

waar het kan biologisch. Al deze ingrediënten worden iedere morgen in alle vroegte bij alle vestigingen aangeleverd. Hierdoor werkt La Place iedere dag met de meest verse ingrediënten.

3. La Place werkt met verschillende formules waarmee wij aan de uiteenlopende behoeftes van onze gasten kunnen voldoen. Zo serveren wij onder andere warme maaltijden, salades, soepen, sandwiches, taartjes, koffie, verse sappen en smoothies. La Place is aanwezig in binnensteden, winkelcentra, op retail- en leisureparken en op reislocaties. La Place is continue in ontwikkeling en is altijd op zoek naar uitbreidingsmogelijkheden, in en buiten Nederland. Zo heeft La Place door de overname van de voormalige AC restaurants een prominente plaats ingenomen langs de snelwegen in Nederland. Verder is La Place gevestigd op 13 locaties wereldwijd, waaronder in Parijs, Madrid, Toronto, Bali, Londen, New York en San Francisco.
4. Onze klanten hebben ons voor onze inspanningen beloond. Zo is La Place winnaar geworden van de Foodservice Award 2018 voor de categorieën 'Restaurant' en 'Onderweg' en La Place is door De Sustainable Brand Index in 2018 uitgeroepen tot 'Duurzaamste Restaurant van Nederland'.

La Place en Franchise

5. La Place heeft 101 vestigingen waarvan 21 in franchise. Acht franchisevestigingen zijn in Nederland gelegen. Deze Nederlandse franchisevestigingen zitten op Schiphol, Eindhoven Airport en op NS stations. De overige 13 franchisenemers bevinden zich in het buitenland. La Place franchiselocaties bevinden zich op high traffic travel locaties, met name op vliegvelden en treinstations. In dit kanaal zit ook de (internationale) groei met franchisepartners. Vanuit dit oogpunt werkt La Place op dit moment uitsluitend met franchisepartners die ervaren (multibrand) food operators zijn. Dit zijn bedrijven die feitelijk de concessies op onderhavige locaties (kunnen) bemachtigen. Deze concessies worden namelijk meestal getenderd waarbij meerdere horeca units op bijvoorbeeld het vliegveld in één pakket gebundeld worden aangeboden. Individuele formules kunnen op deze pakketten niet meedoen omdat zij zelfstandig geen invulling kunnen geven aan dit pakket.

Aannames en achtergronden wetvoorstel/toelichting

6. Het wetsvoorstel gaat uit van een "machtspositie" van de franchisegever en bescherming van de franchisenemer. Dit gehanteerde uitgangspunt doet geen recht aan die situatie waarin een franchisegever afhankelijk is van de franchisenemer voor een vestigingspunt. In het geval van horeca is dit vaak aan de orde en zeker bij de dynamische wereld van de franchisenemers van La Place op deze specifieke travel locaties. La Place vraagt de wetgever om franchise met een breder blikveld te benaderen. De wet moet voor alle branches die gebruik maken van het franchisesamenwerkingsmodel toepasbaar zijn. De wet doet hiermee in het geheel geen recht aan de grote diversiteit in franchise.

7. La Place is ook bezorgd over de negatieve insteek van met name de Memorie van Toelichting, de Bedrijfseffectentoets (BET) en het Integraal Afwegingskader (IAK) in het bijzonder. Het taalgebruik getuigt van een negatief beeld over franchisegevers en franchise in zijn algemeenheid. Termen als *“in de fuik belanden”*, *“frauduleuze en misleidende handelspraktijken”*, *“het verzet tegen de gedragscode”*, *“schadelijke gevolgen van onevenwichtigheid”*, *“onevenredig nastreven van hun belangen”* en *“intrinsieke onevenwichtigheid”* duiden op een subjectieve benadering die je van de wetgever niet zou verwachten. Deze negatieve uitlatingen passen ook niet bij franchise en zeker niet bij franchise op de manier zoals La Place dit invult.

8. 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. Het negatieve beeld over franchise lijkt met name gebaseerd te zijn op gesprekken van het Ministerie van Economische Zaken met ‘betrokkenen en hun adviseurs’. Hierbij wordt geen enkele openheid gegeven welke betrokkenen en adviseurs dit zijn, welke organisaties zij vertegenwoordigen, wat de aard is van de geconstateerde klachten c.q. misstanden is zodat er ten aanzien hiervan geen weerwoord kan worden gegeven. Er wordt veelal op incidenten in een beperkt aantal formules gereageerd. De Toelichting en het IAK geven geen enkele objectieve rechtvaardiging voor wetgeving die zo ver treedt in de rechtsverhouding tussen franchisegever en franchisenemers.

9. La Place exploiteert haar restaurants in Nederland merendeels zelf als filialen maar maakt zo gezegd met name internationaal gebruik van het franchisemodel. In Nederland is er sprake van franchise op vliegvelden (Schiphol en Eindhoven Airport) en NS stations. De franchiselocaties zijn vaak via een tender vanuit bijvoorbeeld de vliegveldorganisatie of spoorwegorganisatie in handen van grote internationale spelers die de meeste horecaconcepten op een vliegveld invullen. Deze partijen hebben een monopoliepositie ten aanzien van de locatie. Een goed voorbeeld daarvan is de horecaexploitant op Schiphol, HMSHost. Onze franchisenemers van Nederlandse locaties zijn terug te vinden in de top 10 van Ranglijst Horeca Top 100 2018. Dit is een overzicht van de grootste horecabedrijven van Nederland. (<https://www.missethoreca.nl/horeca/artikel/2018/05/ranglijst-horeca-top-100-2018-de-grootste-horecabedrijven-van-nederland-101304822>).

10. HMSHost zegt het volgende over zichzelf:

“HMSHost is part of Autogrill S.p.A. – the world’s largest provider of food and beverage services for travelers. Along with the rest of the Autogrill Group, we are recognized industry

leaders who create innovative dining locations at airports and on motorways worldwide. With more than 41,000 associates worldwide and annual sales of nearly \$3.3 billion, we use our experience and global reach to offer travelers an unparalleled blend of local, regional, and international brands.”

11. La Place Franchisenemers in het buitenland zijn onder andere SSP, Areas Worldwide en Compass Group. Dat zijn allen grote wereldwijde spelers.
12. SSP heeft naar eigen zeggen een jaaronzet van £2.564,9 miljard, beschikt over meer dan 500+ voedsel en drankenmerken, bedient dagelijks meer dan, 1.500.000 klanten, beschikt over 37.000 werknemers, is actief in meer dan 33 landen en heeft 24 kantoren in 24 landen wereldwijd.
13. Areas Worlwide heeft naar eigen zeggen een jaaronzet van €1.832 miljoen en 340 miljoen klanten per jaar, 23.000 werknemers, is actief in 13 landen en is de 3^e grootste speler wereldwijd op het gebied van horeca in reis- en retaillocaties.
14. Compass Group heeft naar eigen zeggen een jaaronzet van £ 23.236 miljoen, opereert in 50 landen, op 55.000 locaties en heeft 600.000 mensen in dienst. .
15. La Place is ten opzichte van deze internationale organisaties een véél kleinere (met name lokale) speler en kan geen cijfers aanleveren ten aanzien van de locatie, historie e.d. Dat is nou juist de reden waarom La Place samenwerkt met een lokale partner, nu deze wel beschikt over deze informatie! Daarnaast is de concurrentie hoog en kan van een formule die in de ogen van een franchisenemer niet voldoende rendeert, zonder pardon afscheid genomen worden. Vaak is dit aanleiding voor franchisenemers om een zeer lage - niet in het handelsverkeer gebruikelijke - franchisevergoeding te vragen of verregaande exclusiviteit te bedingen. Als franchisegever moet je continu de meerwaarde van je formule bewijzen. La Place gaat deze uitdaging graag aan maar dat wordt een stuk lastiger als een franchisegever belemmerd wordt in haar bedrijfsvoering door Nederlandse wetgeving. Wetgeving waarvan wij uit eigen ervaring weten dat die veel verder gaat dan in andere landen waar wij franchiseovereenkomsten aangaan. Internationaal gezien is deze wetgeving een vreemde eend in de bijt. Wij vrezen dat de wetgeving zoals deze nu voorligt afschrikwekkend werkt voor buitenlandse formules die de Nederlandse markt willen betreden
16. De grootste bezwaren die La Place heeft tegen het wetsvoorstel zijn het volgende:
Het wetsvoorstel gaat – ten onrechte - uit van de franchisegever als machtige “bovenliggende” partij.
17. Bij La Place is de franchisegever aantoonbaar de veel “zwakkere” partij, ten opzichte van zeer professionele grote – vaak internationale – spelers. Vergelijk ook de voorgaande alinea’s 9 tot en met 14.

18. Dit alles betekent dat wettelijke bescherming in het geval van La Place volstrekt misplaatst is. La Place is dan ook van mening dat grote professionele bedrijven uitgezonderd dienen te worden van wettelijke bescherming.

De kennelijke verplichting tot het betalen van goodwill (artikel 919 lid 1)

19. Er wordt in het wetsvoorstel vanuit gegaan dat er standaard goodwill zit in de franchiseonderneming, die vergoed zou moeten worden door de franchisegever “bij beëindiging” van de franchiseovereenkomst. Er wordt hierbij geen enkel voorbehoud gemaakt in het geval de franchisenemer de relatie beëindigt, anders dan bijvoorbeeld het geval is bij de agentuurovereenkomst en ook bij de arbeidsovereenkomst. Verder staat er in de concept wet geen voorwaarde dat bij het betalen van goodwill de franchiseonderneming overgenomen wordt door de franchisegever. In theorie zou er dus een goodwillvergoeding betaald kunnen worden, terwijl de franchisenemer de onderneming – weliswaar onder een andere naam of formule – voortzet.
20. In theorie is het volgens het huidige wetsvoorstel denkbaar dat een franchisenemer aanspraak kan maken op een goodwillvergoeding terwijl hij zelf de overeenkomst heeft beëindigd of niet heeft verlengd en ook als de franchisegever de overeenkomst heeft beëindigd wegens wanprestatie door de franchisenemer. Verder kan een franchisenemer mogelijk aanspraak maken op een goodwillvergoeding terwijl de franchisegever geen enkel (toekomstig) voordeel geniet van de franchiseonderneming, bijvoorbeeld omdat de locatie van de franchisenemer blijft. Een franchisegever die goodwill betaalt moet ook in de gelegenheid worden gesteld om de goodwill op die locatie terug te verdienen. Goodwill is ten slotte de betaling voor een toekomstige verzilvering van te verwachten rendement
21. In het geval van La Place wordt er geen goodwillvergoeding betaald omdat La Place bij beëindiging van de franchiseovereenkomst niet de gelegenheid heeft om op die locatie de exploitatie voort te zetten. Die zijn immers in handen van haar franchisenemers. Met dergelijke situaties, die veel aan de orde zijn in de horecabranche, is geen rekening gehouden in het wetsvoorstel en La Place heeft hiertegen grote, gefundeerde bezwaren.

De kennelijke verplichting tot het verstrekken van prognoses (artikel 915 sub b).

22. La Place juicht het toe dat voorafgaand aan het aangaan van de franchiserelatie informatie over de formule wordt gedeeld. Maar die informatie moet wel redelijkerwijs voorhanden zijn. Een groot bezwaar dat La Place heeft is dat in artikel 915 sub b in feite een prognoseverplichting wordt opgelegd.
23. Zoals hiervoor beschreven wordt de formule van La Place enerzijds gebruikt voor activiteiten in Nederland, met zeer grote machtige en kapitaalkrachtige ondernemingen die La Place

vestigingen exploiteren op luchthavens en NS stations. In het buitenland werkt La Place met diverse, zéér grote en professionele franchisepartners. In alle hiervoor geschetste situaties zijn het de franchisepartners die veel beter in staat zijn de lokale marktomstandigheden en (toekomstige) ontwikkelingen te overzien en zelf prognoses te maken. Het ligt absoluut niet voor de hand om La Place de verplichting op te leggen om prognoses te verstrekken. Ook ontbreekt bij La Place inzicht in de historische informatie over dergelijke locaties.

24. Voorgaande bezwaren zouden kunnen worden ondervangen door het toevoegen aan sub b van “uitsluitend voor zover de franchisegever beschikt over deze informatie”. Indien de informatie bij de franchisegever niet voorhanden is kan zij immers moeilijk worden verplicht die informatie wel te verstrekken.

Instemmingsrechten belemmeren innovatie (artikelen 919 lid 4 en 920)

25. Het huidige wetsvoorstel geeft franchisenemers een instemmingsrecht (i) voor wijzigingen in de franchiseovereenkomst (919 lid 4); en (ii) voor handelingen van de franchisegever betreffende de franchiseformule of tot het ontwikkelen en exploiteren van een afgeleide formule (920), die “*aanzienlijke gevolgen heeft of kan hebben voor de exploitatie van de franchiseformule door de franchisenemer*”. Deze instemmingsrechten kunnen franchisegevers belemmeren om de formule te innoveren of nieuwe initiatieven te ontplooiën naast de formule (al dan niet middels een ‘afgeleide formule’). Aangezien dit de franchisegever extreem beperkt in de zeggenschap over haar eigen bedrijf, zou je denken dat “aanzienlijke gevolgen” zeer restrictief wordt uitgelegd en beperkt blijft tot beperkte gevallen. Dat is niet het geval. Door met een open norm van “*aanzienlijk gevolgen*” te werken is dit criterium zeer subjectief en dit werkt rechtsonzekerheid in de hand.
26. In de Toelichting wordt aangegeven dat franchisegever en franchisenemer in de franchiseovereenkomst kunnen opnemen wat zij zien als “aanzienlijke gevolgen”, om onzekerheden hierover zoveel mogelijk te voorkomen. Nergens staat dat partijen dit met elkaar – bindend – kunnen afspreken.
27. Deze verregaande instemmingsrechten zijn tegenstrijdig aan franchise. Immers één van de kerntaken van de franchisegever is om de formule te bewaken en verder te ontwikkelen. Het bedrijf van franchisegever kan volledig lamgelegd worden aan de hand van deze beperkingen. Het collectief van franchisepartners is gebaat bij een franchisegever die haar formule innoveert en doorontwikkeld. La Place test voortdurend nieuwe formats en elementen in haar filialen, accepteert daarbij de aanloopverliezen en faalkosten en kan de succesvolle elementen vervolgens uitrollen naar haar franchisepartners. Als dit innovatieproces wordt geremd als gevolg van deze wet, dan gaat dit ten koste van de duurzaamheid van het bedrijfsmodel van La Place.

28. La Place heeft grote moeite met de verregaande instemmingsrechten ten aanzien van de afgeleide formule. De internationale franchisenemers die zich wereldwijd op monopolieposities bevinden zouden mogelijk het Nederlandse filiaal bedrijf van La Place als afgeleide formule kunnen aanmerken en kunnen van mening zijn dat zij zich direct met de bedrijfsvoering van La Place mogen bemoeien. Het is ook een illusie om te denken dat deze wereldwijd opererende franchisenemers zich gaan verenigen en een overlegstructuur gaan opzetten. Men is elkaars grootste concurrent. La Place ziet zich met een onwerkbare situatie geconfronteerd.
29. La Place vraagt de wetgever om franchise met een breder blikveld te benaderen. Voor internationale spelers of spelers met internationale franchisenemers is de wetgeving in haar huidige vorm niet toepasbaar. Nederland zet zich hiermee internationaal gezien buitenspel voor franchise.
30. De voorgestelde instemmingsregeling in artikel 920 is voorts onnodig beperkend en staat op gespannen voet met het Europees recht (vrij verkeer van goederen en diensten) en het Europees en Nederlands mededingingsrecht. Immers, de voorgestelde regeling kan de ontwikkeling van nieuwe activiteiten door de franchisegever aanzienlijk en zonder rechtvaardiging beperken. Met name omdat franchisenemers zonder gegronde reden de instemming kunnen weigeren en op basis van geheel eigen motieven. Daarnaast beperkt het voorstel de mededinging aanzienlijk indien instemming wordt geweigerd omdat franchisenemers simpelweg geen enkele vorm van potentiële concurrentie wensen. Er is voorts een aanzienlijk risico dat, om instemming te verkrijgen, de franchisegever bereid is de geplande ontwikkeling van activiteiten aan te passen en daarover afspraken te maken met de franchisenemer die in strijd zijn met het mededingingsrecht.

Delen van handboeken en data met aspirant franchisenemers (artikel 913 lid 2)

31. In dit artikel staat de verplichting opgenomen om de (aspirant) franchisenemer alle informatie, waaronder het handboek, te verstrekken op een duurzame gegevensdrager. In de Toelichting wordt aangegeven dat inzage niet voldoende is. Hiermee worden de rechten van franchisegevers evenwel beschadigd nu hiermee zeer gevoelige bedrijfsinformatie op straat kan komen te liggen. Dit zou inhouden dat bijvoorbeeld alle recepten van La Place volkomen onbeschermd worden terwijl dit een onderdeel vormt van onze knowhow. Dergelijke informatie is niet nodig om de afweging te maken of je een formule wenst te gaan exploiteren. Een aspirant franchisenemer kan binnen 30 dagen zonder opgaaf van redenen afzien van een franchiserelatie en met alle (concurrentiegevoelige) kennis en informatie aanwenden om zelf een formule op te zetten. Veel van onze franchisenemers hebben naast concurrerende franchisemerken ook eigen horecaconcepten. Het is de vraag of dit wel voldoende doordacht is en La Place verzoekt hier dan ook uitdrukkelijk aandacht aan te besteden.

32. De Wet Bescherming Bedrijfsgeheimen is sinds 17 oktober 2018 van kracht (de **Wet**). Het doel van deze Wet is bedrijfsgeheimen wettelijk te beschermen. De nieuwe Wet implementeert de Europese Richtlijn ten aanzien van de bescherming van niet-openbaar gemaakte knowhow en bedrijfsinformatie, oftewel bedrijfsgeheimen. De Wet geeft aan wat er onder een bedrijfsgeheim wordt verstaan, tegen welke inbreuken op een bedrijfsgeheim kan worden opgetreden en welke maatregelen en procedures er gelden. Wij missen een koppeling tussen deze – belangrijke! – Wet en de definitie van knowhow in het wetsvoorstel franchise. De knowhow van een franchisegever bestaat voor een groot deel uit zeer vertrouwelijke en waardevolle bedrijfsgeheimen, die onder de werking van de Wet valt. De verplichting om knowhow (en dus bedrijfsgeheimen) over te moeten dragen aan iedere aspirant franchisegever staat haaks op de doelstellingen van de Wet en de hieraan ten grondslag liggende Europese richtlijn. Wij vinden dat het wetsvoorstel moet verduidelijken dat knowhow kwalificeert als bedrijfsgeheim waarvoor een franchisegever maatregelen kan treffen om dit geheim te houden.

Nadere regels bij AMvB (artikel 917)

33. Een ander groot bezwaar dat La Place heeft is dat er voor bepaalde informatieverplichtingen wordt aangegeven in dit artikel dat deze nader uitgewerkt kunnen worden bij een nader te nemen besluit (AMvB), die niet onderworpen zal zijn aan een parlementaire toetsing. Hiervoor gelden de in het eerdere consultatieproces naar voren gebrachte bezwaren door diverse bedrijven en adviseurs, waaronder het gebrek aan parlementaire toetsing en democratisch en transparant totstandkomingsproces, waarnaar La Place expliciet verwijst.
34. La Place is er een voorstander van dat de franchisewet een limitatief en uitputtend overzicht zal geven van realistische (informatie)verplichtingen. Alleen dan weten partijen waar zij aan toe zijn en kunnen zij hun bedrijfsvoering hierop inrichten. Dit voorkomt rechtsonzekerheid en verdergaande regeldruk. Een regeldruk die ondanks de belofte van de kabinetten Rutte om de regeldruk te vermindern, de afgelopen kabinetsperioden met 11%¹ is toegenomen.

Een geheel dwingendrechtelijk wettelijk regime

35. Het is vreemd dat deze wet geheel als dwingend wordt aangemerkt. Met name het deel na de precontractuele informatieverplichting grijpt diep in de bedrijfsvoering en gaat veel verder dan kaders scheppen. Dat is in B2B een erg ongebruikelijke gang van zaken. Ondernemers onderling moeten een grote mate van vrijheid in samenwerking behouden en zeker hele grote spelers hebben deze verre gaande bescherming niet nodig. In het geval van La Place zou het betekenen dat de grotere professionele partijen, met de sterkere onderhandelingspositie, op basis

¹ <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2019/01/21/kamerbrief-recente-cijfers-over-geldende-wet-en-regelgeving/kamerbrief-recente-cijfers-over-geldende-wet-en-regelgeving.pdf> en <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2019/01/21/cijferoverzicht>

van de wet een nog veel sterkere positie zou verkrijgen. Hiermee zou de wet tot zeer onwenselijke situaties en gevolgen leiden, die op geen enkele manier te rechtvaardigen zijn.

36. Ook internationaal gezien is deze verregaande vorm van ingrijpen tussen twee ondernemingen zeer afwijkend. Als deze wet ongewijzigd zou worden ingevoerd heeft Nederland zeer afwijkende wetgeving ten opzichte van de rest van de wereld. Buitenlandse franchisegevers zullen afschrikt worden door dergelijke verregaande dwingendrechtelijke wetgeving.

Overige suggesties voor verduidelijking en verbetering

Artikel 911: Definities

37. Er is geen duidelijke definitie van wat er onder franchise wordt verstaan. Dat kan onduidelijkheid in de hand werken. Wij zouden graag de volgende definitie van franchise toegevoegd zien:

“Franchise is een systeem voor de afzet van goederen of diensten, gebaseerd op een hechte en voortdurende samenwerking tussen juridisch en financieel zelfstandige en onafhankelijke ondernemingen: de franchisegever en zijn individuele franchisenemer(s). De franchisegever verleent daarbij aan individuele franchisenemers het recht en legt hen de verplichting op om een bedrijf te exploiteren volgens het concept van de franchisegever.”

38. In de definitie van franchiseformule, onder het onderdeel ‘knowhow’ (sub a lid 2) dient er een duidelijke koppeling gemaakt te worden met de recentelijk ingevoerde wet bescherming bedrijfsgeheimen (zie hiervoor onder nr’s 31 en 32). Immers dit betreft zeer gevoelige en vertrouwelijke bedrijfsinformatie die onder de werking van deze wet valt.
39. Bij de definitie van ‘handboek’ (sub g) dient nog te worden verduidelijkt dat dit een dynamisch document is dat voortdurend aan verandering onderhevig is.
40. Bij de definitie van duurzame gegevensdrager (sub h) wordt in de Toelichting verwezen naar het consumentenrecht, dat lijkt ons voor deze ondernemersverhoudingen niet relevant. Verder gaat dit voorbij aan het feit dat in de praktijk veelal wordt gewerkt met intranet en inlogcodes. Het gaat om een ongelofelijk grote hoeveelheid documenten, operationele handleidingen etc.

Artikel 915

41. In lid 2, sub f, 2e lid staat dat de franchisegever voorafgaand aan het sluiten van de franchiseovereenkomst aan de (aspirant) franchisenemer informatie dient te verstrekken over:

“de mate waarin en wijze waarop de franchisegever, al dan niet via een afgeleide formule, in concurrentie kan treden met de franchisenemer.”

42. Dit is een behoorlijk ruime beschrijving van waarover de franchisegever de (aspirant) franchisenemer dient te informeren, terwijl de activiteiten die eventueel zullen plaatsvinden in de toekomst gelegen zijn. Is een algemene beschrijving hier afdoende of is het de gedachte dat hier in detail alle toekomstige activiteiten beschreven gaan worden? Dat laatste is namelijk onmogelijk, ook als eventuele plannen zich in een verkennende fase bevinden en nog zeer vertrouwelijk zijn. Wat La Place betreft zou dit beperkt moeten blijven tot wat op dat moment redelijkerwijs bekend is en wat La Place vrij staat om te delen gezien met derden overeengekomen geheimhoudingsbedingen e.d.
43. Er lijkt een tegenstelling te staan in artikel 915 lid 2 sub f onder 4 en de Toelichting bij dit artikel. Gaat het nu om de “onderbouwing van beslissingen van de franchisegever die aanzienlijke financiële gevolgen kunnen hebben voor de franchisenemer.” (tekst van het artikel) of om de mogelijkheid dat de franchisenemer kan toetsen of kosten of investeringen op goede gronden en in de juiste mate bij hem worden neergelegd (tekst van de Toelichting, pagina 26 onderaan)? Dat laatste geval zou wat La Place betreft geen probleem zijn want zo werkt zij al, maar in het artikel staat echt wat anders. Met de tekst in het artikel heeft La Place wel moeite, met name nu onduidelijk is hoe ver die onderbouwing dient te gaan. Dit kan namelijk, net zoals de eerder genoemde vetorechten, stagnerend werken en impact hebben op de innovatiemogelijkheden door de franchisegever.

Artikel 916

44. In artikel 916 lid 2 zit een disbalans tussen de verplichting voor de franchisegever en voor de franchisenemer. De Toelichting zegt namelijk op pagina 28 dat de het voornemen om bijvoorbeeld een afgeleide formule op te zetten tijdig moet worden gemeld bij de franchisenemer “zodat de franchisenemer de mogelijkheid krijgt om overleg te entameren als hij van mening is dat dit voornemen zijn belangen als franchisenemer in aanzienlijke mate raakt.” Hierin vallen twee dingen op, het is kennelijk (?) aan de franchisenemer om te bepalen wanneer iets hem in aanzienlijke mate raakt? Dat is allereerst zeer onwenselijk. En vervolgens kan hij overleg hierover aangaan. Bij hetzelfde artikel staat evenwel in de Toelichting over de rechten van de franchisegever “Dit kunnen omstandigheden zijn die wezenlijke invloed hebben op de exploitatie en waarvan de franchisegever kennis dient te hebben, ook al hebben partijen daarover geen afspraken gemaakt in de franchiseovereenkomst.”
45. Terwijl het artikel wederzijdse rechten en plichten lijkt te willen regelen, gaat de Toelichting uit van een heel ander principe; de franchisenemer mag overleg entameren en de franchisegever neemt er kennis van. La Place stelt voor dat in beide gevallen overleg zal plaatsvinden, waarbij partijen van te voren moeten kunnen afspreken (of zoals in het geval van La Place, hebben zij dit reeds afgesproken en vastgelegd) wat kwalificeert als aanzienlijke gevolgen waarover de ander dient te worden geïnformeerd.

46. Afgezien van deze disbalans in rechten en verplichtingen, is het de vraag waar de bescherming van de uniformiteit van de formule aan bod komt. Dat blijft volstrekt onderbelicht. Uniformiteit van de formule is cruciaal voor alle betrokkenen.

Artikel 919 lid 2

47. In het wetsvoorstel staat de verplichting voor de franchisegever om bij verplichte afname van goederen of diensten “in het handelsverkeer gebruikelijke voorwaarden” te laten gelden. In de MvT staat dat de berekende opslag – wat deel uit kan maken van de franchisevergoeding - in een redelijke verhouding moet staan tot de meerwaarde die de franchisegever voor de franchisenemer heeft. Dat is behoorlijk arbitrair. Veel van dit soort informatie, zoals het verdienmodel is niet openbaar, is vertrouwelijk en veelal concurrentiegevoelig. Verder is de ene formule of branche niet zomaar te vergelijken met de ander. Een benchmark zal onder deze omstandigheden zeer lastig worden. Hoe kan vervolgens bepaald worden wat een redelijke verhouding is en wat gebruikelijke voorwaarden zijn?

Concluderend, vervolg en concrete voorstellen

48. Franchise is een unieke vorm van samenwerking, gebaseerd op wederzijds vertrouwen, die voor La Place en haar franchisepartners tot succes leidt. Een succes dat onder andere tot uiting komt in de waardering van La Place’s klanten. Samen met haar franchisepartners combineert La Place optimaal de kracht van een centraal aangestuurde formule met het lokale ondernemerschap van haar franchisepartners op unieke locaties in de wereld.
49. Het huidige wetsvoorstel en de Toelichting, alhoewel een verbetering ten opzichte van het eerdere wetsvoorstel, brengen in hun huidige vorm echter nog steeds een onbalans in de samenwerking vanwege een herdefiniëring van de rollen van franchisegever en franchisenemer en het creëren van rechtsonzekerheid. Het huidige wetsvoorstel en de Toelichting gaan uit van consolidatie, terwijl de markt vraagt om innovatie.
50. Verder zou het erg voor de hand liggen om een onderscheid te maken tussen grote professionele franchisenemers (waarvoor beschermende wetgeving geen enkele rechtvaardiging kent) en kleine franchisenemers.
51. De belemmering van het merkgebruik door de franchisegever, de concurrentiebeperkingen en beperkingen 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 La Place formule en het ondernemerschap en is niet in het belang van haar franchisepartners.

52. Het wetsvoorstel past zoals toegelicht helemaal niet bij de franchiseformule van La Place aangezien de franchisenemers de machtiger partijen zijn, zeggenschap hebben over de locaties en de lokale marktomstandigheden veel beter kennen dan La Place. Daarom stelt La Place concreet het volgende voor, om het wetsvoorstel beter te laten aansluiten bij horeca franchiseconcepten:

- a. Grote franchisenemers uit te sluiten van de wettelijke bescherming, bijvoorbeeld als volgt:

“Deze titel is niet van toepassing voor:

(a) een franchisenemer die een rechtspersoon bedoeld in artikel 360 van Boek 2 is, die ten tijde van het sluiten van de overeenkomst laatstelijk zijn jaarrekening openbaar heeft gemaakt, of ten aanzien waarvan op dat tijdstip laatstelijk artikel 403 lid 1 van Boek 2 is toegepast;

(b) een franchisenemer op wie het onder a bepaalde niet van toepassing is, indien op voormeld tijdstip bij hem vijftig of meer personen werkzaam zijn of op dat tijdstip uit een opgave krachtens de Handelsregisterwet 2007 blijkt dat bij hem vijftig of meer personen werkzaam zijn.”

- b. Goodwill expliciet koppelen aan het overnemen van de exploitatie van een vestiging, waaruit substantiële voordelen voortvloeien;
- c. De instemmingsrechten niet wettelijk voor te schrijven, maar wel bevorderen dat partijen zelf afspraken kunnen maken met elkaar over eventuele advies- en instemmingsrechten;
- d. Prognoses niet verplicht te laten verstrekken door de franchisegever, doch alleen als een prognose voorhanden is;
- e. Duidelijk te bepalen dat knowhow van de franchisegever onder de werking valt van de Wet bescherming bedrijfsgeheimen voor zover het voldoet aan de hierin genoemde criteria en de franchisegever in de gelegenheid stellen om deze te beveiligen en het verspreiden hiervan te voorkomen. In dit kader zou alleen inzage in handboeken e.d. voldoende moeten zijn voor aspirant franchisenemers.
- f. Een uitputtend wettelijk regime en geen zaken nader regelen middels een AMvB;

g. Niet de hele wettelijke regeling van dwingend recht verklaren, maar de franchise titel bijvoorbeeld alleen voor de precontractuele fase (de artikelen 913, 914 en 915) of ten aanzien van specifieke bepalingen van dwingend recht te verklaren; en

53. Mogelijk kan het model zoals al ruim 10 jaar in België bestaat, te weten een (uitputtend) wettelijk regime ten aanzien van de precontractuele informatieverplichtingen, hierbij als leidraad dienen.
54. Verder verwijzen wij voor alternatieve wettekstvoorstellen naar de consultatiereactie van de Nederlandse Franchise Vereniging (NFV). Met deze wettekstvoorstellen wordt recht gedaan aan de belangen van beide partijen.

De vraag kan gesteld worden of wetgeving voor franchise wel echt nodig is en zo ja, of dit verder zou moeten gaan dan de precontractuele fase (hetgeen de bedoeling lijkt van de huidige regering op basis van het regeerakkoord). Het wetsvoorstel zou op zijn minst ten aanzien van verschillende aspecten moeten worden aangepast om toepasbaar te zijn in de bedrijfsvoering van La Place. Hiervoor hebben wij enkele zeer concrete suggesties gedaan. Wij hopen dat dit gaat leiden tot de benodigde aanpassingen in het concept wetsvoorstel aangezien wij anders tegen forse problemen zullen aanlopen in onze bedrijfsvoering.

Wij zijn graag bereid een nadere toelichting te geven ten aanzien van bovenstaand en om mee te werken aan een in de praktijk toepasbare en werkbare franchisewet.

Met vriendelijke groet,

La Place Food B.V.



Drs. A.L. (Ton) van Veen
Raad van Bestuur