

# **DIALOGO- INSTANTIES BINNEN FRANCHISE- NETWERKEN**

**Good practices**



**Fédération Belge de la Franchise**

# DIALOOGINSTANTIES BINNEN FRANCHISENETWERKEN

*Tekst goedgekeurd op 4 mei 2021*

## Vooraf

**Dialogoog is een fundamenteel element in de werking van een franchisenetwerk.**

Het *Dialogocomité franchisegevers – franchisenemers* van de *Belgische Franchise Federatie* doet aan de hand van deze infofiche een aantal aanbevelingen die zijn ontstaan uit de ervaring van de netwerken die bij de *Belgische Franchise Federatie* zijn aangesloten.

Franchising heeft als kenmerk dat het evolueert wanneer het nodig is om te anticiperen en zich aan te passen aan de evoluerende markt.

De strategie van de operatoren varieert in functie van die begrippen, opdat hun netwerk optimaal kan ontwikkelen op de markt.

**Dankzij de kracht van het netwerk zal het de dekking van een marktsegment verzekeren en bestendigen.**

Om dat doel te bereiken, zal het netwerk moeten steunen op de centrale elementen, zoals de knowhow van de franchisegever, het merk en/of de keten ...

**Daarnaast beschikt een netwerk over een ander instrument: de dialoog.**

Dat fundamentele begrip binnen franchising is ook opgenomen in de *Europese Deontologische Erecode inzake franchising* van toepassing in België<sup>1</sup>: "De franchisegever moet een continue, gestructureerde dialoog voorstellen tussen zijn organisatie en de franchisenemers, die constructief moet zijn. De franchisenemer moet actief deelnemen aan het netwerk en bijdragen aan het algemene belang van het franchisenetwerk."

**Door de huidige evoluties van franchising is het meer dan ooit nodig om de dialooginstanties tussen franchisegevers en franchisenemers te versterken.**



## 1/ DE FUNDAMENTELE PRINCIPES VAN DE WERKING VAN FRANCHISENETWERKEN

### Het netwerk

“Het *franchisenetwerk* bestaat uit een franchisegever en franchisenemers:

Het franchisenetwerk draagt dankzij zijn organisatie en ontwikkeling bij tot de verbetering van de productie en/of de verdeling van producten en/of diensten, of tot de technische en economische vooruitgang, waarvan elke deelnemer van het franchisenetwerk op een evenredige manier kan genieten.”<sup>2</sup>

“De franchisegever en de franchisenemers weten dat ze samenwerken in een systeem waarbij hun belangen verbonden zijn, zowel op korte als op langere termijn.”<sup>3</sup>

### De rol van de franchisegever

“De franchisegever is de initiatiefnemer en de beschermer van een franchisenetwerk, bestaande uit de franchisegever en zijn individuele franchisenemers.”<sup>4</sup>

“De knowhow:

De franchisegever waarborgt aan de franchisenemer het genot van een dergelijke knowhow die hij onderhoudt en ontwikkelt.

Via een gepaste informatie en opleiding geeft de franchisegever die door aan de franchisenemer; hij ziet toe op de toepassing en de naleving ervan. De franchisegever moedigt de franchisenemers aan om op hun beurt informatie door te sturen, zodat hij de knowhow steeds kan verbeteren.”<sup>5</sup>

### De rol van de franchisenemer

“De franchisenemer moet, in alle omstandigheden, loyaal handelen t.o.v. alle franchisenemers van het netwerk en t.o.v. het netwerk zelf. De franchisenemer is samen met de franchisegever verantwoordelijk voor de kracht van het netwerk”.<sup>6</sup>

Tegenover de consument is de franchisenemer een vertegenwoordiger van het netwerk.

Hij is verantwoordelijk om het concept getrouw te reproduceren en om de belofte na te komen die de keten aan de consument maakt.

---

1 Europese deontologische erecoe inzake franchising, uittreksel van bijlage, art 5

2 Europese deontologische erecoe inzake franchising, uittreksel van bijlage, art 5.

3 Europese deontologische erecoe inzake franchising, uittreksel van bijlage, art 8

4 Europese deontologische erecoe inzake franchising, artikel 2.1.

5 Europese deontologische erecoe inzake franchising, artikel 2.2 v, vi, vii

6 Europese deontologische erecoe inzake franchising, artikel 2.3 iv



## 2/ DE DOMEINEN VAN DE DIALOOG

Om een “permanent en structureel” contact te kunnen hebben, is het aanbevolen dat de franchisegever de dialoog met zijn franchisenemers organiseert via dialooginstanties die de kans bieden om handelspraktijken uit te wisselen, de competenties die eigen zijn aan de franchisenemers te gebruiken en het netwerk optimaal te animeren.

Die instanties horen de hogere belangen van het netwerk te verdedigen en mogen geen plaats zijn waar individuele belangen worden besproken.

De dialooginstanties bieden de kans om de samenhang van het netwerk te versterken en de meningsverschillen te beperken, door in het kader van een loyale uitwisseling te werken.

De domeinen waarop de franchisegever, de franchisenemer of beide samen optreden, moeten duidelijk worden afgebakend.

De dialoog moet worden versterkt wanneer het netwerk kwetsbaar is: een herstructurering, verandering van aandeelhouder, een herschikking van de activiteit, een economische crisis, enz....

## 3/ DE KWALITEIT VAN DE DIALOOG:

Of een dialoog doeltreffend is, hangt af van de kwaliteit ervan. Dat vereist:

- dat iedereen aanspreekbaar is;
- dat er wederzijds geluisterd wordt;
- dat de *relevante* informatie die uit de dialoog voortvloeit, *periodiek* verspreid volgens een *hiërarchisch* kader;
- dat een bibliotheek, een databank aan informatie wordt opgezet zodat iedereen de informatie die hij nodig heeft, kan vinden wanneer hij die nodig heeft.

## 4/ DE MIDDELEN VAN DE DIALOOG

Het netwerk bepaalt **vrij** welke vorm die **dialooginstantie krijgt**: men moet een grote flexibiliteit laten voor de manier waarop de dialoog georganiseerd wordt, zodat de specifieke cultuur van elk netwerk tot uiting kan komen.

Daarbij is het niet noodzakelijk dat er een rechtspersoon wordt gecreëerd.

De structuur van de dialooginstanties kan vele vormen aannemen: thematische werkgroepen, comités voor de keten, raadgevende comités, regionale bijeenkomsten, nationale of internationale congressen en algemeen gezien elk formule waarbij de leden van het netwerk elkaar ontmoeten.



Wanneer de beslissingen van deze instanties voor het hele netwerk gelden, is het aanbevolen om te bepalen hoe de franchisenemers die in de diverse dialooginstanties zetelen, worden gekozen en hoe lang hun mandaat loopt (om te zorgen voor een rotatie).

De dialoog kan met alle mogelijke elektronische middelen gefaciliteerd worden: intranet, extranet, fora, periodieke nieuwsbrieven, sociale media op bedrijfsniveau, enz....

De dialoog wordt ook bevorderd door de animator van het netwerk, wiens competenties rekening moeten houden met de kenmerken van de werking van het netwerk en van de betrokkenen.

De bepalingen over de praktische organisatie van de dialoog, kunnen formeel in een document worden vastgelegd.

## 5/ DE WAARDEN DIE MEN MOET BEHOUDEN:

De “netwerkcultuur” binnen een franchising is een “cultuur op mensenmaat”!

- de kracht van het netwerk volgt uit het **VERTROUWEN** tussen de franchisegever en de franchisenemers,
- vertrouwen volgt uit de **KNOWHOW** van de actoren van het netwerk, die gebaseerd is op duidelijkheid, respect, loyaliteit en wederzijds engagement.

