

Ministerie van Economische Zaken  
T.a.v. Zijne Excellentie de heer H.G.J. Kamp  
Minister van Economische Zaken  
Postbus 20401  
2500 EK Den Haag

Rijksweg 15, 5462 CE Veghel  
Postbus 8, 5460 AA Veghel

Telefoon 0413 - 38 02 00  
www.jumbo.com

KvK 160.44409  
BTW nr NL.00.50.70.673.B01

Veghel, 24 mei 2017

Betreft: Reactie Jumbo op internetconsultatie wetsvoorstel wettelijke verankering gedragscode franchise

Excellentie,

Naar aanleiding van het wetsvoorstel wettelijke verankering gedragscode franchise en de bijbehorende Memorie van Toelichting en in het kader van de internetconsultatie, wenst Jumbo het volgende op te merken.

## Inleiding

### Samenwerking Jumbo en haar ondernemers

1. Jumbo is een familiebedrijf met meer dan 90 jaar historie van groothandel naar retailer. Jumbo heeft na de overname van Super de Boer en C1000 op dit moment 580 winkels waarvan 350 in franchise. Jumbo is daarmee het tweede foodretailbedrijf in Nederland en tevens de grootste franchisegever in foodretail. Jumbo is de afgelopen jaren gegroeid naar een marktaandeel van 19% met een consumentenomzet in 2016 van 6,7 miljard euro en ca. 65.000 werknemers, waarvan ongeveer de helft in dienst is bij haar franchisenemers (door Jumbo te noemen ondernemers).
2. De ondernemers van Jumbo zijn verenigd in de Ondernemers Vereniging Jumbo (OVJ) die op basis van gelijkwaardigheid periodiek overleg voert met Jumbo in een overlegstructuur die werkgroepen kent voor elk functiegebied.
3. Jumbo en de OVJ hebben een convenant gesloten waarin de wijze van inspraak (instemmen, adviseren en informeren) van de ondernemers is vastgelegd. Verder kent zij een gezamenlijk conditiestelsel, waarin de financiële afspraken zijn uitgewerkt en werkt zij volledig met de ondernemers samen in haar online propositie ten aanzien van verkoop en bezorging via internet. Een en ander volgens ons collectieve Jumbo DNA "Samen, Ondernemen en Winnen".

Een belangrijke pijler in het DNA is "Ondernemen" en in dat kader delen Jumbo en de OVJ de visie dat alle partijen als zelfstandige entiteiten, die ondernemen voor eigen rekening en risico, wederzijds een bepaalde vrijheid van ondernemen hebben en moeten hebben.

4. Jumbo streeft altijd de hoogst mogelijke kwaliteit van haar formule, winkelexploitatie en ook van haar ondernemers na door:
  - voortdurend en proactief de Jumbo formule te innoveren;
  - continu te werken aan de versterking van haar merk;
  - vooraf een uitvoerige screening van nieuwe ondernemers te laten plaatsvinden;
  - veel aandacht te besteden aan (permanente) opleiding en trainingen voor (potentiële) ondernemers; en
  - prognoses op te stellen en door te rekenen voordat met een nieuwe ondernemer een overeenkomst wordt gesloten.
5. Jumbo is een professionele franchisegever die op een volwassen manier gezamenlijk met haar ondernemers, die allemaal zijn aan te merken als grote ondernemingen zoals bedoeld in artikel 6:235 BW, vorm geeft aan een grote franchiseformule in Nederland, hetgeen er toe leidt dat er dankzij een goede dialoog nagenoeg geen juridische geschillen met haar ondernemers zijn.
6. Jumbo is uitgeroepen tot franchisegever van het jaar 2014 en hanteert de principes van vertrouwen, erkenning van elkaars rol en transparantie.

## Algemene reactie op Wetsvoorstel en Memorie van Toelichting

### Nut en noodzaak

7. Na het lezen van het wetsvoorstel franchise en de bijbehorende Memorie van Toelichting (de Toelichting) blijft een beeld hangen van een sector waarmee het erbarmelijk is gesteld. Enerzijds zou er sprake zijn van misleiding en fraude, aan de andere kant van machtsmisbruik door franchisegevers, die misbruik maken van "zwakke" wederpartijen die bijna geen idee hebben waar ze aan beginnen en die tegen zichzelf in bescherming moeten worden genomen. Hiermee wordt de hele franchisesector weggezet als een concept waarmee je bijna niet meer voor de dag wil komen. Jumbo herkent zich totaal niet in dit beeld. Uit onderzoek (EIM 2009), uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken, blijkt dat de franchisesector over het geheel genomen goed functioneert en het zelfs beter doet dan het reguliere midden- en kleinbedrijf qua groei in vestigingen en omzet. Het is dan ook opmerkelijk dat in de Toelichting dit rapport wordt aangehaald als motivatie voor deze wetgeving. Zeker nu in datzelfde rapport als eindconclusie is opgenomen dat wetgeving over franchising een te zwaar middel is, welke eindconclusie in de Toelichting onbesproken wordt gelaten.

8. Het wetsvoorstel in haar huidige vorm lijkt een probleem op te willen lossen waarvan zij eigenlijk zelf al aangeeft (in de bijbehorende Toelichting) dat dit niet bestaat. De misstanden waarover de initiële Kamervragen werden gesteld, die hebben geleid tot de oorspronkelijke opdracht van de minister (brief van 20 oktober 2014) om te komen tot een duidelijk, evenwichtig en breed gedragen gedragscode, lijken een geheel afwijkende invulling te hebben gekregen. Volgens het wetsvoorstel, tezamen met de hieraan verbonden gedragscode franchise, zouden franchisenemers niet alleen een bepaalde bescherming moeten genieten, welke gedachte op zich goed is, maar zij zouden mede de rol van de franchisegever als ontwikkelaar van de formule over moeten nemen. Er vindt een herdefiniëring plaats van de rollen van franchisegever en franchisenemer, die naar de mening van Jumbo gaat leiden tot een inbreuk op ons beproefde franchisemodel.
9. Het is toe te juichen dat wordt getracht om eventuele misstanden uit te bannen en Jumbo onderschrijft dit. Niettemin is het goed om in het oog te houden dat in de meeste situaties, net als bij Jumbo, zowel franchisegever als franchisenemer voornamelijk grote gezamenlijke belangen hebben, namelijk belang bij een sterke franchiseformule, goed draaiende winkels en een gezond verdienmodel. Het doel van franchise is om het franchiseconcept gezamenlijk zoveel mogelijk te optimaliseren. Franchise vraagt om wederzijds vertrouwen en kan alleen succesvol zijn als zowel franchisegever als franchisenemer op een constructieve manier met elkaar samenwerken vanuit de rollen waarin zij optimaal kunnen excelleren. Het wetsvoorstel - en dan met name de bijbehorende Toelichting - en ook de beoogde gedragscode gaan in grote mate uit van wantrouwen en van tegenstrijdige belangen. Er wordt uitgegaan van consolidatie en dat terwijl de markt vraagt om innovatie. Dit is geen geschikt uitgangspunt voor een algemeen geldende franchisewet.
10. Jumbo juicht de komst van een gedragscode franchise toe, zoals bijvoorbeeld de Europese Erecode van de Europese Franchise Federatie, waaraan Jumbo zich reeds committeert. Indien het niet mogelijk blijkt dit middels zelfregulering te bereiken, dan zou een andere uitkomst een franchisewet kunnen zijn die met name toeziet op de precontractuele fase ter bescherming van de startende franchisenemer, maar dan bij voorkeur een franchisewet, die als zelfstandige titel in het Burgerlijk Wetboek, middels een gedegen wetgevingstraject tot stand is gekomen. Echter het huidige wetsvoorstel franchise en de hieraan verbonden gedragscode welke volgens de Toelichting de Nederlandse Franchise Code (NFC) lijkt te worden, stuit op bezwaren.

#### **Nederlandse Franchise Code 2016 (NFC): mislukte zelfregulering**

Aangezien de Toelichting aangeeft dat de beoogde gedragscode (delen van) de NFC zal zijn, hecht Jumbo er waarde aan om haar bezwaren tegen de NFC in zijn huidige vorm en het totstandkomingsproces toe te lichten.

11. Zoals Jumbo reeds kenbaar heeft gemaakt in de zienswijze die zij gedurende de consultatieperiode voor de gedragscode franchise indiende (Zienswijze van Jumbo Supermarkten B.V. op de consultatieversie van de Nederlandse Franchise Code en de bijbehorende toelichting d.d. 16 juni 2015 in het kader van de consultatie van de branche), is Jumbo vóór zelfregulering en vóór een redelijke gedragscode franchise.

In het gevolgde proces is er evenwel sprake van een gebrek aan transparantie, mandaat voor de Schrijfcommissie van de NFC en draagvlak voor de NFC die begin 2016 werd aangeboden aan de Minister van Economische Zaken. De NFC is niet als een gedragscode aan te merken omdat de NFC niet voorschrijft hoe men zich moet gedragen maar wat men moet afspreken en treedt in belangrijke mate in de contractsvrijheid van professionele partijen. De zorgen die er leefden zijn duidelijk en gemotiveerd naar voren gebracht door Jumbo gedurende het proces. Ook heeft Jumbo zich aangesloten bij twee collectieve brieven vanuit franchisegevers, waarin de ernstige bezwaren aangaande het proces en het gebrek aan draagvlak reeds naar voren zijn gebracht.

12. Jumbo heeft na de formele consultatiefase tot op heden op allerlei manieren actief getracht een constructieve bijdrage te leveren aan het zelfreguleringsproces. De ruimte voor dialoog en de bereidheid tot het doen van relevante aanpassingen bleken echter minimaal.
13. Ondanks dat Jumbo's samenwerkingsmodel met haar eigen ondernemers al op vele punten aansluit bij de NFC, betreurt Jumbo het dat de door haar voorgestelde beperkte aanpassingen geen gehoor vonden bij de Schrijfcommissie en bestaat er binnen Jumbo geen draagvlak voor de NFC.
14. Het belangrijkste bezwaar van Jumbo tegen de NFC zit in de definitie Franchiseformule (artikel 1.2 NFC) en dan specifiek de toelichting hierop. Dit bezwaar is tweeledig, enerzijds betreft dit het merkgebruik en anderzijds de concurrentiebeperking. Ten aanzien van het merkgebruik stelt de NFC dat het gebruik van het merk altijd onderhevig is aan toestemming van de franchisenemers, indien dezelfde markt wordt bediend. Echter de kern van een franchiserelatie is er op gebaseerd dat franchisegever en franchisenemers als zelfstandige entiteiten voor eigen rekening en risico samenwerken in een door franchisegever ontwikkelde formule die gebruik maakt van de merknaam van de franchisegever. Deze merknaam is het eigendom van de franchisegever en zij moet dan ook kunnen beschikken over het recht om deze merknaam te gebruiken en in te kunnen zetten, ook voor activiteiten die buiten de franchiserelatie vallen. Formats onder hetzelfde merk hoeven niet per definitie strijdig te zijn met de in franchise gegeven formule en/of (reeds) geschikt te zijn voor franchise.

Daarnaast zijn de traditionele sectorscheidingen in de retailmarkt anno 2017 door blurring grotendeels verdwenen, hetgeen een trend is die zich versneld aan het doorzetten is. Praktisch gezien betekent dit dus dat er altijd een discussie gaat ontstaan over definiëring van "dezelfde markt".

Voorgaande gaat zelfs nog sterker op voor de in de toelichting opgenomen concurrentiebeperking, waarin is opgenomen dat (in)directe concurrentie met onderneming(en) van franchisenemers niet is toegestaan.

Een vergelijkbare tekst staat opgenomen in de toelichting bij artikel 2.3c NFC. Ook hier geldt dat als deze bepaling afgezet wordt tegen de huidige en komende marktontwikkelingen dit een onevenredige belemmering vormt voor de ontwikkeling van een merk.

Ter illustratie, het doen van overnames van (in)direct concurrerende formules wordt belemmerd. Jumbo heeft echter in het verleden laten zien dat juist door de overname van twee concurrerende formules zij een sterker merk heeft gebouwd waar alle ondernemers momenteel van profiteren.

Deze bepalingen zijn opgenomen in hoofdstuk 1 van de NFC. Volgens die NFC is het "pas toe leg uit" principe niet van toepassing op hoofdstuk 1. Jumbo heeft dus niet de benodigde ruimte om uitleg te geven over een afwijkend standpunt.

Daarnaast heeft Jumbo aangegeven dat de uitsluiting van concurrentie, in de verticale verhouding die franchise nu eenmaal is, zo ruim is geformuleerd dat deze in strijd is met het mededingingsrecht.

15. Jumbo heeft daarbij moeten constateren dat het ontbreken van draagvlak bij veel franchisegevers speelt, aangezien de leden van de Nederlandse Franchise Vereniging (NFV), waarbij ongeveer 200 formules zijn aangesloten (naar schatting ongeveer 25% van het totale aantal formules in Nederland), in haar ALV in de zomer 2016 - op twee formules na - reeds massaal tegen de NFC in haar huidige vorm hebben gestemd. Ook franchisegevers die geen lid zijn van de NFV alsmede advocaten en wetenschappers hebben zich kritisch uitgelaten.
16. De brede kritiek op het gevolgde proces vanuit franchisegevers rondom en gebrek aan mandaat ten aanzien van het opstellen van de NFC, valt niet uit de Toelichting op te maken; in de Toelichting wordt hier nagenoeg geen enkele aandacht aan besteed en afgedaan alsof het slechts een paar grote formules betreft.

### (Wetgevings)Proces

17. Er kleven grote bezwaren aan de totstandkoming van de NFC, waaronder een gebrek aan legitimiteit, representativiteit en inspraak van alle betrokkenen. Voorts schiet de kwaliteit en de consistentie van de regelgeving tekort. De keuze van het Ministerie om slechts twee artikelen op te nemen in de titel van het Burgerlijk Wetboek, welke artikelen alsmede de Toelichting een normaal wetgevingstraject doorlopen en het merendeel van de regels middels een AMvB van toepassing te verklaren, is opmerkelijk. Hierbij wordt er in de Toelichting uitdrukkelijk voorgesorteerd op de NFC. Het grote gebrek dat hieraan kleeft is dat de bij AMvB aangewezen verdere regelgeving, niet het reguliere en democratische wetgevingsproces doorloopt. Zo ontbreekt een parlementaire behandeling. Ook is het de vraag waarom er niet voor is gekozen om een standaardregeling te ontwikkelen op basis van artikel 6:214 BW, met inachtneming van de procedurele eisen die hiervoor gelden. Aan deze procedurele eisen zijn in zijn geheel niet voldaan.

18. Het resultaat van een tot nu toe mislukt zelfreguleringsproces, waar zowel procesmatig als inhoudelijk veel op aan te merken is, gebruiken als basis voor nieuwe wetgeving is niet zuiver, niet objectief, niet transparant en voorts ontbreekt de parlementaire toetsing. Jumbo verwijst naar het artikel van Mr. M. de Koning in het Nederlands Juristenblad, welk artikel op 22 mei jl. in de Internet consultatie is ingebracht. Zoals gemotiveerd uiteengezet wordt op pagina's 2 t/m 4, zijn er grote vraagtekens te zetten bij de procedurele houdbaarheid van het gekozen wetgevingsproces en Jumbo tekent hier dan ook uitdrukkelijk bezwaar tegen aan.

#### Artikelsgewijs commentaar op de wettekst

19. De materiële wet beslaat slechts twee artikelen in het Burgerlijk Wetboek. Ondanks dat de wettekst summier is, zijn er de nodige kanttekeningen bij te plaatsen. Jumbo concentreert zich op de hoofdzaken.

Vooropgesteld ontbreekt een definitie van franchise. Onduidelijk is nu welke samenwerkingsvormen onder de noemer franchise gaan vallen.

#### Artikel 399f a. 1<sup>e</sup>: definitie Franchiseformule

Het gaat bij franchiseformule nu juist niet om een gemeenschappelijk handelsmerk, model, gebruiksmodeel of een gemeenschappelijke handelsnaam, huisstijl of tekening. Het gaat om een intellectueel eigendomsrecht van de franchisegever waarvoor de franchisegever toestemming geeft aan de franchisenemer om dit te gebruiken voor de exploitatie van zijn onderneming. De formule, handelsmerk e.d. zijn eigendom van franchisegever.

#### Artikel 399f a., 2<sup>e</sup>: definitie Knowhow

De definitie knowhow is dermate complex vanwege de verwijzing naar een aan wijziging onderhevige Verordening, dat deze veel vragen oproept. De definitie is zo weinig concreet zodat onduidelijk is wat de wetgever heeft bedoeld, hetgeen tot de nodige interpretatiegeschillen kan leiden.

#### Artikel 399g lid 1, eerste paragraaf en lid 3: Delegatiebepaling

Hierin staat de delegatiebepaling uit hoofde waarvan middels AMvB een gedragscode van toepassing wordt verklaard. Zoals reeds aangegeven onder procesbeschrijving is het de vraag of een dergelijke delegatiebepaling, waarbij een nieuwe titel in het BW in feite wordt uitbesteed bij AMvB, wel staatsrechtelijk houdbaar is. Een AMvB is bedoeld voor de uitwerking op detailniveau van een wettelijke bepaling en niet voor het invoeren van een geheel nieuwe civielrechtelijke rechtsfiguur met allerlei verplichtingen die in de contractuele verhouding treedt van twee professionele partijen.

Een AMvB is ook niet bedoeld voor het stellen van nadere motiveringseisen waarmee de gedragscode een nog meer dwingend karakter kan krijgen.

## Artikel 399g lid 2 en lid 4: Pas toe leg uit

Vooropgesteld is het volkomen onduidelijk wat nu precies als gedragscode middels een AMvB van toepassing wordt verklaard en hoe diep dit gaat ingrijpen op contractvrijheid van partijen. Alhoewel het "pas toe leg uit" in eerste instantie de indruk wekt een flexibele wijze van omgang met de NFC of delen daarvan of andere vast te stellen regels mogelijk te maken, blijkt het tegendeel waar te zijn.

Als een franchisegever wil afwijken van de NFC, moet dit schriftelijk, uitdrukkelijk, transparant, duidelijk, begrijpelijk en deugdelijk gemotiveerd - waarom die specifieke afwijking nodig is - worden overeengekomen met de franchisenemer(s). Dit moet in een separate bijlage worden opgenomen bij het franchisecontract. Nadere voorschriften kunnen hieraan worden gesteld bij AMvB. De franchisenemer kan een dergelijke afwijking vernietigen als zij "niet goed of onduidelijk of is ondeugdelijk gemotiveerd" of als "het argument voor de afwijking redelijkerwijs niet ter rechtvaardiging van de afwijking kan dienen", hetgeen heel subjectief is. In dat geval kan de franchisenemer de schade die zij heeft geleden door de gedragscode niet na te leven verhalen op de franchisegever. Het gaat veel te ver om schadeplichtigheid te creëren op grond van het niet naleven van een motiveringseis van een afwijking van een gedragscode, die niet via een regulier wetgevingstraject is vastgesteld.

De franchisegever kan sowieso niet gemakkelijk afwijken van de gedragscode; in de Toelichting wordt verwezen naar de beperkende werking van de redelijkheid en billijkheid. Zelfs als er in de franchiseovereenkomst in een goed geformuleerd en gemotiveerd beding wordt afgeweken van de gedragscode, kan de rechter alsnog bepalen dat het beding niet van toepassing is omdat het naar maatstaven van redelijkheid en billijkheid onaanvaardbaar is voor de franchisenemer. De drempels die worden opgeworpen voor een afwijking zijn dusdanig groot, dat het de vraag is of afwijken überhaupt wel een optie is, behalve als iets overduidelijk niet van toepassing is. Hiermee klinkt het "pas toe leg uit" principe veel flexibeler dan het daadwerkelijk is; feitelijk is het niet mogelijk om af te wijken en de NFC wordt daarmee een zeer dwingend keurslijf dat ernstig ingrijpt in de contractvrijheid van professionele partijen. Het is in feite een "pas altijd toe" principe.

Voorts constateert Jumbo dat het "pas toe leg uit" principe zoals dat voorligt enorme rechtsonzekerheid met zich meebrengt. Het komt er in de praktijk op neer dat bij iedere afwijking het afwachten gaat worden of een franchisenemer de afwijking gaat aanvechten, hetgeen schadeclaims tot gevolg kan hebben en er eerst duidelijkheid komt als een rechter zich erover heeft uitgesproken. Dit geeft een grote mate van rechtsonzekerheid voor zowel franchisegever als franchisenemers en leidt tot een onnodige belasting van de rechterlijke macht.

Hier komt nog eens bij dat er afwijkingen in de definities gehanteerd worden in het wetsvoorstel, die materieel afwijken van de definities die gehanteerd worden in de NFC. Hoe verhoudt zich dit tot elkaar? Volgens de toelichting bij de NFC mag van de definities niet met het "pas toe leg uit" principe worden afgeweken.

Ook is het de vraag wat precies de status is van de toelichting bij de artikelen in de NFC. Enerzijds wordt in de Toelichting aangekondigd dat alleen de tekst van de code zelf verbindend zal worden verklaard, anderzijds wordt de toelichting wel degelijk relevant geacht omdat *“de toelichting in veel gevallen een aanbeveling geeft voor de inhoudelijke invulling en wijze van toepassing van de codevoorschriften”* (vergelijk pagina 21 Toelichting). Het is van tweeën een; òf de toelichting is van belang voor de uitleg van de NFC of niet. Voor de rechtszekerheid is het van belang dat dit duidelijk is.

Het is verder volstrekt onduidelijk wie verantwoordelijk gaat worden voor het beheer, de evaluatie en de verdere ontwikkeling van de gedragscode, die onder de AMvB wordt aangewezen. Ook is het onduidelijk hoe de procedure er uit gaat zien voor wijzigingen van die gedragscode en of hierin wel plaats zal zijn voor enige democratische c.q. parlementaire toetsing van de betreffende wijzigingen. Ook dit creëert een grote mate van rechtsonzekerheid. Tenslotte is het ook opmerkelijk en onwenselijk dat er kennelijk bij AMvB nieuwe (motiverings)eisen kunnen worden gesteld aan afwijkingen van een gedragscode.

Titel 8 Overgangswet Nieuw BW, artikel 209

Er wordt in het wetsvoorstel gesproken over *“overeenkomsten”*, maar welke overeenkomsten betreft het? Dit is nergens gedefinieerd en dat is met het oog op de rechtszekerheid onwenselijk.

Een algemene overgangperiode van vijf jaar is vastgesteld, maar ook bij iedere nieuwe contractverlenging wordt de wet / NFC 2016 van toepassing. Dit stuit op praktische bezwaren. Er kunnen individuele gevallen zijn die tussentijds verlengd worden. Het is onwenselijk om twee verschillende franchiseovereenkomsten naast elkaar te hanteren.

## Concluderend

20. Franchise is een unieke vorm van samenwerking, gebaseerd op wederzijds vertrouwen, die voor Jumbo en haar ondernemers tot succes leidt. Een succes dat onder andere tot uiting komt in de waardering van onze klanten. Samen met onze ondernemers combineren wij optimaal de kracht van een centraal aangestuurde formule met het lokale ondernemerschap van onze ondernemers. Op alle vlakken en onderwerpen trekken wij gezamenlijk op, hebben wij overleg en lukt het ons om een gezamenlijk succes te creëren binnen de huidige bestaande afspraken.

Een grote gemene deler in dit gezamenlijk succes is het ondernemerschap van zowel Jumbo als haar ondernemers, dat wordt uitgedragen in ons DNA *“Samen, Ondernemen, Winnen”*.

Het huidige wetsvoorstel, de Toelichting en de waarschijnlijk onderliggende NFC brengen in hun huidige vorm echter een onbalans in de samenwerking vanwege een herdefiniëring van de rollen van franchisegever en franchisenemer en het creëren van rechtsonzekerheid.



Het huidige wetsvoorstel, de Toelichting en de waarschijnlijk onderliggende NFC gaan uit van consolidatie, de markt vraagt om innovatie.

De aantasting van de contractsvrijheid leidt mogelijk tot verstoring van de huidige afspraken die Jumbo en haar ondernemers samen zijn overeengekomen.

De belemmering van het merkgebruik door de franchisegever, de concurrentiebeperking en de verstoring ten opzichte van de huidige afspraken en overlegstructuur tussen Jumbo en haar ondernemers, specifiek ten aanzien van strategische besluiten, innovaties en doorontwikkeling van de formule, die deze wetgeving met zich mee kan brengen, zien wij als een groot risico voor de benodigde slagkracht van de Jumbo formule en het ondernemerschap en is niet in het belang van haar ondernemers.

Het wetsvoorstel zou op verschillende aspecten moeten worden aangepast om alleen al in lijn te komen met bestaande wet- en regelgeving en bestendige jurisprudentie.

## Vervolg

21. Jumbo is van mening dat wetgeving te vroeg komt en pleit ervoor het traject van zelfregulering nog een kans te geven al dan niet met hulp van een mediator. Er zijn nog altijd gesprekken gaande tussen franchisegevers en franchisenemers die als gevolg van de ophanden zijnde wetgeving weinig ruimte bieden. Partijen zouden de gelegenheid dienen te krijgen om aan een breed gedragen gedragscode te werken. Op basis daarvan zou het vervolg moeten zijn: òf verder gaan met een gedragscode die op basis van vrijwilligheid kan worden toegepast en waarvoor veel draagkracht is onder zowel franchisegevers als franchisenemers, òf er dient op een democratische en objectieve wijze franchisewetgeving te worden vastgesteld met name gericht op de precontractuele fase, zonder een gedragscode als basis.

Met vriendelijke groet,  
Jumbo Supermarkten B.V.

J.A. Heuving