

De franchise

Groeihefboom voor de franchisegevers

Troef voor het welslagen van de franchisenemers

SAMEN STREVEN NAAR EEN BETERE PRODUCTIVITEIT EN EEN VERHOOGDE RENTABILITEIT

De franchise heeft reeds aangetoond dat ze een efficiënte groeihefboom is voor de franchisegevers en een kostbare troef voor het welslagen van de franchisenemers. Haar bijdrage tot de economische ontwikkeling wordt eveneens erkend door zowel de bedrijfswereld als de overheid. Haar inbreng in termen van commerciële partnerships enerzijds en op het vlak van de verbetering van het commerciële aanbod voor de consumenten anderzijds ligt voor de hand. In het kader van de noodzakelijke samenwerking tussen ondernemingen is de franchise gebaseerd op een gezamenlijk streven naar een betere

productiviteit en een verhoogde rentabiliteit van de diverse partners die kiezen voor deze formule.

In de franchisewereld loopt uiteraard niet altijd alles van een leien dakje. De rechtspraak getuigt van de moeilijkheden die nog moeten worden overwonnen in het kader van bepaalde contracten, in het bijzonder op het vlak van de relevantie van de informatie die aan de kandidaat-franchisenemers wordt gegeven, de graad van ondergeschiktheid waarin de franchisenemer zich soms bevindt ten opzichte van de franchisegever, de opzegmodaliteiten van de franchiseovereenkomst, het niet-concurrentiebeding dat aan het einde van de overeenkomst aan de franchisenemer wordt opgelegd. We moeten echter

door de bomen het bos blijven zien. Bovendien mogen de moeilijkheden die af en toe kunnen opduiken in het kader van sommige franchiseovereenkomsten, de erg mooie algemene kwalitatieve verbetering van de relaties tussen de franchisegevers en hun franchisenemers niet overschaduwen.

EEN DUIDELIJKE DEFINITIE EN EEN COLLECTIEVE VERANTWOORDELIJKHEID

Om elke beschouwing over franchise duidelijk te situeren, is het belangrijk om te herinneren aan de volgende definitie: franchise is een samenwerkingswijze tussen twee zelfstandige partners, waarbij de ene - de franchisegever - het recht geeft aan de andere - de franchisenemer - om tegen een vergoeding en onder





welbepaalde in een franchiseovereenkomst vastgelegde voorwaarden een commerciële formule te exploiteren die zijn degelijkheid heeft bewezen en concrete vorm krijgt in een keten en een specifieke knowhow.

Het is pas wanneer de respectieve rollen van de franchisegever en zijn franchisenemers duidelijk zijn vastgelegd in de overeenkomst en in de praktijk worden nageleefd, dat een franchiseformule succesvol kan zijn. Van bij het begin moet duidelijk worden gedefinieerd dat de franchisegever een solide en origineel concept ter beschikking stelt dat zijn degelijkheid heeft bewezen in het kader van minstens één proefeenheid. Voorts moet ook duidelijk worden vastgelegd dat de franchisenemers echte bedrijfsleiders moeten zijn die de ambitie hebben en in staat zijn om het middel op te waarderen dat hen wordt toevertrouwd. Zij moeten een meerwaarde creëren voor het hele netwerk. Daarnaast mag er ook geen enkele dubbelzinnigheid bestaan over het feit dat de franchisegever vooraf de waarde van het door hem aangeboden concept moet aantonen en zijn knowhow - zonder beperking - moet doorgeven aan zijn franchisenemers, waarbij hij zich er eveneens toe verbindt om hen gedurende de volledige looptijd van de overeenkomst de bijstand te verlenen waarin ze voorziet. Het is deze collectieve verantwoordelijkheid die de echte dynamiek van de

franchise vormt. Het spreekt immers voor zich dat de franchisegever aan zijn franchisenemers in geen geval een absolute garantie kan geven over het succes: in het kader van de franchise wordt het succes opgebouwd door de samenwerking tussen de franchisegever en de franchisenemer.

MATURITEIT, VERTROUWEN EN DYNAMISME

De groei van de franchise en de ontwikkeling van de netwerken vloeien voort uit de maturiteit die de sector kenmerkt, het vertrouwen dat hij opwekt en het dynamisme dat hem kenmerkt. Deze fundamentele tendens valt ook te verklaren door de verbetering van de commerciële resultaten van deze franchisenetwerken. Daarnaast komen deze resultaten ook rechtstreeks voort uit het concept zelf, dat de franchisenemers ontslaat van de administratieve verplichtingen en de technische aspecten van het bedrijfsbeheer, waardoor zij zich kunnen toespitsen op de eigenlijke commerciële activiteit die hen werd toevertrouwd in het kader van de franchiseovereenkomst.

Deze aan de franchisenemer gegarandeerde beschikbaarheid, die wordt aangevuld met een realistische mate van autonomie op het niveau van elk verkooppunt, houdt dus ook in dat het aanbod van elk in franchise gegeven verkooppunt beter kan worden afgestemd op het specifieke

cliënteel en dit nabijheidsbeleid een heuse bijdrage kan leveren aan de resultaten van het hele franchisenetwerk. De franchisenemers, lokaal georiënteerde bedrijfsleiders, vormen dus een sterke schakel in het netwerk, naast de eigen winkels van de franchisegever. Uiteraard houdt elke op de exploitatie gebaseerde commerciële strategie van een franchisenetwerk voor de franchisegever de verplichting in om op lange termijn een juist evenwicht in stand te houden tussen zijn eigen filialen en de franchisewinkels van zijn keten. Dit is nodig om zijn marktpositie te versterken en de duurzaamheid van zijn netwerk te garanderen.

Om al deze redenen moeten de relaties tussen een franchisegever en zijn franchisenemers zijn gebaseerd op vertrouwen, permanent overleg, eerlijkheid, loyaliteit, integriteit, wederzijds respect, luisterbereidheid, de wil om samen te slagen, de inaanmerkingneming van de belangen van de andere, een open geest en niet te vergeten de inachtneming van het onafhankelijkheidsbeginsel, dat integraal deel moet uitmaken van deze - zo bijzondere en vrij aanvaarde - wederzijdse afhankelijkheid die de franchise kenmerkt. Het zijn immers de waarden van de mannen en vrouwen die meebouwen aan en investeren in een franchiseformule, die er ook het succes van garanderen.

Léon F. Wegnez