

Wat gaat er veranderen door de nieuwe Franchisecode?



Herman Knotter - LXA The Law Firm

Wat gaat er veranderen door de nieuwe Franchisecode?

Volop werk aan de winkel voor juristen die zich bezighouden met franchise, sinds de door Minister Kamp ingestelde schrijfcommissie in februari 2016 de Nationale Franchise Code (NFC) heeft gepresenteerd. Minister Kamp heeft aan de Tweede Kamer toegezegd om nog voor maart 2017 met een voorstel te komen om de NFC wettelijk te verankeren. De NFC heeft tot doel om de belangen van de franchisenemers beter te beschermen. Wat gaat er nu precies veranderen? We nemen met mr. Herman Knotter van advocatenkantoor LXA The Law Firm de belangrijkste punten door.

Moeten alle franchiseovereenkomsten aan de NFC worden aangepast?

“In principe worden bestaande overeenkomsten gerespecteerd. Maar als een overeenkomst verlengd moet worden, of als een nieuwe franchisenemer toetreedt, dan moet de nieuwe overeenkomst wel aan de NFC voldoen. Feitelijk zou dit betekenen dat franchiseorganisaties gedurende een langere periode met verschillende contracten zouden moeten gaan werken. Bij een aantal organisaties lijkt dat onwerkbaar. Dit zou dus betekenen dat met de invoering van de NFC alle overeenkomsten aangepast moeten worden aan de NFC.”

Is de NFC toegesneden op alle vormen van franchise?

De kritiek is dat er erg veel gekeken is naar de manier waarop in de supermarktbranche franchise wordt toegepast. In de NFC staat een definitie van franchise, welke definitie naar alle waarschijnlijkheid ook de wettelijke definitie gaat worden. Als je voldoet aan de definitie, haal je het hele kader van rechten en plichten zoals opgenomen in de NFC binnen. Maar dat vind ik onwenselijk. Franchise heeft een heleboel andere verschijningsvormen. Er zijn samenwerkingsverbanden die niets met franchise te maken willen hebben, maar ineens wel onder de definitie van de NFC vallen.”

Hoe beoordeelt u de ruime aandacht voor het concurrentiebeding?

In de NFC worden allerlei zaken rondom het non-concurrentiebeding helemaal uitgeschreven, maar waarvoor? We hebben al wetgeving en uitgebreide jurisprudentie over non-concurrentie. Het is aan de rechter om daar in een specifieke situatie iets van te vinden, die kun je nooit allemaal in een code omschrijven.

Als de franchisegever een te ruim geformuleerd beding in het contract opneemt, kan de franchisenemer die daar een zwaarwegend belang bij heeft aan de rechter vragen het beding buiten werking te stellen. Dan gaat de rechter toetsen of hij vindt dat het stand houdt.

De consequentie kan zijn dat het non-concurrentiebeding geen werking heeft. Als de franchisegever zich niet aan de wet en de NFC heeft gehouden, dan kan de franchisenemer ook vorderen dat de hele overeenkomst wordt ontbonden of zelfs vernietigd. Inclusief bijvoorbeeld schadevergoeding voor gederfde winst.

Nu is het zo geregeld dat een franchisegever die ‘op safe wil spelen’ een post-contractueel non-concurrentiebeding opneemt voor maximaal een jaar, beperkt tot de vestigingslocatie. “Maar wat als de franchisenemers landelijk opereren, dus Nederland als vestigingslocatie hebben? Geldt het non-concurrentiebeding dan voor het hele land? In de praktijk worden regelmatig non-concurrentiebedingen opgenomen die ruimer zijn geformuleerd dan op basis van de wet/jurisprudentie toegestaan. Kan een franchisegever dit risico nog nemen?”

Wat is het ‘pas toe of leg uit principe’?

“Dat lijkt de oplossing voor veel praktische problemen. Als je een onderdeel van de NFC niet toepast, dan mag dat, als het maar goed uitgelegd wordt in een bijlage van het contract. Op die manier kun je feitelijk de hele NFC weg contracteren. Dat zal echter niet de bedoeling zijn.

Maar hoe gaat dit dan in de praktijk?

De franchisenemer neemt doorgaans zo’n bijlage voor kennisgeving aan, waardoor de discussie naar een later moment wordt verplaatst. Achteraf is de vraag: houdt het weg-contracteren van bepaalde verplichtingen stand als de franchisenemer naar de rechter

stapt? Ik krijg deze vraag nu al veelvuldig voorgelegd.

Welke bepalingen kun je weg-contracteren en wat zijn de risico’s?

Ik kan deze vraag niet beantwoorden. Het zal waarschijnlijk (vele) jaren duren voordat het antwoord op basis van de jurisprudentie gegeven kan worden.”

Wat vindt u van de zorgplicht voor de franchisenemer?

“Het is natuurlijk goed als een franchisegever te hulp schiet als hij ziet dat het niet goed gaat met een franchisenemer. Er zijn allerlei mogelijkheden voor een franchisegever om bij te sturen. Het zou ongewenst zijn als een franchisenemer die hulp vraagt, nul op het rekest krijgt. Dit is ook de mening van onze rechters. Een franchisegever heeft een bepaalde zorgplicht. Een franchisenemer die hulp nodig heeft moet, voor zover mogelijk, geholpen worden. Volgens de NFC moet een franchisegever de franchisenemer doorlopend ondersteunen. Het is mijn verwachting dat de praktijk op dit punt niet zal veranderen. Door de NFC kan een franchisenemer zich bij een conflict wel op deze verplichting beroepen. Dan mag de franchisegever aantonen dat hij de franchisenemer doorlopend (en actief) heeft ondersteund.

Moet de franchisegever dan ongewenst hulp gaan aanbieden en dit ook nog eens schriftelijk gaan bevestigen omdat hij anders mogelijk een bewijsprobleem heeft?”

In de NFC staat dat een formule ‘aantoonbaar succes’ moet hebben alvorens franchisenemers te contracteren. Kan dat altijd?

“Het zal wel eens gebeuren dat mensen eerst een eigen onderneming beginnen, en er bij succes franchise van maken. In de praktijk werkt het vaak niet zo. Het komt dus veelvuldig voor dat direct met franchise wordt gestart, zonder de in de NFC opgenomen ‘aanloopperiode’. Naar mijn mening moet dat ook gewoon kunnen. Het gaat erom dat het verdienmodel van de formule klopt, dat de franchisenemer weet wat zijn rechten en plichten zijn en dat de partij die als franchisegever gaat opereren aan haar verplichtingen jegens de franchisenemers kan voldoen.”

Opvallende carrièreswitch voor franchisenemer Budget Broodjes

“Van vingerafdrukken analyseren naar broodjes smeren”

ZOETERMEER. Rob van Minnen maakte nog niet zolang geleden een opvallende carrièreswitch. Na tien jaar bij de politie als forensisch medewerker, waarbij hij vingerafdrukken moest koppelen aan verdachten, opende Rob begin oktober zijn eigen vestiging van Budget Broodjes in Zoetermeer. Toch komt deze stap niet zomaar uit de lucht vallen. Rob beschikt over meer dan twintig jaar horeca-ervaring.

De keuze voor de locatie van Budget Broodjes op het bedrijventerrein Zoeterhage is niet zomaar tot stand gekomen. Hier is namelijk de grootste doelgroep gevestigd: bedrijven. Al vanaf 90 cent kunnen medewerkers de trek stillen met een heerlijk belegd broodje. Rob maakt alle broodjes dagelijks zelf klaar. Daarbij kan de klant uit verschillende broodjes kiezen. “Niet alleen broodjes, maar ook zoetigheid, salades, fruit en drankjes kun je bestellen via de website, in de winkel, via de telefoon, de fax en binnenkort zelfs via de app”, vertelt Rob in zijn nieuwe keuken.

Speciaal voor bedrijven heeft Budget Broodjes vergaderpakketten samengesteld, vanaf 4,15 euro per persoon. Van basis, budget en sandwich tot luxe vergaderpakketten. Vrijwel alle producten worden dagelijks bereid. Ook wensen als halaal of glutenvrij zijn mogelijk. “Ik doe er alles aan om het de klant naar de zin te maken. Het bespaart bedrijven een hoop moeite”, aldus Rob.

Consumenten vertrouwen blijft op hoog niveau

Den Haag - Het CBS heeft het consumentenvertrouwen voor in november vastgesteld op 12. Dat betekent dat het vertrouwen, net als in oktober, op het hoogste niveau ligt sinds 9 jaar.

Consumenten hebben ten opzichte van oktober zelfs een beter oordeel over de economie. De deelindicator steeg hierbij van 20 naar 24.

Echter daalde de koopbereidheid in dezelfde periode van 7 naar 5. Consumenten zeggen daarbij dat de tijd om grote aankopen te doen iets minder gunstig is.

Verder meldt het CBS dat de consumentenbestedingen in september hoger lagen dan precies een jaar eerder.

De consumentenbestedingen stegen met 0,9%, voornamelijk omdat er meer uitgegeven werd aan diensten, zoals restaurant- en kappersbezoeken. Maar er werd ook meer uitgegeven aan voedings- en genotmiddelen, hier was een stijging te zien van 0,8%.

Terugblik op 2016 mei

Door het wegvallen van V&D ziet franchiseformule **Bruna** mogelijkheden in de schoolartikelenbranche. Er zijn twee pop-up stores geopend in Eindhoven en Utrecht, die geheel in het teken staan van de campagne “HiSchool”. In andere vestigingen zal er meer vloeroppervlakte besteed worden aan schoolartikelen.

Lincherie is in Nederlande de enige lincherieformule die gebruik maakt van de exclusieve 3D-scanspiegel. De spiegel geeft met behulp van 3D-meettechnologieën de klant advies over de juiste BH. Onlangs heeft European Patent Office (EPO) een 20-jarig patent verleend voor de innovatieve spiegel aan Van de Velde, moederbedrijf van Lincherie.

Door het wegvallen van grote ketens als **V&D**, **Aktiesport** en **Perry Sport** is er meer dan 431.000 m² vrij gekomen aan lege winkeloppervlakte. Door een toenemende en sterkere concurrentie online dreigen fysieke winkels het onderspit te delven. Minister Kamp komt met maatregelen. Zo zouden oude panden gesloopt moeten worden voordat er nieuwe worden gebouwd en zal er een analyse worden gemaakt met wat en waar er leegstaande panden zijn.

Ondernemers met afhaalpunten van **PostNL** zullen de komende jaren hun inkomsten zien dalen. Vooral veel supermarkten en gemakwinkels (o.a. **Bruna en The Read Shop**), zullen 30 tot 40% minder verdienen. PostNL gaat namelijk de vergoeding voor het afhandelen van post en pakketten verlagen met 25%.

Formules **DA** en **D.I.O.** wachten op een akkoord van de Autoriteit Consument en Markt voor de samenwerking in inkoop en distributie. DA is kort na de doorstart van vorig jaar in gesprek gegaan met **FACO**, moederbedrijf van D.I.O., over een samenwerking.

Investeringsmaatschappijen **Ardian** en **Goldentree**, die sinds vorig jaar een meerderheidsbelang hebben bij **Maxeda**, willen af van de dhz-formules. Maxeda beheert de formules **Praxis** en **Formido**. De laatste jaren is het marktaandeel van Maxeda gedaald en neemt de concurrentie van **Hornbach** en **Bauhaus** toe.

Supermarktformule **Jumbo** heeft met de Ondernemingsvereniging Jumbo (OJV) een akkoord bereikt over een nieuwe strategische samenwerkingsovereenkomst. Hel doel van de overeenkomst is om gezamenlijk en met snelheid te blijven innoveren. CEO Frits van Eerd stelt dat de formule in een concurrerende markt bevindt en waarin technologische ontwikkelingen nieuwe kansen en uitdagingen opleveren.

Het Centraal Planbureau (CPB) stelt dat de afgelopen acht jaar de huur met ruim 20% is afgenomen in reactie op de afname van consumptie van goederen en de omzet van winkels. De dalende huur heeft alleen niet geleid tot minder leegstand. Sommige winkellocaties blijven ondanks de verlaagde huur niet rendabel om voort te bestaan.