

Het toevoegen van nieuwe en/of overgenomen vestigingen gaat vaak gepaard met discussies omtrent inbreuk op het marktgebied van bestaande franchisenemers. In dergelijke gevallen dient tijdig te worden bezien wat over en weer de rechten en verplichtingen zijn. In die situaties waar sprake is van een exclusief rayon lijken de posities duidelijk. Daarbij wordt dan echter vaak uit het oog verloren dat de verleende rayonexclusiviteit beperkt is tot de duur van de overeenkomst. Voorts is niet zelden een recht voorbehouden om als gevolg van fusies en/of overname het marktgebied te verkleinen en/of aan te passen. Zo beroept Jumbo zich momenteel op het recht daartoe over te gaan als gevolg van de "overgenomen" C1000 franchisenemers. Daarbij kan echter de vraag worden gesteld of de clause in de overeenkomst wel op de situatie van toepassing is waarbij Jumbo als holding slechts aandelen heeft verworven en aldus van een overname of fusie met Jumbo Supermarkten B.V. (nog) geen sprake is. Laat staan dat er daadwerkelijk supermarkten zijn verworven daar waar C1000 bestaat uit de samenwerking met zelfstandig ondernemers. Partijen die zich geconfronteerd zien met (de kans op) overlapping van marktgebieden dienen aldus tijdig te bezien wat de rechtspositie over en weer inhoudt.



Ook in die gevallen waarin geen sprake is van exclusieve rayons brengt de zorgplicht met zich mee dat niet zomaar concurrentie door de eigen franchisegever of nieuwe franchisenemers mag worden toegevoegd. Indien er op basis van begrotingen investeringen zijn gepleegd en de rentabiliteit door kannibalisatie van de omzetten afneemt, zou dat onrechtmatig kunnen zijn. In die gevallen dient tenminste op voorhand door adequate vestigingsplaatsonderzoeken te worden onderzocht wat de effecten van het toevoegen van deze nieuwe concurrentie kunnen inhouden en hoe die effecten zich verhouden tot de begrotingen en rentabiliteit van de franchisenemer. Het ligt voor de hand dat gedurende die onderzoeken geen afspraken met derden worden gemaakt en/of toezeggingen worden gedaan.

Los van het bovenstaande kan ook het toevoegen van andere distributienetwerken binnen dezelfde formule leiden tot inbreuk op een exclusief rayon en/of een (niet exclusief) marktgebied. Recente voorbeelden daarvan zijn uiteraard de zogenoemde pick-up-points en verkopen via internet. In algemene zin kan ook dienaangaande worden betoogd dat de zorgplicht met zich meebrengt dat het de franchisegever niet zonder meer vrijstaat ten eigen bate dergelijke concurrentie aan de franchisenemer toe te voegen.

Met name in de supermarktbranche is waakzaamheid door zowel franchisegever als franchisenemer dan ook geboden om te voorkomen dat partijen zich eerst achteraf geconfronteerd zien met een zowel bedrijfseconomisch als juridisch onwelkome situatie.

Mr. J. Sterk
Ludwig & Van Dam Advocaten
Reacties: sterk@ludwigvandam.nl
www.ludwigvandam.nl

OVERIG FRANCHISE NIEUWS

[Specsavers lanceert oogtest app](#)

[Exclusieve samenwerking tussen RDC en Rayer Hobby](#)

[Franchise Monitor: aantal franchiseformules blijft groeien](#)

[GlasGarage lanceert 'Sterrenservice' programma](#)

[New York Pizza trotse winnaar NFV Franchise Trofee](#)

[Nieuwe algemeen directeur NFV](#)

[Nederlandse online retail groeit tot 2030 met 700%](#)