (w odniesieniu wyłącznie do Towarów Regionalnych) udzielonego przez Franczyzobiorcę Klientowi w ramach prowadzonej akcji promocyjno-marketingowej organizowanej przez Franczyzodawcę jako „Dopłata do ceny Towarów Regionalnych (promocja)”.
25. Po zakończeniu miesiąca kalendarzowego, za który przysługuje Franczyzobiorcy „Dopłata do ceny Towarów Regionalnych (promocja)”, w terminie 5 dni roboczych Franczyzodawca wystawi notę księgową w kwocie odpowiadającej wysokości „Dopłata do ceny Towarów Regionalnych (promocja)” w wartości brutto rabatu w podziale na stawki podatku VAT.

§ 9. RABAT DODATKOWY KWOTOWY

1. W związku z możliwością nie osiągnięcia przez Franczyzobiorcę, z niezależnych od Franczyzobiorcy i Franczyzodawcy powodów, zakładanego minimalnego przychodu pozwalającego pokryć estymowane średnie koszty prowadzenia działalności, Franczyzobiorcy zostanie naliczony

Rabat Dodatkowy Kwotowy. Wysokość naliczonego Rabatu Dodatkowego Kwotowego uzależniona jest od wysokości osiągniętego w danym miesiącu Obrotu na Towarach CL, z wyłączeniem opakowań kaucyjnych, oraz miejsca zlokalizowania Sklepu w danym powiecie (na podstawie których określana jest Wartość Bazowa), a także wysokości osiągniętej w Sklepie marży na Towarach CL.

2. Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego została zróżnicowana regionalnie, uwzględniając wyższe koszty prowadzenia działalności przez Francyzobiorców (w szczególności wyższe koszty przeciętnego wynagrodzenia pracowników według GUS) w uzasadnionych powiatach w Polsce. Sklepy znajdujące się na terenie wybranych powiatów będą miały ustaloną Wartość Bazową Rabatu Dodatkowego Kwotowego zwiększoną o dodatek lokalizacyjny. Sklepy zlokalizowane w innych powiatach, niewyszczególnionych w Załączniku nr 3 do tej Instrukcji, będą miały ustaloną Wartość Bazową Rabatu Dodatkowego Kwotowego w kwocie podstawowej, wskazanej w kolumnie „Pozostałe”.
3. Lista powiatów, którym zostanie doliczony dodatek lokalizacyjny do Wartości Bazowej Rabatu Dodatkowego Kwotowego będzie ustalana i aktualizowana raz w roku, w oparciu o ostatnio opublikowane przez Główny Urząd Statystyczny na swojej stronie internetowej roczne wskaźniki, o których mowa w §9 ust. 5 tej Instrukcji, a w przypadku gdyby Główny Urząd Statystyczny nie publikował któregoś ze wskaźników na stronie internetowej, to w oparciu o aktualne dane (wskaźniki) uzyskane przez Francyzodawcę corocznie z Głównego Urzędu Statystycznego. Brak możliwości uzyskania przez Francyzodawcę wskaźników z danego regionu (powiatu) w zakresie opisanym w ust. 5 z Głównego Urzędu Statystycznego uniemożliwia przyznanie dodatku lokalizacyjnego i dla Sklepów z danego regionu (powiatu) zostanie ustalona Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego w kwocie podstawowej, wskazanej w kolumnie „Pozostałe”.
Aktualizacja listy powiatów dla wszystkich wskaźników rocznych (dotyczących wartości za poprzedni rok) nastąpi najpóźniej do 1 lipca roku następnego, i zostanie przekazana do informacji Francyzobiorców poprzez zmianę Załącznika nr 3 do tej Instrukcji, co zostanie ogłoszone co najmniej 30 dni przed dniem wejścia w życie tych zmian.
4. Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego zostanie powiększona o dodatek lokalizacyjny w powiatach w których średnie wynagrodzenie w powiecie w grupie sektorów definiowanych przez GUS jako "Handel; naprawa pojazdów samochodowych; transport i gospodarka magazynowa; zakwaterowanie i gastronomia; informacja i komunikacja" wynosi co najmniej 95 % średniej krajowej w zakresie w/w sektorów.
5. Dodatki lokalizacyjne dla poszczególnych powiatów będą wyznaczone na podstawie relacji średniego wynagrodzenia w danym powiecie w grupie sektorów definiowanych przez GUS jako „Handle, naprawa pojazdów samochodowych, transport i gospodarka magazynowa, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja” w porównaniu do średniej krajowej w w/w grupie sektorów w następujący sposób:
 - a. 95% - 105% średniej krajowej – dodatek wynosi od 50 zł do 500 zł

- b. 105% - 110% średniej krajowej – dodatek wynosi od 500zł do 1000 zł,
 - c. 110% - 125% średniej krajowej – dodatek wynosi od 750 zł do 1250 zł,
 - d. 125% i więcej średniej krajowej – dodatek wynosi od 1000 zł do 1500 zł.
6. Rabat Dodatkowy Kwotowy naliczany jest miesięcznie dla każdego Sklepu, po zakończeniu miesiąca kalendarzowego.
7. Kwota Rabatu Dodatkowego Kwotowego równa jest różnicy pomiędzy Wartością Bazową Rabatu Dodatkowego Kwotowego ustaloną dla danego powiatu uzależnioną od wysokości osiągniętego obrotu na Towarach z CL z wyłączeniem opakowań kaucyjnych zgodnie z Załącznikiem nr 3 (Tabela 1 - Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego), a wartością stanowiącą sumę kwoty osiągniętej marży na Towarach CL z wyłączeniem opakowań kaucyjnych w danym miesiącu kalendarzowym.
8. W niepełnym miesiącu prowadzenia sprzedaży w ramach Działalności Handlowej w Sklepie kwota Wartości Bazowej oraz Rozszerzonej Wartości Rabatu Dodatkowego Kwotowego naliczana jest proporcjonalnie do ilości dni franczyzy w danym miesiącu (gdzie dni franczyzy oznaczają okres kiedy Francyzobiorca prowadzi Działalność Handlową w danym Sklepie w dni handlowe), ustaloną według wzoru: $(\text{ilość dni franczyzy w dni handlowe w miesiącu} / \text{ilość wszystkich dni handlowych przypadających w danym miesiącu kalendarzowym}) \times \text{kwota Wartości Bazowej/Rozszerzona Wartość Rabatu Dodatkowego Kwotowego określona dla danego powiatu zgodnie z tabelą wskazaną w Załączniku nr 3}.$
9. Niezależnie od postanowień § 9 ust. 1-8 z uwagi na najwyższy poziom przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto (bez nagród rocznych – kategoria Wynagrodzenia i Świadczenia Społeczne wg GUS, dane za pierwsze półrocze 2022) dla sklepów z obrębu miasta Warszawa oraz powiatu Pruszkowskiego będzie naliczany powiększony Rabat Dodatkowy Kwotowy zgodnie z tabelą „Rozszerzony Rabat Dodatkowy Kwotowy wskazaną w Załączniku nr 3.
- Rozszerzona wartość Rabatu Dodatkowego Kwotowego naliczana jest niezależnie od wartości Rabatu Dodatkowego Kwotowego określonego na podstawie § 9 ust. 7 niniejszej instrukcji. Wartość Rabatu Dodatkowego Kwotowego, o którym mowa w § 9 ust. 7 i § 9 ust. 9 sumuje się..
10. Rabat Dodatkowy Kwotowy rozliczany jest przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Francyzodawcę według zasad wskazanych w § 20.

§ 9¹. RABAT DODATKOWY PROCENTOWY

1. W związku z osiąganiem przez Francyzobiorcę Obrotu, na którego wielkość ma wpływ między innymi ilość dni w miesiącu, w których prowadzona jest sprzedaż w Sklepie w ramach Działalności Handlowej, Francyzobiorca otrzyma od Francyzodawcy Rabat Dodatkowy Procentowy, zależny od wielkości Obrotu na Towarach CL z wyłączeniem towarów z kategorii „Wyroby tytoniowe” oraz „GSM” oraz opakowań kaucyjnych, osiągniętego w święta i niedziele niehandlowe, w przypadku spełnienia warunków określonych w niniejszej Instrukcji.

2. Rabat Dodatkowy Procentowy przysługuje tylko w przypadku otwarcia Sklepu przez Francyzobiorcę w dni świąteczne oraz niedziele niehandlowe, wskazane w Załączniku nr 6 do niniejszej Instrukcji i prowadzenia w nim sprzedaży Towarów Handlowych dla klientów, zgodnie z obowiązującymi przepisami.
3. Rabat Dodatkowy Procentowy to dodatkowy upust udzielany Francyzobiorcy przez Francyzodawcę w związku z generowaniem w dniach wskazanych w ust. 2 powyżej Obrotu, naliczany osobno dla każdego Sklepu Francyzobiorcy.
4. W przypadku prowadzenia przez Francyzobiorcę sprzedaży Towarów dla klientów w dniu wskazanym w ust. 2 niniejszego paragrafu powyżej przez okres krótszy niż 9 godzin lub w innym przedziale godzinowym niż od godz. 11:00:00 do godz. 20:59:59, wysokość Rabatu Dodatkowego Procentowego wynosić będzie 10% od Obrotu (na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych, liczony w cenach detalicznych netto) osiągniętego w danym dniu pomniejszonego o obrót osiągnięty w tym dniu przez Francyzobiorcę na towarach z kategorii „Wyroby tytoniowe” i „GSM”.
5. W przypadku prowadzenia przez Francyzobiorcę sprzedaży Towarów dla klientów w dniu wskazanym w ust. 2 niniejszego paragrafu powyżej przez minimum 9 godzin w dowolnie wybranych godzinach w przedziale od godz. 11:00:00 do godz. 20:59:59 (czas zamknięcia paragonu), wysokość Rabatu Dodatkowego Procentowego wynosić będzie 13% od Obrotu (na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych, liczony w cenach detalicznych netto) osiągniętego w danym dniu pomniejszonego o obrót osiągnięty w tym dniu przez Francyzobiorcę na towarach z kategorii „Wyroby tytoniowe” i „GSM”, przy czym wartość naliczonego Rabatu nie będzie niższa niż 500,00 zł netto. Weryfikacja czasu otwarcia sklepu i prowadzenia sprzedaży będzie się odbywała na podstawie zarejestrowanej sprzedaży godzinowej.
6. Rabat Dodatkowy Procentowy jest elementem rabatu zakupowego i jest rozliczany miesięcznie przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Francyzodawcę według zasad wskazanych w § 20.
7. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości w prowadzeniu Działalności Handlowej, a w szczególności w przypadku nie spełnienia warunku faktycznego prowadzenia sprzedaży dla klientów przez minimum 9 godzin zgodnie z ust. 5 niniejszej Instrukcji, kwota naliczonego Rabatu Dodatkowego Procentowego może zostać anulowana, bądź umniejszona i skorygowana w ramach rozliczenia miesięcznego.

§ 10. RABAT INTENSIFYKACYJNY

1. Rabat Intensyfikacyjny to upust udzielany Francyzobiorcy przez Francyzodawcę z tytułu osiągnięcia wysokiego poziomu realizacji standardów prowadzenia Działalności Handlowej, co przekłada się na wielkość generowanego Obrotu na Towarach CL nabywanych od Francyzodawcy, a także na ilość, stałość i wielkość dokonywanych przez Francyzobiorcę zamówień Towarów CL od Francyzodawcy. Standardy prowadzenia Działalności Handlowej dotyczą przede wszystkim prawidłowości i jakości prowadzenia Sklepu oraz odpowiedniego poziomu aktywności w celu

intensyfikacji sprzedaży – w tym odpowiedniego poziomu aktywności w zakresie działań promocyjno-marketingowych) stwierdzonego podczas weryfikacji, której kryteria określa odrębna Instrukcja w sprawie weryfikacji standardów.

2. Rabat Intensyfikacyjny obliczany jest na podstawie średniego wyniku uzyskanego przez Franczyzobiorcę na podstawie przeprowadzonej weryfikacji Tajemniczego Klienta oraz Audytu Standardów na sklepie Franczyzobiorcy, a następnie korygowany o odpowiednią ilość punktów procentowych zgodnie z założeniami poszczególnych progów Monitoringu Flag; zasady weryfikacji oraz sposób ustalania średniego wyniku określa odrębna Instrukcja w sprawie weryfikacji.
3. Wysokość Rabatu Intensyfikacyjnego ustalana jest na podstawie poniższej tabeli.

Tabela. Wysokość Rabatu Intensyfikacyjnego na podstawie wyniku weryfikacji oraz Monitoringu Flag.

Średni wynik z Audytu Standardów i Tajemniczego Klienta skorygowany o Monitoring Flag	Rabat
0-79,99%	0
80-84,99%	600
85-89,99%	900
90-94,99%	1300
95-100%	1600

4. Rabat Intensyfikacyjny rozliczany jest przy wykorzystaniu zbiorczej faktury korekty wystawionej przez Franczyzodawcę według zasad wskazanych w § 20.

§ 11. INNE SKŁADNIKI DOCHODU FRANCZYZOBIORCY

1. Zważywszy, że w ramach prowadzenia Działalności Handlowej w Sklepie Franczyzobiorca zawiera umowy i pośredniczy przy zawieraniu umów na świadczenie Usług Okołohandlowych, składnikami Dochodu Franczyzobiorcy z Działalności Handlowej w Sklepie są wszelkie należne mu z tego tytułu prowizje.
2. Zasady realizacji i rozliczania Usług Okołohandlowych oraz wysokość prowizji należnej Franczyzobiorcy z tytułu ich świadczenia lub pośredniczenia przy ich świadczeniu regulują odrębne Instrukcje.

§ 12. INICJALNA OPŁATA FRANCYZOWA

1. Strony postanawiają, że w związku z inwestycją Francyzodawcy w przygotowanie Sklepu do uruchomienia, w szczególności z tytułu kosztów finansowych zaadaptowania go na potrzeby prowadzenia Działalności Handlowej, Wyposażenia i Oprogramowania, tytułem opłaty za przystąpienia do sieci sklepów Francyzodawcy Francyzobiorca uiszcza na rzecz Francyzodawcy bezzwrotną opłatę w wysokości 1.000 zł (jednego tysiąca złotych) netto (Inicjalna Opłata Podstawowa) oraz tytułem zabezpieczenia roszczeń Francyzodawcy z tytułu wykonania Umowy Współpracy Francyzowej zobowiązany będzie wpłacić Inicjalną Opłatę Kaucyjną w wysokości uzależnionej od wielkości sali sprzedaży obejmowanego Sklepu w dniu jego otwarcia przez Francyzobiorcę.
2. Strony postanawiają, że Inicjalna Opłata Podstawowa oraz Inicjalna Opłata Kaucyjna naliczane będą osobno dla każdego Sklepu podnajmowanego Francyzobiorcy w celu prowadzenia w nim Działalności Handlowej.
3. Strony postanawiają, że Inicjalna Opłata Podstawowa uiszczona przez Francyzobiorcę nie podlega zwrotowi. Inicjalna Opłata Kaucyjna nie podlega zwrotowi w okresie obowiązywania Umowy Współpracy Francyzowej w zakresie Sklepu, którego dotyczy i podlegać będzie rozliczeniu z chwilą wygaśnięcia Umowy Współpracy Francyzowej w odniesieniu do danego Sklepu.
4. Wysokość Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej określa Załącznik nr 4.
5. W terminie do 5 dnia roboczego miesiąca następującego po miesiącu, w którym Francyzobiorca otworzył Sklep zgodnie z Umową Współpracy Francyzowej, Francyzodawca wystawi fakturę na Inicjalną Opłatę Podstawową, płatną w czterech równych, miesięcznych ratach w terminach płatności na koniec miesiąca, począwszy od miesiąca następującego po miesiącu, w którym otwarto Sklep.
6. W terminie do 5 dnia roboczego miesiąca następującego po miesiącu, w którym Francyzobiorca otworzył Sklep zgodnie z Umową Współpracy Francyzowej, Francyzodawca wystawi notę obciążeniową w kwocie odpowiadającej wysokości Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej.
7. Inicjalna Opłata Kaucyjna płatna jest w miesięcznych ratach w wysokości równej 1,2% od obrotu netto na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych osiągniętego w danym miesiącu, płatnych na koniec miesiąca, począwszy od miesiąca następującego po miesiącu, w którym otwarto Sklep. Każda rata, z wyjątkiem ostatniej, jest zaokrąglona do pełnych 100,00 zł w dół.
8. Inicjalna Opłata Kaucyjna uiszczona przez Francyzobiorcę w odniesieniu do danego Sklepu stanowić będzie nieoprocentowaną kaucję zabezpieczającą, należyte wywiązanie się z Umowy i podlegać będzie rozliczeniu w ramach ostatecznego rozliczenia Stron po wygaśnięciu Umowy Współpracy Francyzowej (w zakresie sklepu, którego dotyczy rozliczana kaucja), tj. zaliczona zostanie na zobowiązania Francyzobiorcy względem Francyzodawcy wynikające z wykonania Umowy Współpracy Francyzowej bez konieczności składania odrębnych oświadczeń o potrąceniu przez Francyzodawcę. Wybór zobowiązań, na które zostanie zaliczona wpłacona Inicjalna Opłata Kaucyjna należy do Francyzodawcy.

9. Z zastrzeżeniem ustępu poprzedniego, w przypadku rozwiązania podnajmu dla jednego Sklepu, którego dotyczy Inicjalna Opłata Kaucyjna (przy jednoczesnej kontynuacji Umowy Współpracy Franczyzowej w zakresie innego/innych Sklepów), zwrot wpłaconej kaucji naliczonej dla tego Sklepu jest możliwy po wyliczeniu aktualnej Sytuacji Finansowej Franczyzobiorcy po przeprowadzonej Inwentaryzacji okresowej mającej miejsce po dacie zdania tego Sklepu przez Franczyzobiorcę oraz spełnieniu warunków wynikających z zapisów tej Instrukcji dotyczących wypłaty nadwyżki po wyliczeniu Sytuacji Finansowej.
10. Po wygaśnięciu Umowy Współpracy Franczyzowej w zakresie Sklepu, którego dotyczy kaucja oraz przejęcia kolejnego Sklepu, na wniosek Franczyzobiorcy dopuszcza się zaliczenie części dotychczas wpłaconej Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej, która nie zostaje zaliczona na zobowiązania Franczyzobiorcy, na poczet Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej należnej z tytułu nowo przejętego Sklepu pod następującymi warunkami:
- a) Wysokość zaliczonej Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej ze zdanego Sklepu na Inicjalną Opłatę Kaucyjną Sklepu przejmowanego nie może być wyższa od pozostałej Nadwyżki Finansowej po wyliczonej Sytuacji Finansowej na podstawie Inwentaryzacji przeprowadzonej przy zdaniu Sklepu, którego przenoszona Inicjalna Opłata Kaucyjna dotyczy,
 - b) Możliwość zaliczenia Nadwyżki Finansowej występuje do maksymalnie 90 dni od wykonanej Inwentaryzacji, o której mowa w podpunkcie a),
 - c) Na poczet obowiązku wpłaty Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej związanej z otwarciem kolejnego Sklepu można zaliczyć maksymalnie kwotę rzeczywiście wpłaconą tytułem Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej związanej ze Sklepem, w zakresie którego wygasła Umowa Współpracy Franczyzowej,
 - d) Jeżeli wartość należnej Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej związanej z kolejnym Sklepem Franczyzobiorcy jest większa niż suma rat wpłaconych z tytułu Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej ze zdanego Sklepu, podlegających zaliczeniu na Inicjalną Opłatę Kaucyjną związaną z nowym Sklepem Franczyzobiorcy, pozostała część Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej podlega wpłacie przez Franczyzobiorcę w ratach zgodnie z ust. 7 powyżej.

§ 13. MIESIĘCZNE OPŁATY FRANCZYZOWE

1. Opłaty Francyzowe (Opłata Francyzowa i Opłata Francyzowa Licencyjna) to należne Francyzodawcy wynagrodzenie miesięczne za wsparcie w prowadzeniu Działalności Handlowej, udzielenie licencji na korzystanie z Własności Intelektualnej, w tym Know How i Znaków Towarowych, i Oprogramowania, oraz inne świadczenia Francyzodawcy (w tym szkolenia) na rzecz Franczyzobiorcy w związku z prowadzeniem Działalności Handlowej w Sklepie, przy czym Opłata Francyzowa Licencyjna jest wynagrodzeniem dla Francyzodawcy za udzielenie licencji na korzystanie ze Znaków Towarowych, a Opłata Francyzowa jest wynagrodzeniem za pozostałe, wskazane w niniejszym ustępie, świadczenia Francyzodawcy.

2. Wysokość Opłaty Franczyzowej uzależniona jest od osiągniętego w danym miesiącu kalendarzowym przez Francyzobiorcę Obrotu, tj. od wartości sprzedaży detalicznej netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych w prowadzonym przez Francyzobiorcę Sklepie.
3. Opłata Franczyzowa wynosi 1% od Obrotu, zdefiniowanego w ustępie 2 powyżej i ulega powiększeniu o podatek VAT. Opłata Franczyzowa naliczana jest co miesiąc z dołu – po zakończeniu miesiąca kalendarzowego. Z ostatnim dniem miesiąca kalendarzowego, którego dotyczy Opłata Franczyzowa, Francyzodawca wystawi fakturę uwzględniającą kwotę Opłaty Franczyzowej, przy czym w szczególnych przypadkach pod warunkiem zgodności z przepisami prawa Francyzodawca może wystawić fakturę na początku następnego miesiąca, którego dotyczy Opłata.
4. Opłata Franczyzowa Licencyjna wynosi 200 zł (+ VAT) miesięcznie. Opłata ta za dany miesiąc kalendarzowy naliczana jest z dołu. W przypadku pierwszego niepełnego miesiąca prowadzenia Działalności Handlowej Opłata Franczyzowa Licencyjna naliczana będzie proporcjonalnie jako iloraz liczby dni franczyzy w pierwszym miesiącu do liczby dni całego miesiąca, gdzie dni franczyzy oznaczają okres kiedy Francyzobiorca prowadzi Działalność Handlową w ramach Umowy Współpracy Franczyzowej, wg wzoru: [pełna wartość Opłaty Franczyzowej Licencyjnej x (liczba dni franczyzy w miesiącu / liczba dni całego miesiąca)]. Z ostatnim dniem miesiąca kalendarzowego, którego dotyczy Opłata Franczyzowa Licencyjna, Francyzodawca wystawi fakturę uwzględniającą kwotę Opłaty Franczyzowej Licencyjnej, przy czym w szczególnych przypadkach pod warunkiem zgodności z przepisami prawa Francyzodawca może wystawić fakturę na początku następnego miesiąca, którego dotyczy Opłata. Opłata nie jest naliczana, jeżeli w danym miesiącu kalendarzowym Francyzobiorca nie prowadził w ogóle Działalności Handlowej w Sklepie (Francyzobiorca nie osiągnął w danym miesiącu kalendarzowym żadnego obrotu ze sprzedaży jakichkolwiek Towarach Handlowych).
5. Opłata Franczyzowa i Opłata Franczyzowa Licencyjna wymagalne są w terminie 5 dni roboczych od dnia wystawienia faktury, chyba że niniejsza Instrukcja wskazuje inaczej.

§ 14. OPŁATA ZA PODNAJEM, OPŁATA ZA WYPOSAŻENIE

1. Z zastrzeżeniem ustępu 2, Opłata za Podnajem należna jest za każdy miesiąc kalendarzowy Podnajmu (bez względu na ilość dni Podnajmu w miesiącu) i wynosi 2,75 % od Obrotu tj. od wartości sprzedaży detalicznej netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych w prowadzonym przez Francyzobiorcę zrealizowany w danym Sklepie w danym miesiącu kalendarzowym. Opłata za Podnajem ulega powiększeniu o należny podatek od towarów i usług (podatek VAT).
2. Opłata za Podnajem należna za okres od początku podnajmu do końca pierwszego miesiąca, w którym rozpoczęto prowadzenie Działalności Handlowej w danym Sklepie, wynosi 2,75% od osiągniętego w tym okresie Obrotu na towarach CL bez opakowań kaucyjnych.
3. Opłata za Wyposażenie należna jest za każdy miesiąc kalendarzowy od rozpoczęcia sprzedaży w ramach prowadzenia Działalności Handlowej w Sklepie (bez względu na ilość dni prowadzenia

Działalności Handlowej w miesiącu) i wynosi 2% od Obrotu, tj. od wartości sprzedaży detalicznej netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych zrealizowany w danym Sklepie w danym miesiącu kalendarzowym. Opłata za Wyposażenie ulega powiększeniu o należny podatek od towarów i usług.

4. Opłata za Podnajem oraz Opłata za Wyposażenie naliczane są za każdy miesiąc kalendarzowy z dołu. Z ostatnim dniem miesiąca kalendarzowego, którego dotyczy Opłata za Podnajem i Opłata za Wyposażenie, Francyzodawca wystawi fakturę uwzględniającą kwotę w/w Opłat, przy czym w szczególnych przypadkach pod warunkiem zgodności z przepisami prawa Francyzodawca może wystawić fakturę na początku następnego miesiąca, którego dotyczą Opłaty. Opłata za Podnajem i Opłata za Wyposażenie wymagalne są w terminie 5 dni roboczych od dnia wystawienia faktury, chyba że Instrukcja ta wskazuje inaczej. Francyzodawca wystawi jedną fakturę obejmującą opłaty francyzowe oraz Opłatę za Podnajem i Opłatę za Wyposażenie.

§ 15. KARY

1. Francyzobiorca w ramach prowadzenia Działalności Handlowej w Sklepie zobowiązany jest do prowadzenia sprzedaży Towarów dla Klientów w godzinach określonych w § 3 ust. 5 Umowy Współpracy Francyzowej w każdy dzień handlowy. Strony zgodnie postanawiają, że w przypadku nie prowadzenia przez Francyzobiorcę sprzedaży Towarów dla Klientów w dzień handlowy, Francyzodawca naliczy Francyzobiorcy karę umowną w wysokości:
 - a. 1 350 zł za nieprowadzenie sprzedaży w jeden dzień handlowy w danym miesiącu kalendarzowym
 - b. 3 250 zł za nieprowadzenie sprzedaży w dwa dni handlowe w danym miesiącu kalendarzowym
 - c. 6 500 zł za nieprowadzenie sprzedaży w trzy lub więcej dni handlowych w danym miesiącu kalendarzowym.
2. Obowiązek prowadzenia sprzedaży nie występuje w święta oraz w niedziele niehandlowe (dni niehandlowe) określone w *Ustawie z 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni*, które to dni w danym roku są wskazane w Załączniku nr 6 do tej Instrukcji.
3. Tytułem naliczonej kary Francyzodawca wystawi Francyzobiorcy notę księgową w terminie 5 dni roboczych po zakończeniu miesiąca kalendarzowego, którego ta kara dotyczy.

§ 16. ZASADY DOKONYWANIA PŁATNOŚCI

1. Każdy Francyzobiorca dokonuje wpłaty za zakupione Towary CL oraz z tytułu innych zobowiązań względem Francyzodawcy (w tym Opłaty Inicjalne, Opłaty Francyzowe, Opłatę za Podnajem i Opłatę za Wyposażenie) przelewem na indywidualny właściwy rachunek przypisany

Franczyzobiorcy w Banku PEKAO S.A., zwanym dalej Wirtualnym Rachunkiem Bankowym (w skrócie WRB).

2. Numer WRB, na który Franczyzobiorca wpłaca należne Francyzodawcy środki pieniężne podany jest Franczyzobiorcy na Portalu Managera w zakładce danych podstawowych. Franczyzobiorca nie może dokonywać wpłat środków pieniężnych na rachunek VAT Francyzodawcy w ramach dobrowolnego mechanizmu podzielonej płatności wprowadzonego Ustawą z dnia 15 grudnia 2017 r. o Zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2018.62 z późn. zm.), z zastrzeżeniem wydania wyraźnej zgody przez Francyzodawcę.
3. Franczyzobiorca obowiązany jest dokonywać płatności na rzecz Francyzodawcy przelewem z rachunku bankowego należącego do Franczyzobiorcy, na wskazany przez Francyzodawcę rachunek WRB.
4. Każdy Franczyzobiorca zobowiązany jest w tytule płatności wpisać „zapłata za towar lub inne zobowiązania” oraz podać swój osobisty kod księgowy SAP w prawidłowym formacie (np. A99999, tj. znaki w jednym ciągu bez przerwy). Indywidualny numer (kod SAP) nadawany jest każdemu Franczyzobiorcy.
5. Z zastrzeżeniem odmiennych postanowień tej lub odrębnych Instrukcji, za dostarczone Franczyzobiorcy Towary CL lub świadczone Usługi Okołohandlowe Franczyzobiorca zobowiązany jest płacić Francyzodawcy w ratach, w następnym dniu roboczym po sprzedaży jakiegokolwiek Towaru CL, wydaniu opakowań kaucyjnych lub świadczeniu Usługi Okołohandlowej, a inne należności z tytułu Umowy Współpracy Francyzowej między Stronami (w tym te, o którym mowa w ustępie 6 poniżej) w terminach przewidzianych w Umowie, tej lub ewentualnych innych Instrukcjach, przy czym:
 - a. w związku ze stałym zadłużeniem Franczyzobiorcy względem Francyzodawcy z tytułu sprzedaży Towaru CL oraz innych tytułów oraz w celu zabezpieczenia środków pieniężnych na spłatę comiesięcznych zobowiązań Franczyzobiorcy względem Francyzodawcy, na poczet tego zadłużenia Franczyzobiorca zobowiązany jest wpłacić na przypisany do niego WRB w każdym dniu roboczym co najmniej kwotę Obowiązkowej Wpłaty o której mowa w § 20,
 - b. rozliczenie z tytułu wszystkich Obowiązkowych Wpłat Franczyzobiorcy dokonanych w danym miesiącu i ich zaliczenie na zadłużenie Franczyzobiorcy względem Francyzodawcy nastąpi w terminie 5 dni roboczych od zakończenia tego miesiąca, na zasadach określonych w § 20 tej Instrukcji.
6. W ramach prowadzonej Działalności Handlowej w Sklepie mogą wzajemnie występować w szczególności następujące inne tytuły do rozliczenia między Stronami:
 - a. zakup przez Franczyzobiorcę od Francyzodawcy materiałów eksploatacyjnych (np. rolki kasowe, torebki foliowe) i towarów promocyjnych,

- b. pozostałe opłaty i usługi rozliczane przez Francyzodawcę z Francyzobiorcą oraz koszty przenoszone przez refakturowanie, które uprzednio poniósł Francyzodawca, a dotyczące kosztów obciążających działalność Francyzobiorcy lub poniesionych na jego rzecz,
 - c. inne niefakturowane obciążenia np. kary, odsetki,
 - d. refundacja poniesionego przez Francyzobiorcę kosztu opłaty za uzyskanie zezwolenie na handel alkoholem w Sklepie – zasady refundacji reguluje odrębna Instrukcja.
7. Ostateczne rozliczenie za wszystkie dostarczone Towary CL oraz za świadczenie Usług Okołohandlowych oraz z innych wzajemnych należności między Stronami nastąpi po rozwiązaniu lub wygaśnięciu Umowy, oraz po przeprowadzeniu Inwentaryzacji końcowej, i będzie uwzględniało wszelkie zdarzenia gospodarcze jakie miały miejsce w związku z prowadzoną współpracą.
8. Francyzodawca może podjąć decyzję o zmianie banku, powiadamiając o tym Francyzobiorcę drogą elektroniczną na Portalu Managera lub za pośrednictwem poczty email. Nowy rachunek bankowy, na który Francyzobiorca obowiązany będzie wpłacać środki pieniężne na rzecz Francyzodawcy, obowiązuje od dnia wskazanym w powiadomieniu, o którym mowa w zdaniu pierwszym.
9. Wskazanie lokalizacji numeru WRB na Portalu Menadżera wraz z przykładową informacją, jaką powinien zawierać wypełniony druk polecenia przelewu, przedstawione zostały poniżej.

Dane: Z [REDACTED]

Terminarz Obroty Koncesje Terminy dostawy **Limit zadłużenia**

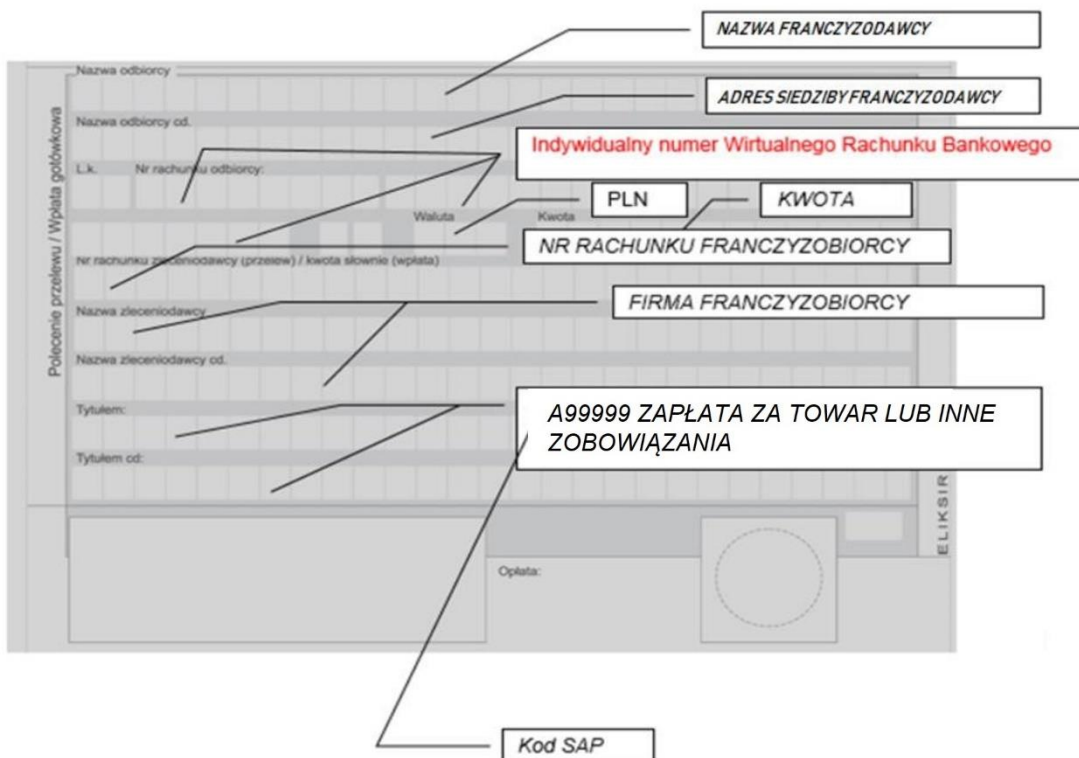
Bank: PEKAO SA

WRB: 92 1240 1053 5111 00**99 9999** 0241

W każdym numerze WRB w stałym fragmencie wskazany jest kod SAP danego Francyzobiorcy.

W powyższym przykładzie kod SAP Francyzobiorcy **99999** wprowadzony jest w poniższym miejscu.

POLECENIE PRZELEWU (objaśnienia do druku polecenia przelewu)



The diagram shows a bank transfer instruction form with the following fields labeled:

- NAZWA FRANCYZODAWCY** (Franchisor Name)
- ADRES SIEDZIBY FRANCYZODAWCY** (Franchisor Address)
- Indywidualny numer Wirtualnego Rachunku Bankowego** (Individual Virtual Bank Account Number)
- PLN** (Currency)
- KWOTA** (Amount)
- NR RACHUNKU FRANCYZOBIORCY** (Franchisee Account Number)
- FIRMA FRANCYZOBIORCY** (Franchisee Firm)
- A99999 ZAPŁATA ZA TOWAR LUB INNE ZOBOWIĄZANIA** (Payment for goods or other obligations)
- Kod SAP** (SAP Code)

§ 17. OBOWIĄZEK PROWADZENIA RACHUNKU BANKOWEGO

1. Zgodnie z obowiązującymi przepisami, a w szczególności Ustawy – prawo przedsiębiorców, każdy Francyzobiorca jest zobowiązany do posiadania firmowego rachunku bankowego oraz do dokonywania i przyjmowania płatności związanych z wykonywaną działalnością gospodarczą za pośrednictwem posiadanego rachunku płatniczego.
2. Francyzobiorca zobowiązany jest dokonywać zapłaty na rzecz Francyzodawcy z tytułu wszelkich zobowiązań wynikających z zawartej Umowy Współpracy Francyzowej przelewem dokonany z wykorzystaniem firmowego rachunku bankowego Francyzobiorcy, w terminie i na warunkach określonych w Umowie i tej Instrukcji, w taki sposób i w takim czasie, aby środki pieniężne wpłynęły na wskazany rachunek bankowy WRB do godziny 17:00. Aktualne informacje odnośnie godzin sesji wychodzących znajdują się bezpośrednio w placówce banku prowadzącego dany rachunek bankowy lub na witrynie internetowej danego banku. Na dzień publikacji tej Instrukcji informacje odnośnie sesji wychodzących znajdują się również pod adresem www.money.pl/banki/elixir.
3. W celu usprawnienia przepływu środków finansowych pomiędzy Francyzobiorcą a Francyzodawcą, Francyzobiorca ma możliwość prowadzenia rachunku bankowego

w dowolnym wybranym przez siebie banku („**Bank**”) pod warunkiem spełnienia łącznie poniższych kryteriów:

- a. prowadzony rachunek bankowy musi być rachunkiem firmowym Francyzobiorcy,
 - b. rachunek firmowy musi być niedostępny dla nieupoważnionych osób trzecich i nieobciążony jakimkolwiek zabezpieczeniem,
 - c. rachunek firmowy musi być zgłoszony do Naczelnika Urzędu Skarbowego i ujęty w wykazie podmiotów zarejestrowanych jako podatnicy VAT.
4. W przypadku niewywiązywania się z powyższych warunków Francyzobiorca jest zobowiązany prowadzić firmowy rachunek bankowy w PEKAO S.A.
5. Firmowy rachunek prowadzony w PEKAO S.A. musi być zgłoszony do Naczelnika Urzędu Skarbowego i ujęty w wykazie podmiotów zarejestrowanych jako podatnicy VAT.
6. W związku z wynegocjowaniem preferencyjnych warunków opłat bankowych z bankiem PEKAO SA („PEKAO S.A.”) posiadającym jedną z największych sieci oddziałów bankowych w Polsce, każdy Francyzobiorca ma możliwość prowadzić rachunek w tym Banku oraz dokonywać płatności za zakupione Towary CL, płatności z tytułu rozliczenia umów na świadczenie Usług Okołohandlowych i innych rozliczeń wskazanych w Porozumieniach, Umowach, Instrukcjach.
7. Koszty ponoszone przez Francyzobiorcę w związku z otwarciem i prowadzeniem rachunku w Banku PEKAO S.A. przedstawione zostały w odrębnej Wytycznej.
8. Francyzobiorca ponosi wszelkie koszty prowadzenia firmowego rachunku bankowego w innym Banku niż PEKAO S.A. zgodnie z zawartą umową Francyzobiorcy z Bankiem. Francyzodawca nie bierze odpowiedzialności za wynegocjowane warunki oraz nie jest stroną ewentualnych reklamacji.
9. W przypadku skorzystania przez Francyzobiorcę z możliwości prowadzenia rachunku w PEKAO S.A, sposób otwarcia rachunku w banku PEKAO S.A. wygląda następująco:

- a. Każdy oddział i filia banku PEKAO SA został poinformowany o umowie z Francyzodawcą,
- b. Otwierając rachunek Francyzobiorca powołuje się na zawartą umowę pomiędzy Francyzodawcą i Bankiem PEKAO SA podając numer rachunku bankowego (w standardzie NRB) 72124017471111000018497111,
- c. Francyzobiorca zobowiązany jest okazać własną Umowę Współpracy Francyzowej z Francyzodawcą albo otrzymanego od Partnera ds. Sprzedaży Oświadczenia o zawarciu powyższej umowy.

§ 18. ZASADY FINANSOWEJ WERYFIKACJI ZAMÓWIENIA FRANCYZOBIORCY NA TOWARACH CL

1. W celu przyjęcia złożonego przez Francyzobiorcę zamówienia na dostawę Towarów CL muszą być spełnione łącznie następujące warunki finansowe:

- a. wartość (w cenach zakupu brutto) złożonego zamówienia wraz z bieżącym zadłużeniem Francyzobiorcy nie może przekroczyć maksymalnego dopuszczalnego poziomu zadłużenia ustalonego dla Francyzobiorcy („**Limit Zadłużenia**” lub „**Limit Kredytowy**”). Przy ustaleniu bieżącego poziomu zadłużenia Francyzobiorcy uwzględnia się w szczególności wartość księgową zadłużenia Francyzobiorcy (z tytułu obrotu towarowego i pozostałych rozliczeń) wraz z wpłatą „w drodze” (zmniejszenie zadłużenia), sumę nierozliczonej wartości Rabatu Promocyjnego z miesiąca bieżącego i poprzedniego, wpływ Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej na saldo rozliczeń oraz pozostałe zdarzenia gospodarcze mające miejsce do danego dnia i nieznajdujące odzwierciedlenia w opracowanym na ten dzień saldzie księgowym,
 - b. wpłata Francyzobiorcy widoczna w kalkulatorze KaWA powinna występować na poziomie nie niższym od indywidualnej minimalnej wartości wynikającej z regulacji Umowy oraz Instrukcji, wskazanej przez Francyzodawcę w kalkulatorze KaWA dostępnym na Portalu Menadżera,
 - c. wartość zamówienia musi być większa niż poziom tzw. minimum logistycznego. Wartość minimum logistycznego określa właściwa Instrukcja regulująca zasady logistycznej obsługi sieci Sklepów poprzez Centrum Logistyczne.
2. W przypadku niespełnienia przynajmniej jednego z warunków wymienionych w ust. 1 Francyzodawca zastrzega sobie możliwość braku realizacji zamówienia. O odrzuceniu zamówienia z powodów wskazanych w ust. 1 a) i b) złożonego w cyklu zamówień danego Francyzobiorcy i w nieprzekraczalnym terminie wskazanym przez Departament Logistyki Francyzodawca powiadamia drogą mailową o zaistniałym fakcie. Wiadomość mailowa może być dodatkowo potwierdzona przez informację SMS.
3. Dla realizacji zamówień dla każdego Francyzobiorcy zostaje ustalony przez Francyzodawcę „Limit Zadłużenia”, który podawany jest na Portalu Menadżera w Raporty -> Departament Finansowy -> Raport finansowy z rozliczeń. Francyzodawca uprawniony jest do swobodnej zmiany Limitu Zadłużenia np. w ramach ustalenia indywidualnej Sytuacji Finansowej Francyzobiorcy.
4. Zmiana wysokości Limitu Zadłużenia Francyzobiorcy dokonana może zostać również z inicjatywy Francyzobiorcy na podstawie uzasadnionego wniosku Partnera ds. Sprzedaży składanego na Portalu Menadżera w Formularze -> Departament Finansowy -> Zgłoszenia finansowe. Przy rozpatrywaniu wniosku Francyzodawca zastrzega sobie prawo żądania od Francyzobiorcy przeprowadzenia Inwentaryzacji Towarów w Sklepie oraz dostarczenia innych informacji koniecznych do oceny Sytuacji Finansowej Francyzobiorcy tj. podpisanych przez Partnera ds. Sprzedaży lub inną osobę upoważnioną przez Francyzodawcę do przeprowadzenia inwentaryzacji oraz Francyzobiorcy następujących dokumentów poinwentaryzacyjnych z systemu Z-Market „Stan wartościowy grup/działów wg cen zakupu brutto”, sporządzony niezwłocznie po zakończeniu Inwentaryzacji.

5. W celach informacyjnych prezentuje się na Portalu Menadżera w Raporty -> Departament Finansowy -> Raport finansowy z rozliczeń wartość zarówno Limitu Zadłużenia obowiązującego danego Franczyzobiorcę jak i tzw. kwoty wolnej, której wielkość ujemna wskazuje górny próg do jakiego można danego dnia złożyć zamówienie na dostawę Towarów CL (kwota dodatnia w kolorze czerwonym oznacza przekroczenie wartości Limitu Zadłużenia).

§ 19. ZASADY USTALANIA SYTUACJI FINANSOWEJ FRANCZYZOBIORCY

1. W celu ustalenia Sytuacji Finansowej Franczyzobiorcy dokonuje się porównania salda księgowego Franczyzobiorcy ustalonego na dany dzień na podstawie dokumentów księgowych, skorygowanego o zdarzenia gospodarcze mające miejsce do dnia inwentaryzacji i nieznajdujące odzwierciedlenia w opracowanym na ten dzień saldzie księgowym, z wartością zapasu Towarów CL i opakowań kaucyjnych w cenach zakupu brutto wynikającego z przeprowadzonej w Sklepie/ach inwentaryzacji towarowej.
2. W przypadku, gdy różnica pomiędzy nimi wykazuje wartość dodatnią występuje „Niedobór Finansowy”, natomiast w przypadku, gdy różnica wykazuje wartość ujemną występuje „Nadwyżka Finansowa”.
3. W przypadku znaczącego przekroczenia wpłaty rzeczywistej w stosunku do sugerowanej minimalnej wpłaty (Obowiązkowej Wpłaty) w danym bieżącym okresie rozliczeniowym, w którym ustalana jest Sytuacja Finansowa Franczyzobiorcy, Franczyzodawca ma prawo wykluczyć wartość takiej nadwyżki podczas wyliczania Sytuacji Finansowej.
4. W celu ustalenia Sytuacji Finansowej Franczyzobiorcy konieczne jest przeprowadzenie Inwentaryzacji Towarów CL i opakowań kaucyjnych (pełnych i pustych) w Sklepie i przedłożenie podpisanych przez osoby uczestniczące w Inwentaryzacji dokumentów poinwentaryzacyjnych w systemie Z-Market:
 - a. „Końcowe wyniki Inwentaryzacji”,
 - b. „Stan wartościowy grup/działów” – Stan wg cen zakupu (nie uwzględnia Towarów Regionalnych).
5. Powyższe dokumenty należy sporządzić niezwłocznie po zakończeniu Inwentaryzacji i przekazać Franczyzodawcy.
6. Franczyzobiorca ma obowiązek uczestniczyć w inwentaryzacji.
7. Inwentaryzacja przeprowadzana jest pod nadzorem:
 - a. Partnera ds. Sprzedaży lub
 - b. Audytora lub
 - c. upoważnionego przedstawiciela Franczyzodawcy.
8. Na podstawie dostarczonych dokumentów poinwentaryzacyjnych ustalana jest na dzień inwentaryzacji Sytuacja Finansowa Franczyzobiorcy.
9. Podstawą ustalenia Sytuacji Finansowej Franczyzobiorcy prowadzącego więcej niż jeden Sklep są dane ze wszystkich Sklepów.

10. W przypadku stwierdzenia Niedoboru Finansowego Francyzodawca ma prawo:
 - a. rozwiązać Umowę Współpracy Francyzowej w trybie natychmiastowym bez osobnego wezwania (§24 ust. 3 pkt 3.21 Umowy Współpracy Francyzowej) lub
 - b. zobowiązać Francyzobiorcę do pokrycia Niedoboru Finansowego we wskazanym terminie (do 14 dni) – tytuł zapłaty „Spłata zadłużenia”. Informacja o Niedoborze Finansowym przekazywana jest drogą elektroniczną wraz ze wskazanym terminem zapłaty. W szczególnych przypadkach na wniosek Francyzobiorcy i po uzyskaniu pozytywnej i uzasadnionej opinii Managera ds. Sprzedaży dopuszcza się możliwość ustalenia harmonogramu uregulowania Niedoboru Finansowego, pod warunkiem potwierdzenia salda i uznania długu z takiego salda wynikającego - w formie pisemnej z podpisem poświadczonym notarialnie, chyba że Francyzodawca postanowi inaczej.
11. Przekroczenie terminu pokrycia (spłaty) Niedoboru Finansowego stanowi podstawę do rozwiązania Umowy Współpracy Francyzowej w trybie natychmiastowym.
12. W przypadku stwierdzenia Nadwyżki Finansowej Francyzobiorca ma prawo złożyć wniosek za pośrednictwem poczty elektronicznej e-mail o częściowe zmniejszenie Obowiązkowej Wpłaty. Decyzja o zmniejszeniu Obowiązkowej Wpłaty i jego zakresie należy do Francyzodawcy.
13. Wartość zmniejszenia Obowiązkowej Wpłaty wynikającej z wyliczonej Nadwyżki Finansowej nie może być wyższa niż różnica między sumą Nadwyżki Finansowej i wpłaconej Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej na dzień przeprowadzonej inwentaryzacji towarowej i dotyczącej sklepów prowadzonych przez Francyzobiorcę w tym dniu a wartością 10% limitu zadłużenia (limit kredytowy) przyznanego Francyzobiorcy na dzień przeprowadzenia inwentaryzacji towarowej.
14. Wartość częściowej wypłaty z Nadwyżki Finansowej wylicza Francyzodawca, zaokrąglając do pełnych 100 złotych w dół.
15. O wartości częściowej wypłaty z Nadwyżki Finansowej Francyzobiorca poinformowany zostaje za pośrednictwem poczty elektronicznej e-mail ze wskazaniem sposobu i terminu jej rozliczenia.

§ 20. ZASADY ROZLICZANIA FRANCYZOBIORCY

1. Z tytułu i na poczet spłaty zobowiązań Francyzobiorcy względem Francyzodawcy, każdy Francyzobiorca jest zobowiązany do dokonywania każdego dnia roboczego Obowiązkowej Wpłaty (sugerowana minimalna wpłata) na przypisane do Francyzobiorcy WRB. Jeżeli dzień następujący po dniu prowadzenia Działalności Handlowej w Sklepie jest dniem wolnym od pracy Banku, wówczas obowiązek wpłaty powstaje pierwszego dnia pracy Banku.
2. Wyliczenie wysokości codziennej Obowiązkowej Wpłaty składa się w szczególności z wartości wynikających z:
 - d. równowartości sprzedaży Towarów CL w zrealizowanej cenie detalicznej (w tym zwrotów), przy czym dla dokonanych przecen w wartości nie niższej niż w wartość sprzedanego Towaru CL w cenie zakupu brutto,

- e. równowartości zawartych umów lub umów pośrednictwa na świadczenie Usług Okołohandlowych wraz z prowizjami,
 - f. równowartość sprzedaży prasy dostarczonej regionalnie, a rozliczanej centralnie pomiędzy Francyzobiorcą a Francyzodawcą,
 - g. zwrotów środków pieniężnych pobranych na refundację kosztów opłat za korzystanie z zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych, a nierozliczonych w ciągu 20 dni od wydania zgody przez Francyzodawcę na ich pobranie. Pod pojęciem nierozliczonych środków pieniężnych rozumie się m.in. taki stan, kiedy to Francyzodawca nie posiada odpowiednich dokumentów wymaganych od Francyzobiorcy lub innych sytuacji określonych w Instrukcji regulującej zasady refundacji kosztu koncesji alkoholowej,
 - h. wymaganego Niedobór Finansowy wyliczony w ramach ustalenia Sytuacji Finansowej,
 - i. narastającej niedopłaty powstałej do dnia bieżącego,
 - j. niedopłaty powstałej na zakończenie miesiąca poprzedniego, kiedy miesiąc bieżący rozpoczyna się dniem wolnym od pracy Banku,
 - k. z innych tytułów wskazanych przez Francyzodawcę, a wynikających z bieżących rozliczeń ze strony Francyzobiorcy.
3. Wysokość codziennej Obowiązkowej Wpłaty podlega zmniejszeniu, w szczególności o wartość:
- a. zrealizowanych płatności bezgotówkowych przy użyciu kart płatniczych,
 - b. transakcji sprzedaży rozliczonych elektronicznymi bonami rabatowymi oraz przedpłaconymi bonami towarowymi,
 - c. środków pieniężnych, na których pobranie wydał zgodę Francyzodawca, służące refundacji kosztów opłat za korzystanie z zezwoleń na sprzedaż napojów alkoholowych poniesionych przez Francyzobiorcę,
 - d. narastającej nadpłaty powstałej w miesiącu bieżącym do dnia bieżącego,
 - e. zaakceptowanej częściowej Nadwyżki Finansowej wyliczonej w ramach ustalenia Sytuacji Finansowej,
 - f. z innych tytułów wskazanych przez Francyzodawcę, a wynikających z bieżących rozliczeń z Francyzobiorcą,
 - g. zgłoszonej zgodnie z warunkami zawartej umowy ubezpieczenia kradzieży z włamaniem lub rabunku gotówki, na okres i na zasadach określonych szczegółowo w odrębnej Instrukcji dotyczącej umów ubezpieczeniowych.
4. Wysokość codziennych Obowiązkowych Wpłat w ramach danego miesiąca kalendarzowego prezentowana jest w Kalkulatorze Wpłat („KaWA”) dostępnym na Portalu Managera.

Rozliczenie miesięczne

5. Po zakończeniu każdego miesiąca kalendarzowego Francyzodawca przeprowadza proces miesięcznego rozliczenia Francyzobiorcy (rozliczenie częściowe Stron), na podstawie którego rozliczeniu podlegają dokonane przez Francyzobiorcę w danym miesiącu wpłaty i ustalana jest

kwota do wypłaty na rzecz Franczyzobiorcy. Proces miesięcznego rozliczenia jest przeprowadzany do 5 dni roboczych od zakończenia miesiąca.

6. Kwota do wypłaty składa się z wartości brutto:

- a. marży zrealizowanej przez Franczyzobiorcę, przy czym dla przecen uwzględnia się marżę zrealizowaną nie mniejszą niż zero złotych
- b. prowizji należnej z tytułu zawierania umów lub pośredniczenia przy zawieraniu umów na świadczenie Usług Okołohandlowych, w szczególności świadczonych w ramach „Drobnych Rachunków”
- c. rabatów, w szczególności Rabatu Podstawowego, Rabatu Dodatkowego Kwotowego, Rabatu Dodatkowego Procentowego, Rabatu za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych, Rabatu Intensyfikacyjnego, Rabatu Lojalnościowego,
- d. dopłaty do ceny Towarów Regionalnych (promocja),
- e. kary za brak prowadzenia sprzedaży Towarów dla Klientów w dni handlowe w określone w § 4 ust. 29 Umowy Współpracy Franczyzowej,
- f. obligatoryjnych potrąceń wynikających w szczególności z:
 - (i) Opłat Franczyzowych
 - (ii) Opłaty za Podnajem
 - (iii) Opłaty za Wyposażenie
 - (iv) Raty Opłaty Inicjalnej Podstawowej
 - (v) Raty Opłaty Inicjalnej Kaucyjnej
 - (vi) Wpłaty na ubytki towarowe wyliczanej według reguły określonej w § 20 ust. 17 - 30
 - (vii) Koszty Eksploatacyjne rozliczane za pośrednictwem Franczyzodawcy, a w szczególności:
 - a. wszelkie koszty związane z użytkowaniem Sklepu i prowadzeniem w nim Działalności Handlowej (na podstawie refakturowania przez Franczyzodawcę na Franczyzobiorcę), a w szczególności koszty:
 - wywozu nieczystości/śmieci
 - koszty usług wodno-kanalizacyjnych
 - koszty usług telekomunikacyjnych i teleinformatycznych
 - opłaty za dzierżawę oprogramowania terminala
 - koszty energii elektrycznej
 - b. koszty wszelkich materiałów eksploatacyjnych kupowanych od Franczyzodawcy, a niepodlegających dalszej odprzedaży, w szczególności opakowań jednorazowych, rolek kasowych, strojów firmowych oraz innych Towarów, które nie podlegają sprzedaży detalicznej u Franczyzobiorcy, a kupowane są przez niego od Franczyzodawcy, których wartość brutto wyliczona jest na podstawie wystawionych Franczyzobiorcy faktur VAT i faktur VAT KOREKTA przez Franczyzodawcę za

okres od 21 dnia miesiąca poprzedniego do 20 dnia miesiąca bieżącego, którego dotyczy rozliczenie miesięczne;

- (viii) prowizja od płatności zrealizowanych transakcji kartami płatniczymi skorygowana o potrącenia i inne dopłaty
- (ix) wynagrodzenie za usługę drukowania
- (x) kar finansowych, w tym kar umownych określonych w Umowie Współpracy Francyzowej lub w odrębnych Instrukcjach
- (xi) spłata pożyczki
- (xii) ubezpieczenie na wypadek wystąpienia szkody w ramach „Polisy na Biznes”
- (xiii) ubezpieczenie majątku, środków obrotowych oraz OC,
- (xiv) koszt wydania kolejnego certyfikatu do Usługi Zaufania (w przypadku utracenia kluczy),
- (xv) należności z tytułu zawartych przez Francyzobiorcę odrębnych umów na realizację usług, jeżeli zgodnie z warunkami tych umów operatorem rozliczeń jest Francyzodawca, natomiast Francyzobiorca jest zobowiązany do uiszczenia należnej kwoty za usługę na konto Francyzodawcy (np. należności za wsparcie Francyzobiorców w pozyskaniu przez Agencję Pracy pracowników tymczasowych lub zleceniobiorców do realizacji wyznaczonych zadań („Praca Tu i Teraz”),
- (xvi) koszt usługi merchandisingu w zakresie przygotowania Sklepu do otwarcia „Żabka pod klucz”.

6a. W przypadku Kosztów Eksploatacyjnych, o których mowa w ust. 6 pkt. f (vii) podpunkt a. podlegających refakturowaniu przez Francyzodawcę na Francyzobiorcę, Francyzodawca będzie wystawiać refaktury nie później niż 3 miesiące od dnia doręczenia Francyzodawcy faktury przez dostawcę towaru lub usługi w wysokości równej kwocie należnej wobec dostawcy.

W przypadku opóźnienia lub nie dostarczenia Francyzodawcy w danym miesiącu kalendarzowym faktury źródłowej za energię elektryczną przez przedsiębiorstwo energetyczne lub inny uprawniony podmiot, Francyzodawca może zażądać od Francyzobiorcy zaliczki zabezpieczającej przyszłe rozliczenia za energię elektryczną w wysokości nie wyższej niż 0,25 % Obrotu netto (na Towarach CL bez opakowań kaucyjnych) osiągniętego w danym miesiącu kalendarzowym (także w kolejnych miesiącach, do czasu wystawienia refaktury przez Francyzodawcę za energię elektryczną), co zostanie udokumentowane notą obciążeniową (notą zaliczkową). Wartość obciążenia (zaliczki) zostanie uwzględniona w obligatoryjnych potrącaniach, o których mowa w § 20 ust. 6 pkt. f. (z terminem zapłaty nie później niż do 5-go dnia roboczego miesiąca, w którym została wystawiona nota zaliczkowa na Francyzobiorcę). Po otrzymaniu faktury źródłowej, w momencie wystawienia refaktury za energię elektryczną, w celu rozliczenia pobranej/ych zaliczki/ek zostanie wystawiona i uwzględniona w rozliczeniu miesięcznym nota uznaniowa na wartość wcześniej wystawionej/ych noty zaliczkowej/not zaliczkowych, co będzie równoznaczne ze zwrotem pobranej zaliczki/ek.

7. Wyznacza się następujące terminy zapłaty:

- a. dla tytułów wskazanych w ust. 6 pkt f (i) - (vi), (x-xii), (xiv) oraz (xvi) - nie później niż do 5 dnia roboczego następnego miesiąca, którego dotyczą,
 - b. dla rozliczeń w ramach obligatoryjnych potrąceń – ust. 6 pkt. f (vii) – (ix) do 5 dnia roboczego drugiego miesiąca po miesiącu, w którym zostały refakturowane, za wyjątkiem :
 - (i) energii elektrycznej – nie później niż do 5 dnia roboczego miesiąca, w którym zostały refakturowane na Francyzobiorcę,
 - (ii) tytułów wskazanych w punkcie 6 f (vii) podpunkt b - nie później niż do 5 dnia roboczego miesiąca następującego po okresie wskazanym w punkcie 6 f (vii) podpunkt b.
 - c. dla rozliczeń wskazanych w ust. 6 pkt f (xiii) - z góry do 5 dnia roboczego miesiąca, w którym zostały refakturowane.
 - d. dla rozliczeń wskazanych w ust. 6 pkt f (xv) – nie później niż do 5 dnia roboczego następnego miesiąca, którego dotyczą, chyba, że inny termin zapłaty wynika z postanowień zawartej umowy na realizację usługi .
8. W przypadku kiedy suma wartości z ust. 6 lit. a) do lit. d) jest większa niż wartość z ust. 6 lit. e) oraz f) na podstawie wyliczonej kwoty do rozliczenia, Francyzodawca dokonuje wypłaty zgodnie z Umową Współpracy Francyzowej na konto wskazane przez Francyzobiorcę na Portalu Managera jako „**główne**” wg hierarchizacji kont bankowych, przy czym wypłata jest dokonywana tylko w przypadku spełnienia na dzień wypłaty łącznie następujących warunków:
- a. Francyzobiorca pobrał z Portalu Managera wszystkie faktury korygujące wystawione do dnia opublikowania faktury korygującej rozliczającej rabat zakupowy, włącznie z tą fakturą
 - b. Francyzobiorca nie ma żadnych nieuregulowanych wymagalnych zobowiązań (niedopłata w kalkulatorze KaWA)
 - c. Francyzobiorca ustosunkował się do salda wzajemnych zobowiązań na Portalu Managera;
 - d. Nie istnieją zajęcia egzekucyjne zobowiązujące Francyzodawcę do wypłaty wszystkich środków na rzecz Komornika lub innego organu egzekucyjnego.
9. W przypadku kiedy suma wartości z ust. 6 lit. a) do lit. d) jest mniejsza niż wartość z ust. 6 lit. e) oraz f) Francyzodawca wskazuje kwotę do wpłaty przez Francyzobiorcę w ramach codziennej wpłaty w aplikacji KaWA.
10. Rozliczenie miesięczne prezentowane jest w aplikacji Rozliczenie Francyzobiorcy dostępnej na Portalu Managera. Francyzobiorca ma prawo zgłaszać zastrzeżenia i uwagi dotyczące danego rozliczenia miesięcznego niezwłocznie po zakończeniu tego rozliczenia, nie później niż w ciągu 6 miesięcy.
- 10 a. Jeżeli po ustaleniu wyniku rozliczenia miesięcznego zgodnie z w/w zasadami, okaże się, że jakiś składnik, o którym mowa w ust. 6 powyżej, mający wpływ na wynik rozliczenia miesięcznego uległ zmianie, Francyzodawca upoważniony jest do skorygowania uprzednio wystawionych dokumentów księgowych, które były uwzględnione przy dokonywaniu rozliczenia danego miesiąca

np. może zostać skorygowana refaktura za energię elektryczną, i/lub może zostać skorygowana zbiorcza faktura korygująca wystawiona na rabat zakupowy (nie dot. not zaliczkowych, o których mowa w ust. 6a).

Jeżeli skutek skorygowania danych nastąpi ponowne przeliczenie rozliczenia miesięcznego, wynik tego skorygowanego przeliczenia będzie mógł być zweryfikowany przez Franczyzobiorcę na Portalu Managera w aplikacji Dashboard rozliczenia miesięcznego.

W przypadku, kiedy kwota do wypłaty na rzecz Franczyzobiorcy, będzie wyższa niż kwota pierwotnie wyliczona przy rozliczeniu danego miesiąca, wówczas różnica zwiększająca kwotę do wypłaty zostanie wypłacona Franczyzobiorcy zgodnie z zasadą ujętą w § 20 ust. 8 powyżej, w terminie **5 dni** od dnia skorygowania danych. Natomiast jeżeli kwota do wypłaty na rzecz Franczyzobiorcy będzie mniejsza niż pierwotnie wyliczona kwota, albo kwota do wpłaty przez Franczyzobiorcę na rzecz Franczyzodawcy będzie wyższa niż pierwotnie wyliczona kwota, wówczas powstała różnica do zapłaty przez Franczyzobiorcę na rzecz Franczyzodawcy zostanie ujęta w potrąceniach w ramach najbliższego rozliczenia miesięcznego.

Faktura korekta na rabat

11. Elementem miesięcznego rozliczenia jest udzielenie Franczyzobiorcy przez Franczyzodawcę rabatu zakupowego od zakupów dokonanych od Franczyzodawcy w danym miesiącu kalendarzowym.
12. Na rabat zakupowy Franczyzobiorcy składają się rabaty wynikające z Umowy lub Instrukcji lub Wytycznych, a w szczególności:
 - a. Rabat Podstawowy
 - b. Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych
 - c. Rabat Lojalnościowy
 - d. Rabat Dodatkowy Kwotowy
 - e. Rabat Dodatkowy Procentowy
 - f. Rabat Intensyfikacyjny

Wartości rabatów z poszczególnych tytułów za okres rozliczeniowy prezentowane są w aplikacji Rozliczenie Franczyzobiorcy dostępnej na Portalu Managera.

13. Rabat zakupowy udokumentowany jest zbiorczą fakturą korygującą wystawioną przez Franczyzodawcę dla Franczyzobiorcy do 5 dnia roboczego miesiąca następującego po zakończeniu miesiąca rozliczeniowego.
14. Rabat zakupowy prezentowany jest na fakturze korygującej, z podziałem na obowiązujące stawki VAT.
15. Podział wartości udzielonego rabatu zakupowego na poszczególne stawki VAT prezentowany jest proporcjonalnie do wartości zakupu Franczyzobiorcy w poszczególnych stawkach VAT w danym okresie rozliczeniowym.
16. Rozliczenie faktury korygującej na rabat następuje w formie przelewu na rachunek główny

Franczyzobiorcy wskazany przez niego na Portalu Managera, po dokonaniu potrąceń opisanych w ust. 6 lit. f) niniejszego paragrafu Instrukcji.

Wskaźnik Ubytków Towarowych

17. W celu zapobieżenia powstawaniu Niedoboru Finansowego powstającego w szczególności z powodu przeterminowania, uszkodzeń, kradzieży itp., wprowadza się zasady ustalania Wskaźnika Ubytków Towarowych (WUT).
18. Z tytułu zapłaty ceny sprzedaży za zakupiony od Francyzodawcy Towar CL Francyzobiorca zobowiązany jest zapłacić Francyzodawcy równowartość sprzedanego w danym miesiącu rozliczeniowym Towaru CL w cenach zakupu brutto, z uwzględnieniem zmniejszenia o wartości Rabatu Promocyjnego, gdzie następnie całość jest powiększona o Wskaźnik Ubytków Towarowych.
19. Dla każdego Francyzobiorcy ustalana jest indywidualna wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych zależna od jego Sytuacji Finansowej.
20. Sytuację Finansową Francyzobiorcy określa się na podstawie zasad wskazanych § 19.
21. Wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych wynosi od 0,5% do maksymalnie 2,5% i ustalana jest na zasadach poniższych.
22. Początkowa wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych dla Francyzobiorcy rozpoczynającego Działalność Handlową wynosi 1,5%, przy czym w okresie pierwszych pełnych dwunastu miesięcy prowadzenia Działalności Handlowej w pierwszym Sklepie nie może być mniejsza niż 1,00%
23. Maksymalna wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych w przypadku Niedoboru Finansowego nie przekraczającego wysokości 5.000,00 zł wykazanego po pierwszej inwentaryzacji wykonanej u danego Francyzobiorcy wyniesie 1,50%.
24. Wskaźnik WUT po wyliczonej Sytuacji Finansowej obliczany jest jako:

$$\text{WUT} = \text{wskaźnik dotychczasowy} + \frac{(\text{wynik bieżącej Sytuacji Finansowej} - \text{wynik poprzedniej Sytuacji Finansowej} - \text{wypłata Nadwyżki Finansowej z poprzedniej Sytuacji Finansowej} + \text{wartość spłaconego poprzedniego Niedoboru Finansowego pomiędzy inwentaryzacjami})}{\text{obróć w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty pomiędzy inwentaryzacjami}} \times 100\%$$

**Nadwyżka Finansowa poprzedzona będzie znakiem minus, natomiast Niedobór Finansowy wprowadzony do wzoru powinien zostać jako wartość dodatnia.*

25. Wyjątkiem od reguły danego wzoru będą przypadki:
 - a) Wyliczenia drugiej Nadwyżki Finansowej z rzędu, wtedy to zastosowany będzie wskaźnik niższy pomiędzy wyliczonym ze wzoru a dotychczasowym,
 - b) W przypadku wyliczenia Niedoboru Finansowego następującej po Nadwyżce Finansowej nowa wysokość wskaźnika WUT będzie wynosić:

<i>niedobór finansowy</i>
$\text{Wskaźnik dotychczasowy} + \frac{\text{obróć w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty pomiędzy inwentaryzacjami}}{\text{obróć w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty pomiędzy inwentaryzacjami}} \times 100\%$

26. W przypadku, gdy Francyzobiorca prowadzi Działalność Handlową w więcej niż jednym Sklepie wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych ustalana jest wg następującego wzoru:

$$\text{WUT} = \text{Wskaźnik dotychczasowy} + \frac{\text{liczba przejętych Sklepów w ostatnim miesiącu} \times 0,50\%}{\text{liczba wszystkich Sklepów Francyzobiorcy}}$$

Objaśnienie:

Wskaźnik uwzględnieniem wyliczonej sytuacji finansowej. Wskaźnik WUT może zostać obniżony jedynie na podstawie pozytywnie wyliczonej dotychczasowy –indywidualny wskaźnik WUT jaki obowiązuje dla danego Francyzobiorcy w poprzednim miesiącu z sytuacji finansowej i nie ulega automatycznemu obniżeniu po 12 miesiącach od przejęcia sklepu.

27. Przykłady wyliczenia wartości WUT przedstawia Załącznik nr 5 do tej Instrukcji.
28. Indywidualna wartość Wskaźnika Ubytków Towarowych dla każdego Francyzobiorcy na każdy miesiąc podawana jest na Portalu Managera w Kalkulatorze Wpłat KaWA.
29. Każde ustalenie Sytuacji Finansowej Francyzobiorcy na podstawie przeprowadzonej Inwentaryzacji skutkuje ponownym ustaleniem minimalnej wartości Wskaźnika Ubytków Towarowych dla danego Francyzobiorcy z uwzględnieniem konieczności utrzymania wysokości wskaźnika przez min. 3 kolejne miesiące w przypadku wykazania Niedoboru Finansowego. Nowa minimalna wartość wskaźnika WUT wprowadzona zostanie w przeciągu dwóch kolejnych miesięcy względem miesiąca, w którym została wyliczona Sytuacja Finansowa. Każdorazowo Francyzobiorca zostanie o tym fakcie poinformowany drogą e-mailową.
30. W przypadku zaistnienia zdarzenia, które aktualizuje po stronie Francyzodawcy obowiązek wystawienia faktury korygującej, spełnienie uzgodnionych warunków obniżenia podstawy opodatkowania VAT, o których mowa w przepisach ustawy z dnia 11 marca 2004 o podatku od towarów i usług, potwierdza wystawienie faktury korygującej przez Francyzodawcę, a obniżenie podstawy opodatkowania VAT, w stosunku do podstawy określonej w wystawionej fakturze z wykazany podatkami, dokonuje się za okres rozliczeniowy, w którym Francyzodawca wystawił fakturę korygującą.

Rozliczenie końcowe

31. Po rozwiązaniu lub wygaśnięciu Umowy oraz po przeprowadzeniu Inwentaryzacji końcowej, nastąpi końcowe rozliczenie wzajemnych zobowiązań finansowych Francyzobiorcy i Francyzodawcy (w tym za dostarczone przez Spółkę Towary Handlowe oraz świadczone Usługi Okołohandlowe), które będzie uwzględniało wszelkie zdarzenia gospodarcze jakie miały miejsce w związku z prowadzoną współpracą. Rozliczenie współpracy po jej rozwiązaniu lub wygaśnięciu dokonuje się metodą rachunkową tzw. winien–ma, czyli zestawia się wartość obciążeń („Winien”) do wartości wpłat



(„Ma”), a wynik ten (jako różnica) wskazuje na wynik rozliczenia współpracy (bilans). Termin płatności należności wynikający z takiego rozliczenia wynosi 7 dni od dnia doręczenia wezwania do zapłaty, wysłanego nie szybciej niż po dokonaniu końcowego rozliczenia, lub 60 dni od dnia rozwiązania lub wygaśnięcia Umowy, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej.

§ 21. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Instrukcja wchodzi w życie z dniem 30.07.2023r. (zmienione zasady znajdują zastosowanie do rozliczeń przypadających za okres od 1 lipca 2023r.).
2. Zmiany tej Instrukcji w zakresie postanowień kształtujących prawa i obowiązki Stron będą ogłaszane co najmniej 30 dni przed dniem wejścia w życie tych zmian.

Załącznik nr 1

Wysokość Rabatu Lojalnościowego liczona od okresu współpracy Francyzobiorcy z Francyzodawcą (długości prowadzenia przez Francyzobiorcę Działalności Handlowej w miesiącach).

Tabela przedziałów

ilość miesięcy współpracy		wartość rabatu
od	do	
36	47	1 500,00
48	59	2 000,00
60	71	2 500,00
72	83	3 000,00
84	95	3 500,00
96	107	4 000,00
108	119	4 500,00
120	131	5 000,00
132	143	5 500,00
144	155	6 000,00
156	167	6 500,00
168	179	7 000,00
180	191	7 500,00
192	203	8 000,00
204	215	8 500,00
216	227	9 000,00
228	239	9 500,00
240	251	10 000,00
252	263	10 500,00
264	275	11 000,00
276	287	11 500,00
288	299	12 000,00
300 i powyżej		12 500,00

Załącznik nr 2

1. Do Produktów Świeżych, za które naliczany jest Rabat za wzrost sprzedaży Produktów Świeżych zalicza się niżej wymienione indeksy z kategorii Ultraświeże (stanowiące Towary CL) z następujących grup materiałowych:
 - a. Indeksy CL z kategorii G1 Dania Gotowe z wyłączeniem kategorii Zupy (oznaczenie Numer/Indeks w systemie Z-Market: 3206),
 - b. Indeksy CL z kategorii G1 Szybkie Przekąski z wyłączeniem kategorii Soki (oznaczenie Numer/Indeks w systemie Z-Market: 1103),
 - c. Indeksy CL z kategorii G1 Pieczywo z wyłączeniem kategorii Ciasta pakowane, Pieczywo długoterminowe oraz Pozostałe pieczywo (adekwatne oznaczenia Numer/Indeks w systemie Z-Market: 3503, 3502, 3505),
 - d. Wszystkie indeksy CL z kategorii G1 Warzywa i Owoce,
 - e. Wszystkie indeksy CL z kategorii G2 Fast Food (G1 Żabka Cafe).



Załącznik nr 3

Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego z uwzględnieniem powiatów, którym został doliczony dodatek lokalizacyjny.

Tabela 1. Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego z uwzględnieniem Rabatu Lokalizacyjnego.

Obrót Netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych		Wartość Bazowa Rabatu Dodatkowego Kwotowego				
RNS OD	RNS DO	Sklepy w miastach/powiatach nie wymienionych obok	Miasto: Szczecin, Poznań, Bydgoszcz, Dąbrowa Górnicza, Łódź, Zabrze, Świnoujście. Powiat: Wąbrzeski, grodziski (woj. mazowieckie), kędzierzyńsko-kozielski, zgierski, tarnogórski	Miasto: Kraków, Gilwice, Katowice	Miasto: Płock, Sopot, Gdynia, Wrocław. Powiat: nowodworski (woj. mazowieckie, warszawski zachodni	Miasto: Warszawa, Gdańsk Powiat: krakowski, pruszkowski
0	59999	15 700	15 700	16 200	16 450	16 700
60000	69999	16 350	16 400	16 900	17 150	17 400
70000	79999	16 600	16 650	17 150	17 400	17 650
80000	89999	16 850	16 900	17 400	17 650	17 900
90000	99999	17 600	17 650	18 150	18 400	18 650
100000	109999	18 050	18 100	18 600	18 850	19 100
110000	119999	18 550	18 650	19 150	19 400	19 650
120000	129999	19 350	19 500	20 000	20 250	20 500
130000	139999	19 950	20 250	20 750	21 000	21 250
140000	149999	20 800	21 200	21 700	21 950	22 200
150000	159999	21 400	21 850	22 350	22 600	22 850
160000	169999	22 100	22 600	23 100	23 350	23 600
170000	179999	22 600	23 100	23 600	23 850	24 100
180000	189999	22 900	23 400	23 900	24 150	24 400
190000	199999	23 200	23 700	24 200	24 450	24 700
200000	209999	24 000	24 500	25 000	25 250	25 500
210000	219999	24 550	25 050	25 550	25 800	26 050
220000	229999	25 350	25 850	26 350	26 600	26 850
230000	239999	26 500	27 000	27 500	27 750	28 000
240000	249999	27 150	27 650	28 150	28 400	28 650
250000	259999	27 750	28 250	28 750	29 000	29 250
260000	269999	28 750	29 250	29 750	30 000	30 250
270000	279999	29 250	29 750	30 250	30 500	30 750
280000	289999	29 850	30 350	30 850	31 100	31 350
290000	299999	30 750	31 250	31 750	32 000	32 250
300000	329999	31 250	31 750	32 250	32 500	32 750
330000	489999	31 300	31 800	32 300	32 550	32 800
490000	599999	31 350	31 850	32 350	32 600	32 850
600000	639999	31 400	31 900	32 400	32 650	32 900
640000	1700000	31 450	31 950	32 450	32 700	32 950

Tabela 2. Udział estymowanych kosztów prowadzenia działalności w Bazowej Wartości Rabatu Kwotowego.

Obrót Netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych		Udział estymowanych kosztów prowadzenia działalności w Bazowej Wartości Rabatu Kwotowego		
od	do	Wynagrodzenie + ZUS	Straty	Pozostałe (biuro rachunkowe, prowizje, opłaty)
0,00	9 999,99	83%	10%	6%
10 000,00	19 999,99	83%	10%	6%
20 000,00	29 999,99	83%	10%	7%
30 000,00	39 999,99	83%	10%	7%
40 000,00	49 999,99	83%	10%	8%
50 000,00	59 999,99	82%	10%	8%
60 000,00	69 999,99	82%	10%	8%
70 000,00	79 999,99	81%	11%	8%
80 000,00	89 999,99	80%	12%	8%
90 000,00	99 999,99	80%	12%	8%
100 000,00	109 999,99	79%	13%	8%
110 000,00	119 999,99	78%	14%	8%
120 000,00	129 999,99	77%	14%	9%
130 000,00	139 999,99	76%	14%	9%
140 000,00	149 999,99	76%	15%	9%
150 000,00	159 999,99	76%	15%	9%
160 000,00	169 999,99	76%	15%	9%
170 000,00	179 999,99	76%	15%	9%
180 000,00	189 999,99	76%	15%	9%
190 000,00	199 999,99	76%	15%	9%
200 000,00	209 999,99	76%	15%	9%
210 000,00	219 999,99	76%	15%	9%
220 000,00	229 999,99	76%	15%	9%
230 000,00	239 999,99	76%	15%	9%
240 000,00	249 999,99	76%	15%	9%
250 000,00	259 999,99	77%	14%	9%
260 000,00	269 999,99	77%	14%	9%
270 000,00	279 999,99	77%	14%	9%
280 000,00	289 999,99	78%	13%	9%



290 000,00	299 999,99	79%	12%	9%
300 000,00	i powyżej	79%	12%	9%

Tabela 3. Rozszerzona wartość Rabatu Dodatkowego Kwotowego.

Obrót Netto Towarów CL bez opakowań kaucyjnych		Wartość Rabatu Dodatkowego Kwotowego
OD	DO	Miasto Warszawa, powiat pruszkowski
0	59999	750
60000	69999	750
70000	79999	750
80000	89999	750
90000	99999	750
100000	109999	900
110000	119999	900
120000	129999	900
130000	139999	900
140000	149999	900
150000	159999	900
160000	169999	900
170000	179999	900
180000	189999	900
190000	199999	900
200000	209999	1 200
210000	219999	1 200
220000	229999	1 200
230000	239999	1 200
240000	249999	1 200
250000	259999	1 200
260000	269999	1 200
270000	279999	1 200
280000	289999	1 200
290000	299999	1 200
300000	1000000	1 600

Załącznik nr 4

Załącznik dotyczący wysokości Inicjalnej Opłaty Kaucyjnej

Żabka

Sala sprzedaży w mkw. w przedziałach		Inicjalna Opłata Kaucyjna w zł.
0	40	6 500
41	55	7 500
56	70	8 000
71	85	8 500
86	100	9 000
101	110	9 500
111	130	10 000
131	150	10 500

* Inicjalna Opłata Kaucyjna w sklepach marki Żabka posiadających salę sprzedaży większą od 150 mkw. Wynosi

10 500 zł + $\frac{\text{Sala sprzedaży w mkw.} - 150 \text{ mkw}}{10} \times 250 \text{ zł}$.

Wartość wyliczona ze wzoru $\frac{\text{Sala sprzedaży w mkw.} - 150 \text{ mkw}}{10}$ zaokrąglona jest do pełnych jedności w górę przed
przemnożeniem o 250 zł.

Wielkość powierzchni sali sprzedaży zaokrąglana jest do pełnych mkw. w dół.

Załącznik nr 5

Przykład 1

Franczyzobiorca współpracuje sześć miesięcy, wskaźnik bazowy 101% Obrót w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty w tym okresie to 720 tys. zł. Wynik bieżącej Sytuacji Finansowej to Niedobór Finansowy 5 000 zł.

Zdarzenie	Wartość
Wskaźnik pierwotny	101,0%
Obroty w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	720 000
Wynik poprzedniej sytuacji finansowej	0
Pobrania / Spłata niedoboru w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	0
Wynik bieżącej sytuacji finansowej	5 000

Zgodnie z wzorem: $101 + (5000 / 720000 \times 100\%) = 101,69 \%$, jednak uwzględniając wyjątek dotyczący Niedoboru Finansowego do 5000 zł wykazanego po pierwszej inwentaryzacji u Franczyzobiorcy, maksymalny wskaźnik Franczyzobiorcy będzie wynosił 101,5 %.

Przykład 2

Franczyzobiorca współpracuje ponad dwa lata, wskaźnik bazowy to 102,5 %. Po wyliczeniu poprzedniej Sytuacji Finansowej wynikiem był Niedobór Finansowy 10 000 zł. W okresie pomiędzy inwentaryzacjami Niedobór Finansowy został w całości spłacony. Obrót w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty w tym okresie to 1 080 000 tys. zł. Wynik bieżącej Sytuacji Finansowej to Nadwyżka Finansowa 5 000 zł.

Zdarzenie	Wartość
Wskaźnik pierwotny	102,5%
Obroty w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	1 080 000
Wynik poprzedniej sytuacji finansowej	10 000
Pobrania / Spłata niedoboru w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	10 000
Wynik bieżącej sytuacji finansowej	-5 000

Zgodnie z wzorem: $102,5 + [(-5000 - 10000 + 10000) / 1080000 \times 100\%] = 102,04 \%$

Przykład 3

Franczyzobiorca współpracuje ponad dwa lata, wskaźnika bazowy to 100,5 % Po wyliczeniu poprzedniej Sytuacji Finansowej wynikiem była Nadwyżka Finansowa 15 000 zł. W okresie pomiędzy inwentaryzacjami Franczyzobiorca pobrał kwotę 5 000 zł. Obrót w cenach zakupu brutto na towarach CL osiągnięty w tym okresie to 1 200 000 zł. Wynik bieżącej Sytuacji Finansowej to Nadwyżka Finansowa 5 000 zł.

Zdarzenie	Wartość
Wskaźnik pierwotny	100,5%
Obroty w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	1 200 000
Wynik poprzedniej sytuacji finansowej	-15 000
Pobrania / Spłata niedoboru w okresie pomiędzy inwentaryzacjami	-5 000
Wynik bieżącej sytuacji finansowej	-5 000

Zgodnie z wzorem: $100,5 + [(-5000 + 15000 - 5000) / 1200000 \times 100\%] = 100,92 \%$, jednak uwzględniając wyjątek dotyczący drugiej Nadwyżki Finansowej z rzędu, wybieramy niższą wartość wskaźnika, a więc 100,5 %.

1. NIEDZIELE HANDLOWE

Przepisy ustawy z 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni przewidują, że w ciągu roku kalendarzowego dozwolony jest handel w następujące niedziele handlowe:

- 1) ostatnia niedziela stycznia,
- 2) ostatnia niedziela kwietnia,
- 3) ostatnia niedziela czerwca,
- 4) ostatnia niedziela sierpnia,
- 5) niedziela bezpośrednio poprzedzająca pierwszy dzień Wielkanocy,
- 6) dwie niedziele bezpośrednio poprzedzające Święta Bożego Narodzenia,

chyba, że w którąś z wyżej wskazanych niedziel przypada święto (wówczas jest to dzień niehandlowy).

2. NIEDZIELE NIEHANDLOWE

Wszystkie pozostałe niedziele nie wymienione w pkt. 1 powyżej są niedzielami niehandlowymi.

3. ŚWIĘTA Z ZAKAZEM HANDLU:

- 1) 1 stycznia - Nowy Rok,
- 2) 6 stycznia - Święto Trzech Króli,
- 3) pierwszy dzień Wielkiej Nocy,
- 4) drugi dzień Wielkiej Nocy,
- 5) 1 maja - Święto Państwowe,
- 6) 3 maja - Święto Narodowe Trzeciego Maja,
- 7) pierwszy dzień Zielonych Świątek,
- 8) dzień Bożego Ciała,
- 9) 15 sierpnia - Wniebowzięcie Najświętszej Maryi Panny,
- 10) 1 listopada - Wszystkich Świętych,
- 11) 11 listopada - Narodowe Święto Niepodległości,
- 12) 25 grudnia - pierwszy dzień Bożego Narodzenia,
- 13) 26 grudnia - drugi dzień Bożego Narodzenia;

4. DODATKOWE DNI z zakazem handlu po godz. 14:00:

- 1) sobota bezpośrednio poprzedzająca pierwszy dzień Wielkiej Nocy
- 2) 24 grudnia

Załącznik nr 7
Wykaz zmian w Instrukcji

Zmieniany paragraf/ ustęp	Sposób zmiany: (1) uchylenie, (2) zmiana treści, (3) dodanie
§ 9	Zmiana treści
Załącznik nr 3	zmiana treści