

INHOUDSTAFEL

VOORWOORD	11
INLEIDING	13
DEEL 1 - DE FRANCHISE – ALGEMEENHEDEN	17
1. WAT IS FRANCHISE?	17
A. Een commerciële formule gebaseerd op know-how	17
B. Ervaring doorheen de tijd	18
C. Waarvan de franchisegever eigenaar is.....	19
D. Een strikte en eerlijke samenwerking.....	20
E. De onafhankelijkheid van de partners.....	21
F. Een gedeelde winst.....	22
G. De zoektocht naar winst op lange termijn.....	23
H. De spelregels op voorhand vastgelegd.....	24
2. HOE BELANGRIJK IS FRANCHISE OP DE HANDELSMARKT?	26
3. IS DE FRANCHISE IN ALLE DOMEINEN TOE TE PASSEN? WELKE TYPES VAN FRANCHISE KUNNEN WE ONDSCHIEDEN?	28
3BIS. WELKE ZIJN DE VERSCHILLENDE SOORTEN FRANCHISE?	29
A. De drie soorten franchise	29
B. Andere criteria.....	31
4. WAT IS DE MASTERFRANCHISE?.....	36
5. IS DE FRANCHISE GERELEMENTEERD?	37
A. De nationale reglementering: de Verenigde Staten, Frankrijk, Spanje, Italië en België.....	37
B. Aangrenzende reglementering.....	40
C. Het concurrentierecht.....	46
6. WAARIN VERSCHILT HET FRANCHISECONTRACT VAN ANDERE DISTRIBUTIECONTRACTEN?.....	57
A. De verkoop via concessie.....	58
B. Het contract van selectieve distributie.....	58
C. Agentschapscontract.....	59
D. Arbeidsovereenkomst.....	60
E. Toetredingscontract.....	60
F. Vrije uitbating of huuruitbating	61
7. WAT ZIJN DE VOORDELEN VAN DE FRANCHISE?	63

A.	<i>Voor de franchisenemer</i>	63
B.	<i>Voor de franchisegever</i>	66
8.	WAT ZIJN DE VERPLICHTINGEN IN DE FRANCHISE?	69
A.	<i>Voor de franchisenemer</i>	69
B.	<i>Voor de franchisegever</i>	71
DEEL 2 - HET FRANCHISENETWERK		73
9.	FRANCHISEGEEVER, EEN VOLWAARDIG BEROEP?.....	73
A.	<i>Strateeg</i>	73
B.	<i>Creatief bedenker</i>	74
C.	<i>Organisator</i>	75
D.	<i>Manager zijn en samenhangigheid stimuleren binnen het netwerk</i>	76
E.	<i>Financierder, verantwoordelijk voor het voortbestaan van het netwerk</i>	77
F.	<i>Leverancier van de klant-franchisenemer</i>	78
10.	HOE EEN FRANCHISENETWERK ONTWIKKELEN?.....	79
A.	<i>Het ontwerp van het project</i>	80
B.	<i>Ervaring op het terrein</i>	83
C.	<i>Extrapolatie</i>	84
11.	HOE EEN FRANCHISENETWERK BEHEREN EN STIMULEREN?	85
A.	<i>Stipt toepassen van het concept</i>	85
B.	<i>Laat uw concept evolueren</i>	86
C.	<i>Het belang van de communicatie</i>	86
D.	<i>Spreek openlijk met uw franchisenemers</i>	87
E.	<i>Zorg ervoor dat men de stemming van het netwerk onder controle heeft</i>	88
F.	<i>Organiseer de opwaartse gang van de informatie</i>	89
G.	<i>Het overlegorgaan : een manier om formeler te communiceren</i>	89
H.	<i>Laat de franchisenemers deelnemen aan de evolutie van het concept</i>	90
I.	<i>Maak van bij de start de leden gewoon aan controle</i>	91
J.	<i>Organiseer jaarlijks een audit van uw netwerk</i>	92
K.	<i>Het respect voor zelfstandigheid blijft een feit in alle omstandigheden</i>	94
L.	<i>De eindbeslissingen moeten genomen worden door de zelfstandige</i>	94
M.	<i>Laat weten aan de franchisenemers wat je doet</i>	95
12.	HOE KAN DE FRANCHISEGEEVER ZIJN MERK EN ZIJN CONCEPT BESCHERMEN?	97

A.	<i>De merken</i>	98
B.	<i>Tekeningen of modellen</i>	100
C.	<i>De handelsnaam</i>	100
D.	<i>Patenten</i>	101
13.	MOET DE FRANCHISEGEVER BESCHIKKEN OVER EEN PILOOTVESTIGING?	103
A.	<i>Kan men in bepaalde gevallen beslissen om geen pilotproject op te zetten?</i>	104
B.	<i>Kan de eerste franchisenemer van een netwerk de functie vervullen van pilotvestiging voor het netwerk?</i>	104
14.	WAT IS DE BIJBEL OF DE HANDLEIDING?	106
A.	<i>De operationele handleiding: een essentieel en praktisch document</i>	106
B.	<i>Wat moet de operationele handleiding bevatten?</i>	107
C.	<i>De «Bijbel» van de franchise dient de permanente evolutie van het concept te vertalen</i>	108
15.	MAG EEN FRANCHISENEMER VERSCHIEDENE VERKOOPPUNTEN UITBATEN?	110

DEEL 3 - DE LANCERING VAN EEN FRANCHISE- EENHEID

16.	HOE EEN FRANCHISE KIEZEN?	113
A.	<i>De zelf-evaluatie</i>	113
B.	<i>De informatie</i>	117
17.	HOE EEN FRANCHISENEMER SELECTEREN?	127
A.	<i>Bepaling van het profiel dat overeenkomt met het concept</i>	127
B.	<i>De vijf sleutels van een goede rekrutering</i>	130
18.	IS DE ONDERTEKENING VAN EEN PRECONTRACT NOODZAKELIJK OF OPPORTUUN?	133
A.	<i>Wat gebeurt er met het betaalde bedrag indien het project wordt afgeblazen?</i>	134
B.	<i>Wat zegt de nieuwe wet hierover?</i>	135
19.	WAT ZIJN DE ADMINISTRATIEVE VERPLICHTINGEN DIE DE FRANCHISENEMER VOORAF MOET VERVULLEN?	136
A.	<i>De toegang tot het beroep</i>	137
B.	<i>De opening van een bankrekeningnummer</i>	139
C.	<i>De inschrijving bij de Kruispuntbank van Ondernemingen</i> ...	139
D.	<i>De inschrijving bij de B.T.W.</i>	140
E.	<i>De toetreding tot een sociaal verzekeringsfonds en een mutualiteit</i>	141

20.	WIE Kiest DE VESTIGINGSPLAATS EN WAT ZIJN DE DIVERSE COMMERCIELE MOGELIJKHEDEN?.....	142
A.	<i>Het belang van de vestigingsplaats</i>	142
B.	<i>Wie kiest de vestigingsplaats?</i>	142
C.	<i>Wie controleert de vestigingsplaats?</i>	145
21.	MOET DE FRANCHISENEMER EEN BASISOPLEIDING VOLGEN?.....	148
A.	<i>Het opleidingsplan</i>	149
B.	<i>Beroep doen op externe specialisten</i>	149
C.	<i>Geen improvisatie!</i>	150
D.	<i>De prioriteiten hiërarchisch indelen</i>	150
E.	<i>Geen goede opleiding zonder een goede omkadering</i>	151
F.	<i>Het peterschap, een kostbaar verbindingselement</i>	152
G.	<i>Kiezen voor een goed profiel!</i>	152
H.	<i>De concrete terreinervaring</i>	154
22.	WAT MET DE OPLEIDING NA DE OPENING EN TIJDENS DE HELE DUUR VAN DE SAMENWERKING?.....	155
A.	<i>Wie neemt de opleiding op zich?</i>	155
B.	<i>Wie organiseert de opleidingen?</i>	156
DEEL 4 - DE PRECONTRACTUELE INFORMATIE.....		157
23.	WAAROM EEN WET BETREFFENDE DE PRECONTRACTUELE INFORMATIE?.....	157
24.	WELKE CONTRACTEN VALLEN ONDER DE WET VAN 19 DECEMBER 2005?.....	162
25.	WELKE INFORMATIE MOET DE FRANCHISEGEEVER VERSCHAFFEN OVER ZICHZELF, OVER ZIJN NETWERK EN OVER ZIJN MARKTDOMEIN?.....	167
26.	WELKE INFORMATIE MOET DE FRANCHISEGEEVER VERSCHAFFEN OVER DE VESTIGINGSSITUATIE VAN DE TOEKOMSTIGE FRANCHISENEMER?.....	174
27.	WELKE INFORMATIE MOET DE FRANCHISEGEEVER VERSCHAFFEN INZAKE HET CONTRACT?.....	178
28.	WANNEER MOET DE PRECONTRACTUELE INFORMATIE WORDEN OVERHANDIGD?.....	183
29.	HOE ZIET DE PRECONTRACTUELE INFORMATIE ERUIT?.....	186
30.	WAT ZIJN DE SANCTIES INDIEN DE WET NIET WORDT GERESPECTEERD?.....	187
31.	IS DE WET VAN TOEPASSING OP DE LOPENDE CONTRACTEN EN OP DE CONTRACTEN DIE WORDEN HERNIEUWD?.....	191

32.	IS DE WET VAN TOEPASSING INDIEN HET CONTRACT ONDERWORPEN IS AAN HET BUITENLANDSE RECHT?.....	193
DEEL 5 - HET FINANCIËLE ASPECT VAN DE FRANCHISE.....		195
33.	MOET DE FRANCHISENEMER INSTAPRECHT EN ROYALTY'S BETALEN?	195
A.	<i>Het instaprecht</i>	195
B.	<i>De royalty's</i>	197
34.	MOET DE FRANCHISENEMER BIJDAGEN IN DE KOSTEN VOOR PUBLICITEIT?.....	200
35.	MOET DE FRANCHISENEMER OVER EIGEN MIDDELEN BESCHIKKEN EN HOE KAN HIJ DE NODIGE INVESTERINGEN FINANCIËREN?.....	202
36.	IS DE FRANCHISENEMER VERPLICHT DE DOOR DE FRANCHISEGEEVER VOORGESTELDE VERKOOPPRIJZEN TE RESPECTEREN?.....	205
37.	WIE DRAAGT HET COMMERCIEEL RISICO EN WAT GEBEURT ER WANNEER DE FRANCHISENEMER HET VERHOOPTE RESULTAAT NIET BEREIKT?	207
A.	<i>Franchising is geen garantie voor succes</i>	207
B.	<i>De franchisegever heeft verplichtingen</i>	208
C.	<i>De voorcalculatie</i>	210
DEEL 6 - HET FRANCHISECONTRACT		213
38.	IS EEN GESCHREVEN FRANCHISECONTRACT NODIG?.....	213
39.	WAT IS DE DUURTIJD VAN EEN FRANCHISE-OVEREENKOMST?.....	216
40.	KAN DE FRANCHISENEMER REKENEN OP EEN HERNIEUWING VAN ZIJN CONTRACT?	218
41.	WAT BETEKENT HET «INTUITU PERSONAE»-KARAKTER VAN HET CONTRACT?.....	221
A.	<i>Definitie en bestaansreden</i>	221
B.	<i>Intensiteit en gevolgen</i>	221
C.	<i>Ten opzichte van de franchisegever?</i>	223
42.	MAG DE FRANCHISENEMER ZIJN VERKOOPPUNT OVERLATEN TIJDENS DE DUURTIJD VAN HET CONTRACT?	224
43.	KAN DE FRANCHISEGEEVER HET FRANCHISECONTRACT OF HET HELE NETWERK OVERLATEN?	225
44.	WAT ZIJN DE GEBRUIKELIJKE CLAUSULES DIE IN EEN FRANCHISE-OVEREENKOMST VOORKOMEN?	227

A.	<i>De inleiding</i>	227
B.	<i>De partijen</i>	228
C.	<i>Het voorwerp</i>	228
D.	<i>De duurtijd</i>	228
E.	<i>«Intuitu personae»-karakter</i>	229
F.	<i>De opleiding</i>	229
G.	<i>De normen en de handleiding</i>	230
H.	<i>Het productengamma en de leveranciers</i>	230
I.	<i>De begeleiding</i>	230
J.	<i>De exclusiviteit van de zone</i>	231
K.	<i>Niet-concurrentiebeding</i>	231
L.	<i>De verplichting tot geheimhouding</i>	232
M.	<i>Omstandigheden die het einde van het contract veroorzaken</i>	232
N.	<i>Na het contract</i>	233
O.	<i>Voorkooprecht en aankoopoptie</i>	233
P.	<i>Rechtbank of arbitrage</i>	233
45.	INDIEN HET FRANCHISECONTRACT NIET DUIDELIJK IS, HOE MOET HET DAN GEÏNTERPRETEERD WORDEN?	235

DEEL 7 - DE ORGANISATIE VAN DE COMMERCIËLE RELATIES237

46.	BESCHIKT DE FRANCHISENEMER OVER EEN BESCHERMDE EN EXCLUSIEVE ZONE?	237
47.	MAG DE FRANCHISENEMER NOG ANDERE ACTIVITEITEN UITOEFENEN BUITEN FRANCHISING?	240
48.	MAG DE FRANCHISENEMER ANDERE PRODUCTEN VERKOPEN DAN DIE VAN DE FRANCHISEGEVER?.....	242
49.	MOET DE FRANCHISENEMER ZICH EXCLUSIEF BEVOORRADEN BIJ DE FRANCHISEGEVER?	244
50.	IS DE FRANCHISENEMER EIGENAAR VAN ZIJN HANDELSFONDS EN VAN ZIJN VOORRAAD?.....	246
A.	<i>Het handelsfonds</i>	246
B.	<i>De voorraad</i>	247
51.	HEEFT DE FRANCHISEGEVER EEN CONTROLERECHT OVER ZIJN FRANCHISENEMER?.....	248
52.	ZAL DE FRANCHISENEMER ZICH MOETEN AANPASSEN AAN DE EVOLUTIE VAN HET CONCEPT?	250

**DEEL 8 - HET BEËINDIGEN VAN DE COMMERCIELE
RELATIE TUSSEN FRANCHISENEMER EN
FRANCHISEGEVER..... 253**

53. HOE KAN EEN FRANCHISECONTRACT TEN EINDE KOMEN? ... 253
- A. *In onderlinge overeenstemming*..... 253
 - B. *Einde van de contracttermijn* 253
 - C. *Het overlijden* 254
 - D. *De éézijdige verbreking* 254
 - E. *Fout van één van de partijen* 255
 - F. *Het faillissement* 258
54. WAT GEBEURT ER ALS HET CONTRACT TEN EINDE KOMT?..... 260
- A. *De franchisenemer is verplicht om alle kentekens, die verwijzen naar het merk of het netwerk van de franchisegever, te verwijderen* 260
 - B. *De stock* 260
55. IS ER EEN VERGOEDING VOORZIEN OP HET EINDE VAN HET CONTRACT? 262
- A. *Afwezigheid van een vergoedingsclausule*..... 262
 - B. *Vergoedingsclausule*..... 263
56. MAG DE FRANCHISENEMER EEN CONCURRERENDE COMMERCIELE ACTIVITEIT BEOEFENEN NADAT HET FRANCHISECONTRACT IS BEËINDIGD? 264
- A. *Het concurrentiebeding* 264
 - B. *Bij afwezigheid van een concurrentiebeding*..... 265

DEEL 9 - PRAKTISCHE ADVIEZEN..... 267

57. WELKE VRAGEN MOETEN AAN EEN FRANCHISEGEVER GESTELD WORDEN? 267
- A. *Betreffende de merknaam en het concept van de franchise* 267
 - B. *Betreffende de voorwaarden van de franchise*..... 268
58. WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE FACTOREN DIE LEIDEN TOT EEN MISLUKKING? 269
- A. *Is het mogelijk om desondanks te mislukken in de franchise?*..... 269
 - B. *Wat zijn de meest voorkomende oorzaken van mislukking?*... 269
59. DE BELANGRIJKSTE SUCCESFACTOREN 274
60. NUTTIGE ADRESSEN 275

BIJLAGEN	279
1. WET BETREFFENDE DE PRECONTRACTUELE INFORMATIE BIJ COMMERCIEËLE SAMENWERKINGSOVEREENKOMSTEN VAN 19 DECEMBER 2005	279
2. EUROPESE DEONTOLOGISCHE CODE VAN DE FRANCHISE....	284
INDEX	293