

Bedrijfseffectentoets: wettelijke verankering gedragscode franchise

Algemeen

1. Heeft de ontwerpregelgeving naar verwachting bedrijfseffecten?

De voorgestelde wettelijke regeling verplicht tot het toepassen van de, nog per algemene maatregel van bestuur (AMvB) aan te wijzen, gedragscode, tenzij met een duidelijk en schriftelijk beding in de franchiseovereenkomst van die code wordt afgeweken en deugdelijk gemotiveerd wordt waarom die afwijking nodig is. Verder regelt deze wet de gevolgen indien dat niet gebeurt. De wettelijke regeling benoemt aspecten van franchising die in ieder geval in de aan te wijzen gedragscode aan bod moeten komen. Concrete verplichtingen zoals die neergelegd zijn in de aan te wijzen gedragscode, zijn in deze wettelijke regeling niet vervat. Dit maakt dat de bedrijfseffecten vooral voortvloeien uit de nog op te stellen AMvB, waarbij een concrete gedragscode geheel of gedeeltelijk wordt aangewezen en niet primair uit het wetsvoorstel als zodanig. De in het wetsvoorstel vervatte verplichting om de aan te wijzen gedragscode toe te passen, althans een afwijking daarvan deugdelijk te motiveren, kan niettemin op zichzelf gevolgen hebben voor de regeldruk voor zowel franchisegevers als franchisenemers. Dit varieert afhankelijk van de huidige interne organisatie van de franchiseformule en de wijze waarop de huidige overeenkomsten reeds in lijn zijn met de regels die in de wettelijke regeling zijn voorzien. Het doel van de regelgeving is om relatie tussen franchisegever en franchisenemer verder te professionaliseren en optimaliseren, wat uiteindelijk kan zorgen voor gezondere concurrentie.

2. Voor hoeveel bedrijven en welke categorieën bedrijven worden de bedrijfseffecten verwacht?

a. Welke branches worden geraakt?

Franchiseondernemingen in alle branches vallen onder de wettelijke regeling. In de praktijk bevinden deze zich hoofdzakelijk in de Detailhandel (food en non-food), Horeca, Zorg en Uitzendbranche.

b. Worden alle bedrijven in de betreffende branche(s) geraakt of een speciale groep(niet)?

Alleen franchisegevers en franchisenemers.

c. Hoeveel bedrijven ondervinden de effecten naar schatting?

Naar schatting ongeveer 750 franchisegevers en ongeveer 30.200 franchisenemers¹.

d. In hoeverre slaan de effecten neer bij het mkb (<250), microbedrijven (2-9) en zzp'ers?

Naar schatting 60% / 30% / 10%.

Regeldrukeffecten

3. Welke gevolgen heeft de ontwerpregelgeving voor de administratieve lasten (informatieverplichtingen aan de overheid) inclusief toezichtlasten van de betrokken bedrijven (stijgingen en dalingen)?

Er is geen sprake van informatieverplichtingen aan de overheid.

a. Beschrijf de informatieverplichtingen die worden ingevoerd of afgeschaft.

NVT

b. Motiveer waarom nieuwe informatieverplichtingen nodig zijn en of de minst belastende variant is gekozen (beschrijf indien mogelijk alternatieven).

NVT

¹ Bron: NFV en Rabobank.

<http://www.nfv.nl/userfiles/NFV%20Franchise%20statistiek%202016.pdf>

- c. *Maak per informatieverplichting een berekening van:*
X de corresponderende tijdsbelasting per handeling (schatting)
X het uurtarief
X de frequentie waarmee een bedrijf deze handeling moet doen
X het aantal bedrijven dat aan deze verplichting moet voldoen.
NVT
- d. *Maak een inschatting van de kosten die bedrijven zullen maken voor de inhuur van externe diensten om aan de informatieverplichtingen te voldoen.*
NVT
- e. *Saldeer de berekeningen naar een totaaleffect voor administratieve lasten. Maak onderscheid tussen jaarlijks terugkerende (structurele) lasten en eenmalige lasten.*
NVT
- f. *Specificeer voor het mkb, microbedrijven en zzp'ers.*
NVT

4. *Welke gevolgen heeft de ontwerpregelgeving voor de inhoudelijke nalevingskosten van de betrokken bedrijven (stijgingen en dalingen)?*

Het wetsvoorstel leidt in beginsel (namelijk voor zover niet gekozen wordt voor afwijking van de gedragscode – zie verderop het 'pas toe of leg uit' beginsel) tot toepassing van een gedragscode op basis waarvan zowel de franchisegever als franchisenemer gehouden zijn om onderling goede afspraken te maken over onder meer overleg en informatievoorziening en die na te komen. Er is sprake van informatieverplichtingen voor de franchisegever en de franchisenemer. In algemene zin zullen de inhoudelijke nalevingskosten per organisatie/bedrijf uiteenlopen. Dit is afhankelijk van de mate waarin nu feitelijk de principes en verplichtingen die in de aan te wijzen gedragscode (beoogd wordt de Nederlandse Franchise Code aan te wijzen) in acht worden genomen door franchisegevers en franchisenemers.

De verwachting is dat de toepassing van een gedragscode franchising bijdraagt aan het voorkomen van geschillen tussen franchisegevers en franchisenemers en daarmee op termijn zal leiden tot een daling in geschilkosten.

a. *Beschrijf de inhoudelijke verplichtingen die worden ingevoerd of afgeschaft.*

o **Precontractuele informatie**

Op basis van een, nog aan te wijzen, gedragscode franchising verstrekt de franchisegever de franchisenemer tijdig voorafgaand aan het sluiten van de franchiseovereenkomst de relevante informatie en documentatie om de franchisenemer in staat te stellen een geïnformeerd besluit te nemen over het al dan niet aangaan van die franchiseovereenkomst. In algemene zin is dit reeds een verplichting die voortvloeit uit het overeenkomstenrecht.

In het wetsvoorstel is aangegeven welke voorschriften een gedragscode moet bevatten om geheel of gedeeltelijk aangewezen te kunnen worden. Dat zijn in ieder geval voorschriften over de diverse soorten informatie die in ieder geval verstrekt zou moeten worden opdat de aspirant-franchisenemer tot een afgewogen beoordeling van het aanbod kan komen. Indien er bijvoorbeeld sprake is van een eerdere franchisevestiging dienen tevens goed gedocumenteerde historische gegevens te worden verstrekt over omzet- en resultaatgegevens. De code moet ook voorschriften bevatten omtrent werving en selectie. Dat brengt ook voor de franchisenemers een informatieverplichting mee. Deze strekt er bijvoorbeeld toe dat de franchisegever kan beoordelen of de aspirant-franchisenemer aan het door de franchisegevers gezochte profiel voldoet. Ook dit vloeit in algemene zin al voort uit het overeenkomstenrecht, maar is nu meer specifiek voor de franchiserelatie geduid.

o **Overeenkomsten**

Nieuwe franchisecontracten die na inwerkingtreding van de wet worden afgesloten zullen in lijn moeten zijn met de wettelijke franchiseregeling en de op basis daarvan nog aan te

wijzen gedragscode. De overeenkomst moet op grond van die gedragscode bijvoorbeeld nadrukkelijk ingaan op de te betalen vergoedingen, eventuele exclusiviteitsrechten en de wijze en het moment van teruggave van eigendommen bij beëindiging van de franchiseovereenkomst. Verder moeten afspraken worden vastgelegd over de omgang met (veranderende) feiten en omstandigheden gedurende de looptijd van de overeenkomst. Hierbij hoort ook een afspraak over voortijdige beëindiging en de gevolgen daarvan.

- **Overleg**

De aan te wijzen gedragscode zal op grond van het wetsvoorstel bepalingen moeten omvatten betreffende het overleg tussen franchisegever en franchisenemer en de wijze waarop dit overleg georganiseerd is. Gedurende de looptijd van de franchiseovereenkomst zal op basis van die gedragscode structureel overleg plaatsvinden tussen deze partijen. Dat kan in de vorm van individuele gesprekken tussen de franchisegever en de franchisenemer, maar ook tussen de franchisegever en een eventueel collectief van franchisenemers die dezelfde formule exploiteren. Een dergelijk collectief van franchisenemers kan ook de belangen van individuele franchisenemers behartigen in een overlegmodel met de franchisegever. Hiermee vervalt voor een individuele franchisenemer hoogstwaarschijnlijk een deel van de bilaterale gesprekken met de franchisegever. De winst in tijd van het vervallen van individuele gesprekken zal ongeveer gelijk zijn met de tijd die zal worden gestoken in de deelname aan het collectief. In diverse gevallen zal momenteel overigens al sprake zijn van een deugdelijke overlegstructuur en brengt de wettelijke regeling op dit punt feitelijk geen nieuwe handelingen ter naleving met zich mee.

- **Marktinformatie**

Het wetsvoorstel eist dat de aan te wijzen gedragscode tevens bepalingen omvat over de wijze waarop franchisegever en franchisenemer elkaar tijdens de looptijd van een contract informatie verstrekken over feiten en omstandigheden die van invloed kunnen zijn op de exploitatie van de franchiseformule. Die informatie is bij de meeste franchisegevers reeds aanwezig, maar wordt in de huidige situatie vaak niet beschikbaar gesteld voor franchisenemers. De wettelijke regeling beoogt hierin verandering aan te brengen.

In de toelichting bij de algemene maatregel van bestuur waarbij een concrete gedragscode wordt aangewezen met daarin de concrete verplichtingen voor franchisegevers en franchisenemers, zullen meer specifiek de regeldrukeffecten die samenhangen met de inhoud van die gedragscode nader worden beschreven. Bovenstaande inhoudelijke verplichtingen vormen echter wel al de kern van de gedragscode ten aanzien waarvan thans gehele of gedeeltelijke aanwijzing wordt beoogd: de NFC.

- b. *Motiveer waarom nieuwe inhoudelijke verplichtingen nodig zijn en of de minst belastende variant is gekozen (beschrijf indien mogelijk alternatieven)***

De relatie tussen franchisegever en franchisenemer is intrinsiek onevenwichtig. Met de toepassing van een gedragscode franchising wordt beoogd een gezonder en evenwichtiger speelveld binnen de franchisesector te realiseren.

Informatievoorziening is cruciaal om als aspirant franchisenemer een weloverwogen beslissing te kunnen nemen bij het aangaan van een langdurige samenwerkingsrelatie, die doorgaans volledig ingericht is naar het belang van de franchisegever. Franchisegevers beschikken over die informatie, maar het is niet altijd in het belang van de franchisegever om die informatie ook te delen. Dit heeft tot gevolg dat franchisenemers zich zonder voldoende besef van risico's en gevolgen verbinden in een voor hen soms nadelige knellende verbintenis.

De informatievoorziening is verder nodig om als franchisenemer en dus zelfstandig ondernemer op optimale wijze een onderneming te kunnen voeren door (pro)actief in te spelen op marktveranderingen. Belangrijke informatie wordt nu vaak (te lang) onzichtbaar gehouden voor de franchisenemer. Dit geldt eveneens voor de informatie die

beschikbaar zou moeten zijn voor de franchisenemersverenigingen die (in sommige gevallen) in een overlegmodel met de franchisegever ook de belangen behartigen van de individuele franchisenemers. Dat overlegmodel is nu vaak niet optimaal aanwezig, zodat franchisenemersverenigingen regelmatig worden geconfronteerd met besluiten van de franchisegever die de belangen van de individuele franchisenemers op substantiële wijze raken, zonder dat een evenwichtig overleg over het besluit en de gevolgen heeft plaatsgevonden.

Gelet op de hier geschetste belangen bij een goede informatievoorziening, wordt de wettelijke verankering van een gedragscode die deze informatievoorziening borgt, gezien als een belangrijke factor om de schadelijke gevolgen van het niet in balans zijn van de verhoudingen tussen franchisegever en franchisenemer daadwerkelijk terug te dringen. Het enkele bestaan van de gedragscode die aanzet tot transparantie en redelijk handelen van de franchisegever jegens de franchisenemer in het bijzonder, blijkt hiertoe onvoldoende. Het verzet tegen de gedragscode door bepaalde franchisegevers is onverkort aanwezig. Dit onderstreept de noodzaak tot wettelijke verankering van de gedragscode om de positie van de franchisenemer te versterken.

Omdat zowel de franchisegever als de franchisenemer worden gedwongen om te zorgen voor een deugdelijke (pre)contractuele informatievoorziening, zullen partijen hun verwachtingen en acties over en weer beter op elkaar kunnen afstemmen. Dit versterkt het vertrouwen in elkaar en optimaliseert de werking van de formule. Zowel franchisegevers als franchisenemers zullen hier baat bij hebben.

De genoemde informatieverplichtingen vormen overigens een uitwerking van de informatieplicht die in algemene zin ook voortvloeit uit het overeenkomstenrecht. Omdat het vaak moeilijk bleek voor franchisenemers om de zich voordoende onbillijke, bezwaarlijke situaties op basis van het tot op heden beschikbare civielrechtelijke instrumentarium aan te pakken, bleken meer specifieke franchisekaders noodzakelijk. De onderhavige wettelijke regeling voorziet hierin.

Daarbij is onderkend is dat niet alle bepalingen van de aan te wijzen gedragscode onverkort op alle franchiseformules in alle branches kunnen worden toegepast. Dit is geadresseerd door in de voorgestelde regeling expliciet het 'pas toe of leg uit' beginsel te hanteren, in plaats van de concrete verplichtingen zoals die in een gedragscode zijn vervat, in de wet zelf op te nemen. Op basis van dit principe vormt toepassing van de gedragsnormen weliswaar het uitgangspunt, maar kunnen partijen in voorkomende gevallen besluiten een of meer van deze normen buiten toepassing te laten of daarvan af te wijken. Dit zal zich vooral voordoen met betrekking tot gedragscodevoorschriften die feitelijk niet toepasbaar zijn in een concrete situatie.

- c. *Geef per nieuwe inhoudelijke verplichting aan op welke wijze(n) bedrijven naar verwachting zullen voldoen aan de nieuwe eisen.*
 - o **Precontractuele informatie**

Uit een recente studie² in opdracht van het Europees Parlement blijkt dat de precontractuele informatieverplichting relatief eenvoudig kan worden gerealiseerd. Deze precontractuele informatie kan gestandaardiseerd worden aangeleverd, hoeft maar eenmaal te worden opgesteld en hoeft enkel te worden aangepast bij een wijziging. De informatie is in de meeste gevallen aanwezig, het is dus een kwestie van organiseren en samenbrengen. Dit vergt naar verwachting slechts een beperkte investering.

² Dr Mark ABELL, Bird & Bird, 'Legal perspective of the regulatory framework and challenges for franchising in the EU', september 2016.
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/587317/IPOL_STU\(2016\)587317_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/587317/IPOL_STU(2016)587317_EN.pdf)

- **Overeenkomsten**

Nieuwe franchisecontracten die na inwerkingtreding van de wet worden afgesloten zullen in lijn moeten zijn met de wettelijke franchiseregeling en de op basis daarvan nog aan te wijzen franchisecode. Wat betreft de lopende franchiseovereenkomsten wordt op basis van het overgangsrecht in het wetsvoorstel aangehaakt bij natuurlijke momenten van verandering in de nu reeds bestaande franchiserelaties. In het geval de franchisegever of de franchisenemer de lopende franchiseovereenkomst tussentijds wil wijzigen, maar het niet om een in de overeenkomst voorziene eenzijdige wijziging gaat, moeten partijen met elkaar in overleg treden over de wijziging en zullen zij uiteindelijk een nieuwe franchiseovereenkomst moeten sluiten. Daarop is de wettelijke franchiseregeling direct van toepassing. Indien partijen na afloop van de contractperiode (doorgaans vijf jaar) besluiten de samenwerking voort te zetten, zullen zij een nieuwe overeenkomst aangaan, ook al komt een verlenging in de praktijk inhoudelijk vaak neer op een voortzetting van de lopende overeenkomst. Ook dan geldt dat partijen zullen moeten voldoen aan de nieuwe franchiseregeling. Afhankelijk van de inhoud van bestaande overeenkomsten vergt dit veel of weinig aanpassingen van die contracten. De eisen zijn niet wezenlijk nieuw in die zin dat ze ook al voortvloeien uit het overeenkomstenrecht, uit de toepassing van redelijkheid en billijkheid en uit de regelgeving omtrent acquisitiefraude. De code geeft hier een specifiek op franchise gerichte invulling aan.

- **Overleg**

Veelal zullen franchisegever en franchisenemer al afspraken hebben over wanneer en op welke wijze onderling overleg plaatsvindt. Ook zal er in diverse gevallen al een franchisenemersvertegenwoordiging bestaan die op basis van een bepaalde structuur overleg voert met de franchisegever. Dan hoeven partijen geen verdere acties te ondernemen om aan de inhoudelijke verplichting te voldoen. In de gevallen waarin nog niet sprake is van het hier bedoelde overleg, zullen partijen met inachtneming van de voorgestelde wettelijke franchiseregeling en de daaraan te verbinden gedragscode alsnog tot dergelijke afspraken moeten komen.

- **Marktinformatie**

In het kader van het hierboven besproken overleg zou nu reeds alle relevante informatie die voor de exploitatie van de franchiseformule van belang is, gewisseld moeten worden. In de gevallen waarin dit nog niet zo is, zullen partijen met inachtneming van de voorgestelde wettelijke franchiseregeling en de daaraan te verbinden gedragscode alsnog tot een dergelijke informatie-uitwisseling moeten zien te komen.

In aanvulling hierop wordt het volgende opgemerkt. Hierboven is het 'pas toe of leg uit' principe al uiteengezet. Toepassing van de gedragscode is het uitgangspunt, maar onder voorwaarden is er ruimte om af te wijken. Dit zal zich vooral voordoen met betrekking tot gedragscodevoorschriften die feitelijk niet toepasbaar zijn in een concrete situatie. Zo kan bijvoorbeeld een franchisegever die net begint met het opzetten van een keten en initieel slechts één franchisenemer heeft, nog niet voldoen aan de gedragscodeverplichting om een franchisenemersvereniging in het leven te roepen. Het buiten toepassing laten of afwijken van de gedragscode dient dan expliciet te worden overeengekomen en deugdelijk te worden onderbouwd op een voor de franchisenemer transparante wijze. De aspirant-franchisenemer moet uitleg krijgen die goed inzichtelijk maakt op welke onderdelen het aangeboden contract afwijkt van de gedragscode en waarom voor deze afwijking is gekozen. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van een bijlage die aan de overeenkomst is gehecht. Dit helpt de aspirant-franchisenemer bij het beoordelen van de aangeboden overeenkomst.

Een groot deel van de contractsbepalingen is gelijk in alle contracten die een franchisegever hanteert. Dit brengt mee dat een aanpassing in dit standaarddeel slechts eenmalig hoeft te worden doorgevoerd om vervolgens te worden toegepast in meerdere individuele overeenkomsten tussen een franchisegever en zijn franchisenemers. Dit beperkt de met de aanpassing gemoeide kosten.

d. *Beschrijf indien van toepassing de huidige normering.*

Een specifieke wettelijke (precontractuele) informatieplicht ontbreekt momenteel. Er zijn nu slechts de eisen van redelijkheid en billijkheid (zie met name de artikelen 6:2 en 6:248 BW) en (of, in voorkomend geval, in samenhang met) de algemene normen van de leerstukken van dwaling (art.6:228 BW), misbruik/bedrog (art. 3:44 BW) en de recent in werking getreden bepalingen met betrekking tot acquisitiefraude. Deze algemene normen leveren echter onvoldoende houvast in de meeste specifieke franchiserelaties.

Een contractuele tussentijdse informatieverplichting aan individuele franchisenemers bestaat meestal evenmin. Hooguit zijn er inspanningsverplichtingen afgesproken met de franchisenemersvereniging. Er zijn slechts een paar franchisegevers die dit naar een hoger en beter niveau getild hebben.

e. *Maak een inschatting van de (meer)kosten die bedrijven moeten maken om van de huidige normering naar de nieuwe normering over te gaan.*

f. *Saldeer de berekeningen naar een totaaleffect voor inhoudelijke nalevingskosten. Maak indien van toepassing onderscheid tussen eenmalige lasten en jaarlijks terugkerende lasten.*

g. *Specificeer voor het MKB, microbedrijven en zzp'ers.*

(e + f + g)

○ **(Precontractuele) informatie franchisegever**

Op basis van een, nog aan te wijzen, gedragscode franchising verstrekt de franchisegever de franchisenemer tijdig voorafgaand aan het sluiten van de betreffende overeenkomst al de relevante informatie en documentatie die nodig is om de franchisenemer in staat te stellen een geïnformeerd besluit te nemen over het al dan niet aangaan van een franchiseovereenkomst. In het wetsvoorstel is aangegeven welke soorten informatie het hier betreft. Indien er bijvoorbeeld sprake is van een eerdere franchisevestiging dienen tevens goed gedocumenteerde historische gegevens te worden verstrekt over omzet- en resultaatgegevens. De diverse gegevens zijn normaal gesproken volledig digitaal beschikbaar bij de franchisegevers ten behoeve van de jaarverslagen en daardoor gemakkelijk te genereren. Verder eist het wetsvoorstel dat de aan te wijzen gedragscode bepalingen omvat over de wijze waarop franchisegever en franchisenemer elkaar tijdens de looptijd van een contract informatie verstrekken over feiten en omstandigheden die van invloed kunnen zijn op de exploitatie van de franchiseformule.

Hoewel niet toegespitst op franchising, volgen deze informatieverplichtingen in de kern al uit bestaande regelgeving (zie onderdeel d). zodat de wettelijke regeling de facto niet leidt tot extra kosten.

○ **Nieuwe contracten franchisegever**

Enkele franchisegevers hebben inmiddels al ervaring opgedaan met het in lijn brengen van bestaande franchiseovereenkomsten met de NFC. De tijdsbesteding voor het in lijn brengen van een contract met de NFC bedroeg daarbij maximaal 8 uur. Bij het doorvoeren van aanpassingen in het standaarddeel van een overeenkomst wordt de tijdsbesteding ingeschat op ongeveer een half uur per aan te passen contract. Bij toepassing van een standaarduurtarief van € 37 worden de kosten ingeschat op €222.000,- voor de eerste aanpassing van het standaarddeel van het contract (750 contracten * 8 uur * €37) en daarnaast €558.700,- voor de individuele aanpassingen die vervolgens nog nodig zijn tussen franchisegevers en hun individuele franchisenemers (30.200 contracten * 0.5 uur * €37). Het aanpassen van alle franchiseovereenkomsten leidt dus tot eenmalige nalevingskosten voor de franchisegevers van in totaal €780.700.

De meerkosten voor het verplicht formuleren van een deugdelijke onderbouwing in het geval van de betreffende gedragscode wordt afgeweken, wordt ingeschat op (4 uur *

€37) €148,- per contract. Vooral nog is onduidelijk in hoeveel specifieke situaties franchisegevers er daadwerkelijk voor zullen kiezen om gemotiveerd af te wijken van de aan te wijzen gedragscode. De totale eenmalige nalevingskosten voor de franchisegever als gevolg van deze verplichting zijn dan ook niet goed vooraf in te schatten.

- **Nieuwe contracten franchisenemer**

De franchisenemer moet kennis nemen van de nieuwe overeenkomst, deze toetsen aan de gedragscode en eventuele gemotiveerde afwijkingen van de gedragscode beoordelen, alvorens te besluiten de nieuwe overeenkomst te sluiten. Het tijdsbeslag voor een franchisenemer voor het vernieuwen van een contract in relatie tot het van toepassing worden van de franchiseregeling wordt op basis hiervan ingeschat op gemiddeld 2 uur. De totale kosten voor de 30.200 franchisenemers bedragen $(30.200 * 2 * €37) €2.234.800$.

- **Markt informatie franchisegever en franchisenemer**

Op grond van het wetsvoorstel bevat de aan te wijzen gedragscode bepalingen over de wijze waarop franchisegever en franchisenemer elkaar tijdens de looptijd van een contract informatie verstrekken over feiten en omstandigheden die van invloed kunnen zijn op de exploitatie van de franchiseformule. Die informatie is bij de meeste franchisegevers reeds aanwezig, maar wordt in de huidige situatie vaak niet beschikbaar gesteld voor franchisenemers. De aanwezigheid van de informatie en daarmee de eenvoudige beschikbaarheid maakt dat de kosten voor de franchisegever laag zijn. De wijze van informeren is vormvrij. Op basis van bestaande regelgeving (zie onderdeel d) bestaat deze informatieverplichting in de kern al (al is deze regelgeving niet toegespitst op franchising), daarmee leidt het niet tot extra kosten.

- **Franchisenemersverenigingen**

Franchisenemersverenigingen behartigen ook de belangen van individuele franchisenemers in een overlegmodel met de franchisegever. Dit overlegmodel is nu vaak niet optimaal aanwezig, waardoor franchisenemers(verenigingen) regelmatig worden geconfronteerd met besluiten van de franchisegever die de belangen van de individuele franchisenemers op substantiële wijze raken, zonder dat een evenwichtig overleg over het besluit en de gevolgen heeft kunnen plaatsvinden. Wanneer het overlegmodel tussen franchisenemersvereniging en franchisegever goed functioneert, vervalt voor een individuele franchisenemer een deel van het individuele overleg met de franchisegever. De winst in tijd van het vervallen van het individuele gesprek zal ongeveer gelijk zijn met de tijd die zal worden gestoken in de deelname aan het collectief.

- **Structurele nalevingskosten**

Structurele nalevingskosten die voortvloeien uit de onderhavige wettelijke franchiseregeling doen zich voor indien wijzigingen worden doorgevoerd in de franchiseovereenkomst die afwijken van de gedragscode en aldus een motivering behoeven, of indien sprake is van een wijziging van feiten of omstandigheden die maken dat een gegeven motivering van een afwijking van de gedragscode niet langer houdbaar is. Een inschatting van de totale nalevingskosten als gevolg van het tussentijds wijzigen van contracten of omstandigheden is moeilijk te maken. Er zijn voornamelijk geen inschattingen of cijfers voorhanden over het aantal contracten dat jaarlijks wordt aangepast of vernieuwd, ook is onbekend welke inhoud deze hebben en hoe zij zich verhouden tot de aan te wijzen gedragscode.

5. *In het geval van implementatie van EU-regelgeving: is gekozen voor lastenluwe implementatie, zonder "nationale koppen" en met optimaal gebruik van "kan-bepalingen"?*

NVT

Overige bedrijfseffecten

6. *Welke andersoortige kosten en baten voor bedrijven, die niet onder regeldrukdefinities vallen, worden op grond van deze ontwerpregelgeving voorzien?*

De relatie tussen franchisegever en franchisenemer wordt verder geprofessionaliseerd en geoptimaliseerd. Dit kan aanzienlijke efficiencyvoordelen en daling van geschilkosten opleveren. Voor beide partijen vaak dure teleurstellingen zullen zich aanzienlijk minder vaak voordoen. Een veelvoorkomend voorbeeld is de failliete franchisenemer die zijn opgebouwde schuld aan de franchisegever niet meer terugbetaalt, terwijl achteraf duidelijk wordt dat beide partijen in redelijkheid eigenlijk nooit aan die relatie op die vestiging hadden moeten beginnen. Die lasten moet de franchisegever afschrijven, de franchisenemer blijft met schulden zitten en ook fiscale vorderingen blijven vaak onbetaald.

Toepassing van een aangewezen franchisecode zal een positief effect hebben op de omzet van franchisegevers en franchisenemers. Dit is tevens aannemelijk nu uit (onder 4c aangehaald) Europees onderzoek blijkt dat juist in landen die stevige regulering van franchisecontracten en/of precontractuele informatieplichten kennen, een relatief groot aandeel van het BBP door franchising wordt gegenereerd.

Innovatie-effecten

7. *Welke gevolgen heeft de ontwerpregelgeving voor het innovatiepotentieel van bedrijven? Hoe biedt - indien relevant en gewenst - de ontwerpregelgeving ruimte voor innovatieve producten, diensten, werkwijzen of verdienmodellen van bestaande spelers of mogelijke nieuwkomers, waarbij tegelijkertijd relevante publieke belangen geborgd worden c.q. blijven?*

Het beginsel 'pas toe of leg uit' geeft ondernemers voldoende ruimte. Door een verdere professionalisering in de relatie tussen franchisegever en franchisenemer (zie 6) zijn positieve innovatie-effecten te verwachten. Het merendeel van de innovaties binnen een franchiseorganisatie komt bewezen vanuit de praktijkervaring van de franchisenemers.

Het innovatiepotentieel van de franchisegever wordt vergroot door toepassing van een gedragscode. De franchisenemers die zijn franchiseformule exploiteren zitten dicht op 'de winkel' en zijn bekender met het gebied en de klant. Dit levert kennis en kunde op die voor een franchisegever cruciaal kunnen zijn. Die kennis en kunde zal bij toepassing van de gedragscode beter naar de franchisegever worden gecommuniceerd.

De versterking (of bevestiging) van de rol van de franchisenemersvereniging geeft franchisegevers tevens kansen om beter gebruik te maken van het innovatiekansen. Door een betere stroomlijning van de besluitvorming binnen de hele franchiseketen, wordt de besluitvorming sneller en effectiever. Dit is gunstig voor de innovatiekracht van de keten.

Markteffecten

8. *Wat zijn de gevolgen van de ontwerpregelgeving voor de werking van de markt?*
a. *Waarom wordt gekozen voor beleid dat aangrijpt bij de werking van de markt? Welk probleem ten aanzien van de werking van de markt wordt met het beleid opgelost?*

De markt kenmerkt zich door een onevenwichtigheid (in kennis, kunde, financiële middelen en andere elementen van macht) tussen partijen die door sommige franchisegevers in stand wordt gehouden, omdat dit de franchisegevers voordelen zou opleveren. De onevenwichtigheid kan voortbestaan door de afwezigheid van regelgeving die specifiek de franchisenemer beschermt en door de ruime beschikbaarheid van aspirant-franchisenemers. De franchisegever ervaart daardoor weinig tegenspel bij de onderhandeling over een contract. Aanwijzing en toepassing van de gedragscode zal ertoe leiden dat de franchisegever de franchisenemer van deugdelijke commerciële, operationele en logistieke ondersteuning moet voorzien. De code leidt daarmee ook tot een gelijk speelveld voor de franchisegevers. De franchisenemer zal zelf ook moeten investeren in het volgen van de door de franchisegever

geboden opleidingen. Hij zal zich als zelfstandig ondernemer ook sterk moeten maken voor een gezonde ontwikkeling van zijn franchiseonderneming en zijn bijdrage moeten leveren aan het onderhouden van de gemeenschappelijke identiteit en reputatie.

Door de verhoudingen tussen franchisegever en franchisenemer meer in balans te brengen zal franchising in brede zin gezonder en aantrekkelijker worden als bedrijfsmodel. Daarmee zou franchise haar werkelijke potentie gemakkelijker kunnen bereiken. Het franchisenemerschap zal noodzakelijkerwijs gaan bestaan uit sterkere ondernemers met een positief effect op bijvoorbeeld het winkellandschap.

- b.** *Beschrijf de huidige marktstructuur (vraagzijde én aanbodzijde van de markt). Hoe zal deze mogelijk veranderen na beleidswijziging? Is flankerend beleid benodigd (bijv. markttoezicht)?*

Door de wettelijke verankering van een gedragscode heeft de rechterlijke macht meer handvatten voor de beoordeling en beslechting van geschillen. Flankerend beleid zoals voorlichting door koepelorganisaties kan vertrouwen bij derde partijen als banken in franchise, franchisegevers en franchisenemers vergroten.

- c.** *Beschrijf het huidige gedrag van marktpartijen (vraagzijde én aanbodzijde). Hoe zal dit mogelijk veranderen na beleidswijziging? Is flankerend beleid benodigd (bijv. consumentenbeleid)?*

Het huidige gedrag is op hoofdlijnen beschreven in antwoord 4b. Door de intrinsieke onevenwichtigheid van de franchiserelatie ontstaan in de praktijk conflicten zoals beschreven in antwoord 8a.

Flankerend beleid zoals voorlichting door koepelorganisaties kan de groei van het wederzijds vertrouwen in franchise, de franchisegever en de franchisenemer versnellen.

- d.** *Hoe draagt de veranderde marktstructuur en/of gedragingen van marktpartijen bij aan de: kwaliteit (objectief gemeten, subjectief ervaren, keuzebreedte / differentiatie, leveringszekerheid), toegankelijkheid (beschikbaarheid, bereikbaarheid, betaalbaarheid) en doelmatigheid (statische en dynamische efficiëntie)?*

Een versterking van het franchisemodel in algemene zin zal zijn weerslag hebben op (financieel) gezondere franchiserelaties en betere verzorging van de consumentenmarkt.

- 9.** *Wat zijn de sociaaleconomische effecten van ontwerpregelgeving; met name de verwachte ontwikkelingen op werkgelegenheid en arbeidsvoorwaardenontwikkeling?*

Door een gezonde relatie tussen franchisegever en franchisenemer zal de franchisenemer eerder geneigd zijn om tot 'franchise' toe te treden. Dit betekent meer franchisenemers met meer personeel. De werkgelegenheid neemt toe. M.b.t. de arbeidsvoorwaardenontwikkeling zijn geen veranderingen te verwachten voor het personeel dat in dienst is van een franchisenemer, zij vallen in de regel binnen een CAO.