

COLLECTIEVE VORDERING EX ARTIKEL 3:305A BW

Heden, de tweeduizend eenentwintig
op verzoek van **VERENIGING GROUPE PSA CONTRACTPARTNERS NEDERLAND**, een vereniging
met statutaire zetel te Amsterdam, kantoorhoudende aan het adres Roosendaalseweg 29 Etten-Leur
(4876 AA), voor deze zaak woonplaats kiezende te (5211 JG) 's-Hertogenbosch aan het adres
Spinhuiswal 2 (Postbus 1714, 5200 BT), op het kantoor van BANNING N.V., van wie mr. M.J. van
Joolingen en mr. F.H.M. Eijdemans in deze zaak tot advocaten wordt gesteld en als zodanig zullen
optreden;

GEDAGVAARD:

de naamloze vennootschap **CITROEN NEDERLAND B.V.**, statutair gevestigd te Amsterdam en
kantoorhoudende te (1101 AJ) Amsterdam aan het adres Lemelerbergweg 12, aldaar aan dat adres
mijn exploit doende en afschrift van dit exploit alsmede de hierna te noemen producties latende aan:

OM OP:

Woensdag vijftieng augustus tweeduizend eenentwintig 's ochtends om 10.00 uur, niet in persoon doch vertegenwoordigd door een advocaat, op de terechtzitting van de Rechtbank Amsterdam te verschijnen, die op voormelde dag en tijdstip gehouden wordt in het daarvoor bestemde lokaal van het gerechtsgebouw, gelegen te (1076 AV) Amsterdam aan het adres Parnassusweg nummer 280;

ONDER AANZEGGING DAT:

- A.** indien gedaagde verzuimt advocaat te stellen of het door zijn verschijning verschuldigde griffierecht niet tijdig betaalt, en de voorgeschreven termijnen en formaliteiten in acht zijn genomen, de rechter verstek zal verlenen en de hierna omschreven vordering zal toewijzen, tenzij deze hem onrechtmatig of ongegrond voorkomt;
- B.** bij verschijning in het geding van de gedaagde een griffierecht zal worden geheven, te voldoen binnen vier weken te rekenen vanaf het tijdstip van verschijning;
- C.** de hoogte van de griffierechten is vermeld in de meest recente bijlage behorend bij de Wet griffierechten burgerlijke zaken, die onder meer is te vinden op de website: www.kbvg.nl/griffierechtentabel;
- D.** van een persoon die onvermogen is, een bij of krachtens de wet vastgesteld griffierecht voor onvermogenen wordt geheven, indien hij op het tijdstip waarop het griffierecht wordt geheven heeft overgelegd:
 - i. een afschrift van het besluit tot toevoeging, bedoeld in artikel 29 van de Wet op de rechtsbijstand, of indien dit niet mogelijk is ten gevolge van omstandigheden die redelijkerwijs niet aan hem zijn toe te rekenen, een afschrift van de aanvraag, bedoeld in artikel 24, tweede lid, van de Wet op de rechtsbijstand; dan wel
 - ii. een verklaring van het bestuur van de raad voor rechtsbijstand, bedoeld in artikel 7, derde lid, onderdeel e, van de Wet op de rechtsbijstand waaruit blijkt dat zijn inkomen niet meer bedraagt dan de inkomens bedoeld in de algemene maatregel van bestuur krachtens artikel 35, tweede lid, van die wet;
- E.** eiseres op straffe van niet ontvankelijkheid verplicht is deze dagvaarding aan te tekenen in het centraal register voor collectieve acties, als bedoeld in artikel 3:305a, zevende lid, BW;
- F.** deze aantekening tot gevolg heeft dat, tenzij de rechtbank eiseres aanstonds niet ontvankelijk verklaart, de rechtbank de zaak aanhoudt totdat een termijn van drie maanden na de aantekening in het centraal register is verstreken;

- G.** na het verstrijken van deze driemaandentermijn de behandeling van de zaak wordt voortgezet in de stand waarin zij zich bevindt, tenzij (i) ingevolge artikel 1018d, tweede lid, Rv deze termijn is verlengd of (ii) een andere collectieve vordering voor dezelfde gebeurtenissen is ingesteld;
- H.** de in artikel 128, tweede lid, Rv bedoelde roldatum voor het nemen van de conclusie van antwoord wordt bepaald op een termijn van zes weken nadat de in artikel 1018c, derde lid, Rv bedoelde driemaandentermijn is verstreken;

TENEINDE:

alsdan te horen eisen en concluderen als volgt:

INHOUD

1. Inleiding

- Partijen
- Ontvankelijkheid VGPCN
- Opbouw

2. Feiten en omstandigheden

- Citroën
 - A. Dealercontract en Reparateurcontract
 - B. Aanvullende contracten
 - C. [...]
 - D. Commercial Policy

- DS Automobiles

- De rol van de VGPCN

- Het geschil: de Wet franchise

3. Het Citroën dealercontract

- Inleiding

- Inhoud Citroën dealercontract

- A. Verkoop(proces) producten en diensten
- B. Personeel en training
- C. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten
- D. Administratie, (financiële) informatieverstrekking en IT-systemen
- E. Targets, controle en evaluaties
- F. Vergoedingen

4. Het Citroën reparateurcontract

- Inleiding

- Inhoud Citroën reparateurcontract

- A. Reparatie en onderhoud
- B. Personeel en training
- C. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten
- D. Administratie, (financiële) informatieverstrekking en IT-systemen
- E. Targets, controle en evaluaties
- F. Vergoedingen

5. Het DS dealercontract en reparateurcontract

- Inleiding

- DS dealer- en reparateurcontract

- Aanvullende contracten en programma's

- A. Verkoop(proces) producten en diensten
- B. Reparatie en onderhoud
- C. Personeel en training
- D. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten
- E. Administratie, (financiële) informatieverstrekking en IT-systemen
- F. Targets, controle en evaluaties

G. Vergoedingen

6. Juridisch kader / rechtsgronden

Achtergrond franchise

Kernelementen franchiseovereenkomst

Kwalificatie contracten

Inleiding

Het Citroën dealercontract

Het Citroën reparateurcontract

Het DS dealer- en reparateurcontract

7. Vorderingen

8. Verweer gedaagde en weerlegging daarvan

Verweren Citroën Nederland

Weerlegging verweer

9. Bevoegdheid rechtbank

10. Incidentele vordering ex artikel 222 lid 1 Rv

Partijen

Feiten en achtergronden

11. Bewijsaanbod

Productieoverzicht

1. INLEIDING

Kern van de zaak

- 1.1. Deze collectieve vordering heeft betrekking op de kwalificatie van dealerovereenkomsten en erkend reparateurovereenkomsten die dealers en erkend reparateurs hebben gesloten met gedaagde. Eiseres vordert een verklaring voor recht dat deze overeenkomsten hebben te gelden als franchiseovereenkomsten in de zin van art. 7:911 lid 1 BW. De collectieve vordering strekt tot bescherming van de belangen van de dealers en erkend reparateurs van gedaagde, die alle lid zijn van eiseres. De te beantwoorden rechtsvragen (de kwalificatie van de dealerovereenkomsten en de erkend reparateurovereenkomsten) zijn gemeenschappelijk, omdat de dealers en erkend reparateurs gelijklopende overeenkomsten hebben gesloten met gedaagde.

Partijen

- 1.2. Eiseres, in het hiernavolgende aangeduid als “**VGPCN**”, is een vereniging van samenwerkende ondernemingen die een contract zijn aangegaan met Citroën Nederland, en op grond daarvan worden aangeduid als Citroën dealer en/of Citroën erkend reparateur in Nederland. Alle Citroën dealers in Nederland zijn tevens aangesteld als erkend Citroën reparateurs en zijn lid van VGPCN. Laatstgenoemde behartigt de bedrijfs- en beroepsbelangen van haar leden in de meest ruime zin.
- 1.3. Gedaagde, in het hiernavolgende aangeduid als “**Citroën Nederland**” is een 100% dochteronderneming van Automobiles Citroën S.A., fabrikant van onder meer motorvoertuigen en transmissies, onderdelen en accessoires van de merken Citroën en DS, handelend onder de naam PSA Groep (voorheen PSA Peugeot Citroën). De PSA Groep is eigenaar en fabrikant van onder andere de volgende automerken: Peugeot, Citroën, DS en Opel.
- 1.4. Op 16 januari 2021 is de PSA Groep gefuseerd met de FCA Groep (Fiat Chrysler Automobile), welke eigenaar en fabrikant is van onder andere de merken Fiat, Alfa-Romeo, Lancia, Maserati, Chrysler, Dodge, Jeep en RAM. Vanaf 16 januari 2021 zijn de PSA Groep en FCA Groep formeel gefuseerd onder de naam STELLANTIS NV, waarvan het hoofdkantoor is gevestigd te Amsterdam (“**STELLANTIS**”). De totale groep is industrieel actief in 30 landen, levert voertuigen in 130 landen, en heeft een (gezamenlijke) jaaromzet van ongeveer EUR 170 miljard.¹
- 1.5. In 2020 zijn er in totaal ruim 350.000 personenauto's verkocht in Nederland. Het aandeel van verkochte personenauto's van Citroën daarin bedraagt 10.715, en van DS 722.² De geschatte

¹ Zie voor een nadere uiteenzetting www.stellantis.com.

² Verwezen wordt naar <https://www.raivereniging.nl/artikel/marktinformatie/actuele-verkoopcijfers/verkoopcijfers-2020.html>.

omzet van autobedrijven in Nederland bedraagt in totaal ongeveer € 50 miljard.³ Het is derhalve een omvangrijke en relevante bedrijfstak voor de Nederlandse economie en werkgelegenheid.

Ontvankelijkheid VGPCN

- 1.6. VGPCN stelt in deze dagvaarding rechtsvorderingen in die strekken tot bescherming van gelijksoortige belangen van andere personen, in de zin van art. 3:305a lid 1 BW. Die andere personen zijn de dealers van Citroën en DS in Nederland. De gelijksoortige belangen zijn de gelijklopende dealerovereenkomsten en erkend reparateurovereenkomsten die de dealers hebben gesloten met Citroën Nederland B.V.
- 1.7. VGPCN doet een beroep op art. 3:305a lid 6 BW. Op grond van dat artikellid behoeft VGPCN niet te voldoen aan de ontvankelijkheidseisen van lid 2, subonderdelen a tot en met e, en lid 5 van art. 3:305a BW. Hierna wordt uiteengezet:
- dat aanleiding bestaat om het lichte regime van art. 3:305a lid 6 BW toe te passen op de onderhavige procedure; en
 - dat VGPCN voldoet aan de overige ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a BW, die gelden bij toepassing van lid 6 van die wetsbepaling.

Aanleiding voor toepassing art. 3:305a lid 6 BW

- 1.8. De aard van de vorderingen van VGPCN geeft aanleiding tot toepassing van art. 3:305a lid 6 BW. Die vorderingen zijn verklaringen voor recht dat de gemelde dealerovereenkomsten en erkend reparateurovereenkomsten, hebben te gelden als franchiseovereenkomsten in de zin van art. 7:911 lid 1 BW. VGPCN vordert geen schadevergoeding (art. 3:305a lid 6, slotzin BW).
- 1.9. Het lichte regime van art. 3:305a lid 6 BW is volgens de parlementaire geschiedenis – onder meer – bedoeld voor verklaringen voor recht die worden gevorderd door belangenorganisaties die niet speciaal zijn opgericht voor het instellen van een bepaalde vordering:

“(…) Lid 6 beoogt om voldoende ruimte te laten voor organisaties die nu een belangrijke rol spelen in het handhaven van collectieve belangen in collectieve acties en die per definitie niet zijn gericht op het verkrijgen van schadevergoeding. Het is niet de bedoeling om het deze organisaties met het wetsvoorstel onnodig moeilijk te maken hun werk voort te zetten.”⁴

- 1.10. Het zou volgens de memorie van toelichting ‘disproportioneel’, ‘niet nodig’ en ‘niet redelijk’ zijn om in zulke gevallen het zware regime van art. 3:305a BW te laten gelden.⁵ Verder valt in die memorie te lezen:

³ Verwezen wordt naar <https://bovagrui.info/auto/2019/economische-betekenis/4-2-geschatte-omzet-mobiliteitsbranche>.

⁴ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 11.

⁵ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 3, p. 1-2, 16 (vgl. p. 8).

“(...) Niet in alle gevallen is het opportuun om dergelijke indringende ontvankelijkheidseisen te stellen aan een rechtspersoon die opkomt voor een collectief belang. (...) De wettelijke regeling geeft daarom de ruimte om de ontvankelijkheidseisen niet te toetsen wanneer dit vanwege een bepaald ideëel doel of vanwege de aard van de vordering, van de rechtspersoon of van de personen voor wier belangen wordt opgekomen niet gerechtvaardigd wordt geacht.”⁶

- 1.11. De zware ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a BW zijn geïntroduceerd om de gedupeerden te beschermen. ‘Zij weten zo dat ze te maken hebben met kwalitatief goede organisaties die het belang van gedupeerden voorop hebben staan’, aldus de memorie van toelichting.⁷ De zware eisen zijn een reactie op

“verschillende incidenten (...) rondom commerciële belangenorganisaties.⁸ Deze onderstrepen het belang van betere transparantie en governance van belangenorganisaties die collectieve procedures voeren ter bescherming van de gedupeerden voor wie zij stellen op te komen.”⁹

Het is volgens de memorie van toelichting echter ‘niet in alle gevallen (...) gerechtvaardigd om een dergelijke stringente toetsing in te voeren’.¹⁰ Daarom is het lichte regime van lid 6 in de wet opgenomen. Met dat lichte regime wordt volgens de Adviescommissie voor burgerlijk procesrecht voorkomen dat

“de toegang tot de rechter voor dergelijke collectieve acties¹¹ wellicht [zou] worden beperkt, (...) in dergelijke zaken de werklast van partijen en de rechter [zal] worden verzwaard en (...) de maatschappelijke kosten van dergelijke collectieve acties [zullen] toenemen, terwijl noch de aard van de zaak, noch de strekking van de motie Dijkma¹² daartoe aanleiding geeft.”¹³

- 1.12. Lid 6 is volgens Van Boom niet bedoeld voor ‘claimcowboys’ die de strenge ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a BW trachten te omzeilen door geen schadevergoeding te vorderen, maar slechts een verklaring voor recht.¹⁴ Dat blijkt ook duidelijk uit de nota naar aanleiding van het verslag:

⁶ Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 29.

⁷ Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 7.

⁸ Toevoeging advocaat: zie voor een bespreking van deze incidenten W.H. van Boom, ‘WCA => WCAM => WAMCA’, *Tijdschrift voor Consumentenrecht en Handelspraktijken* 2019-4, p. 154.

⁹ Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 8.

¹⁰ Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 8.

¹¹ Toevoeging advocaat: de commissie doelt op de hierna te noemen voorbeelden.

¹² Toevoeging advocaat: *Kamerstukken II 2011/12, 33000-XIII, nr. 14*. Die motie was de aanleiding voor de wijziging van art. 3:305a BW (*Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 2*).

¹³ Adviescommissie voor burgerlijk procesrecht, advies Wetsvoorstel afwikkeling van massaschade in een collectieve actie, 11 juli 2016 (bijlage bij *Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3*), p. 3.

¹⁴ W.H. van Boom, ‘WCA => WCAM => WAMCA’, *Tijdschrift voor Consumentenrecht en Handelspraktijken* 2019-4, p. 157.

“Het doel van lid 6 is ruimte te laten voor collectieve acties en die in beginsel niet zijn gericht op het verkrijgen van schadevergoeding.”¹⁵

“Een beroep op deze uitzondering van de ontvankelijkheidseisen zal niet worden gehonoreerd als een verklaring voor recht wordt gevorderd als opmaat naar een collectieve schadevergoedingsactie.”¹⁶

1.13. In de parlementaire geschiedenis worden de volgende voorbeelden gegeven van vorderingen die onder het lichte regime van art. 3:305a lid 6 BW kunnen vallen:

- een belangenorganisatie die wil dat bepaalde algemene voorwaarden worden aangepast;¹⁷
- de vordering van omwonenden van een fabriek die in strijd met de milieuvergunning lozingen in de rivier uitvoert, tot het stoppen met deze lozingen;¹⁸
- een patiëntenvereniging voor een vordering tegen het College voor Zorgverzekeringen wegens de onjuiste beoordeling van de werking van een bepaald medicijn;¹⁹
- een organisatie die opkomt voor de handhaving van intellectuele eigendomsrechten en daarom voor de gedupeerden die zij vertegenwoordigt uitsluitend een verbod vordert tot inbreuk op het auteursrecht bij een verweerder;²⁰
- een representatieve belangenorganisatie die een andere vordering instelt dan schadevergoeding en er een maatschappelijk belang mee is gemoeid;²¹
- Bureau Clara Wichmann, dat een vordering instelt om vrouwen boven de 75 deel te laten nemen aan bevolkingsonderzoek;²² of
- een bewonersvereniging die zegt: we hebben allemaal last van een dak dat lekt; dat moet worden gerepareerd.²³

1.14. De Adviescommissie voor burgerlijk procesrecht noemt als voorbeelden:

- een belangenorganisatie die aanpassing vordert van bepaalde algemene voorwaarden;²⁴ of
- een patiëntenorganisatie die tegen bepaald beleid van een zorgverzekeraar wil opkomen.²⁵

1.15. Bauw, Biezenaar & Van Mourik noemen als voorbeeld:

¹⁵ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 21.

¹⁶ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 21.

¹⁷ Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3, p. 29.

¹⁸ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 17.

¹⁹ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 17.

²⁰ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 17.

²¹ Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 21.

²² Handelingen II 2018/19, nr. 44, item 6, p. 10. Vgl. Kamerstukken II 2017/18, 34608, nr. 6, p. 21.

²³ Handelingen II 2018/19, nr. 44, item 6, p. 10.

²⁴ Adviescommissie voor burgerlijk procesrecht, advies Wetsvoorstel afwikkeling van massaschade in een collectieve actie, 11 juli 2016 (bijlage bij Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3), p. 2-3.

²⁵ Adviescommissie voor burgerlijk procesrecht, advies Wetsvoorstel afwikkeling van massaschade in een collectieve actie, 11 juli 2016 (bijlage bij Kamerstukken II 2016/17, 34608, nr. 3), p. 2-3.

- de Stichting Sint Jan voor eerlijk proces die opkomt voor priesters, paters en medewerkers van de katholieke kerk die door een klachtencommissie ten onrechte schuldig zijn bevonden aan seksueel misbruik.²⁶

1.16. VGPCN is niet speciaal opgericht voor het instellen van de onderhavige verklaringen voor recht; zij behartigt al sinds haar oprichting op 5 april 1978 de belangen van de bij haar aangesloten dealers.²⁷ VGPCN treedt op als gesprekspartner van Peugeot Nederland N.V. en Citroën Nederland B.V. bij – onder meer – de bepaling van de commerciële doelstellingen. VGPCN is derhalve evident geen ‘claimcowboy’. Het zou disproportioneel zijn als VGPCN zou moeten voldoen aan het zware regime van art. 3:305a BW; zij zou haar haar *governance*-structuur ingrijpend moeten herzien, terwijl zij al decennialang zonder problemen functioneert als belangenbehartiger van de bij haar aangesloten dealers. De verklaringen voor recht die VGPCN vordert – dat de dealerovereenkomsten en de erkend reparateursovereenkomsten hebben te gelden als franchiseovereenkomsten in de zin van art. 7:911 lid 1 BW – lijken bovendien veel op de genoemde voorbeelden van aanpassing van algemene voorwaarden en de patiëntenorganisatie die wil opkomen tegen bepaald beleid van een zorgverzekeraar. In al deze gevallen gaat het om de contractuele relatie van de achterban van de belangenorganisatie met een derde. Er bestaat daarom aanleiding om het lichte regime van art. 3:305a lid 6 BW toe te passen op de onderhavige procedure.

Ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a BW bij toepassing lid 6

1.17. VGPCN behartigt de belangen van de dealers ingevolge haar statuten:

“De vereniging stelt zich ten doel: het behartigen van de zakelijke belangen, in de meest ruimste zin des woords, van de PSA contractpartners van Peugeot Nederland N.V. (ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel onder dossiernummer 30068414), Citroën Nederland B.V. (ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel onder dossiernummer 33021949) (...)” (art. 2 lid 1 statuten VGPCN)

“De vereniging tracht het hiervoor in lid 1 bedoelde doel onder meer te bereiken:

(...)

- a. door inspraak bij de importeur(s) betreffende onderwerpen, die relevant zijn voor de leden, zoals het contract voor verkoop nieuwe auto’s en de reparatie alsook overige producten en diensten van PSA merken;*

(...)

²⁶ E. Bauw, J. Biezenaar & J. van Mourik, *Commentaar & Context. Wetgeving collectieve actie*, Den Haag: Boom juridisch 2020, p. 62. Zij ontlenen het voorbeeld aan rb. Gelderland 18 april 2018, ECLI:NL:RBGEL:2018:1743.

²⁷ Zie de statuten van VGPCN (**Productie A**).

- i. *door het verrichten van al hetgeen met het vorenstaande (lid 1 en dit lid 2) op enigerlei wijze verband houdt of daartoe op enigerlei wijze bevorderlijk kan zijn.*" (art. 2 lid 2 statuten VGPCN)

"De vereniging kan privaatrechtelijk, publiekrechtelijk en/of op elk ander rechtsgebied rechtsvorderingen instellen die strekken tot bescherming van belangen van de PSA Contractpartners en alle andere (rechts)personen, voor zover die blijkens het bepaalde in dit artikel door de vereniging worden behartigd of de belangen van deze (rechts)personen daarmee gelijksoortig zijn." (art. 2 lid 3.1 statuten VGPCN)

De dealers van Citroën en DS zijn contractpartners van Citroën Nederland B.V. De statuten van VGPCN worden als **Productie A – Statuten VGPCN d.d. 18 juli 2019** overgelegd.

- 1.18. VGPCN is een vereniging met volledige rechtsbevoegdheid (art. 3:305a lid 1 BW), omdat haar statuten zijn opgenomen in een notariële akte (art. 2:30 lid 1 BW).²⁸ VGPCN is voldoende representatief gelet op haar achterban en de omvang van de vertegenwoordigde vorderingen, in de zin van art. 3:305a lid 2, aanhef BW, aangezien:
- a. alle dealers van Citroën en DS in Nederland, lid zijn van VGPCN (de achterban); en
 - b. de verklaringen voor recht die in deze dagvaarding worden gevorderd, betrekking hebben op alle dealers van Citroën en DS in Nederland (de omvang van de vertegenwoordigde vorderingen).
- 1.19. De bestuurders bij de oprichting van VGPCN en hun opvolgers hebben rechtstreeks of middellijk geen winstoogmerk, dat via VGPCN wordt gerealiseerd (art. 3:305a lid 3 onder a BW). De voorzitter van VGPCN ontvangt slechts een vaste vergoeding per jaar. De overige leden van het hoofdbestuur en leden van commissies krijgen een onkostenvergoeding per vergadering.
- 1.20. De rechtsvorderingen die in deze dagvaarding worden ingesteld hebben een voldoende nauwe band met de Nederlandse rechtssfeer (art. 3:305a lid 3 onder b BW), omdat:
- 1° alle personen tot bescherming van wier belangen deze rechtsvorderingen strekken, hun gewone verblijfplaats in Nederland hebben (alle dealers van Citroën en DS in Nederland, zijn in Nederland gevestigd);
 - 2° degene tegen wie de rechtsvorderingen zich richten (Citroën Nederland B.V.) hun woonplaats hebben in Nederland, te weten in Amsterdam. De rechtsvorderingen hebben voldoende verbondenheid met de Nederlandse rechtssfeer, aangezien zij betrekking hebben op gebeurtenissen in Nederland (zie onder 3°); en
 - 3° de rechtsvorderingen betrekking hebben op gebeurtenissen in Nederland, te weten de nakoming van dealerovereenkomsten en erkend reparateurovereenkomsten ten aanzien van in Nederland gevestigde dealers.

²⁸ HR 24 april 2020, ECLI:NL:HR:2020:797, r.o. 3.4.1; Asser/Rensen 2-III 2017/7, 20.

- 1.21. VGPCN heeft in de gegeven omstandigheden voldoende getracht het gevorderde te bereiken door het voeren van overleg met Citroën Nederland (art. 3:305a lid 3 onder c BW). Bij brief van 29 februari 2021 heeft VGPCN aan Citroën Nederland verzocht om zich te committeren aan de toepasselijkheid van de Wet franchise (**Productie B - Brief VGPCN aan Citroën Nederland inzake toepassing nieuwe Wet franchise d.d. 29 januari 2021**). Citroën Nederland heeft bij brief van 3 februari 2021 laten weten dat zij geen gehoor geeft aan dat verzoek (**Productie C – Brief Citroën Nederland aan VGPCN inzake toepassing nieuwe Wet franchise d.d. 3 februari 2021**); zij ziet de uitkomst van een juridische procedure met vertrouwen tegemoet. VGPCN per e-mail van 22 maart 2021 aan Citroën Nederland haar verzoek herhaald met een onderbouwing van de feitelijke onjuistheid van de stellingen van Citroën Nederland, en aangekondigd Citroën Nederland – namens de leden van VGPCN – in rechte te zullen betrekken (**Productie D – Email VGPCN aan Citroën Nederland inzake toepassing nieuwe Wet franchise d.d. 22 maart 2021**). Hiermee heeft VGPCN ruimschoots voldaan aan de tweewekentermijn van art. 3:305a lid 3 onder c BW.
- 1.22. VGPCN vordert ten slotte in deze dagvaarding geen schadevergoeding in geld (art. 3:305a lid 6, slotzin BW). Conclusie is dat VGPCN voldoet aan alle ontvankelijkheidseisen van art. 3:305a BW die van toepassing zijn bij een geslaagd beroep op lid 6 van die wetsbepaling, zodat de rechtbank VGPCN in haar vorderingen kan ontvangen.

Opbouw

- 1.23. Hierna zullen eerst enkele algemene feiten, ontwikkelingen en/of achtergronden uiteen worden gezet, teneinde het belang van deze procedure voor de Citroën dealers en erkende reparateurs en DS dealers en erkend reparateurs inzichtelijk te maken en in de juiste context te plaatsen. Tevens zal de kern van de zaak worden beschreven, namelijk de toepasselijkheid van de nieuwe Wet franchise op de relatie tussen Citroën Nederland en haar dealers en erkende reparateurs.
- 1.24. Daarna wordt uitgebreid stil gestaan bij de verschillende elementen van de samenwerking en/of contractuele relatie tussen Citroën Nederland en haar dealers en erkende reparateurs in Nederland, welke in de praktijk grote gelijkenissen vertoont met de kenmerken van (harde) franchise formules. Nu feitelijk sprake is van (harde) franchise, met een grote mate van afhankelijkheid van de dealers en erkend reparateurs van Citroën Nederland, dient Citroën Nederland de wettelijke kaders van de Wet franchise dan ook conform in acht te (gaan) nemen.

2. FEITEN EN ACHTERGRONDEN

Citroën

A. Dealercontract en Reparatriceurcontract

- 2.1. Het dealernetwerk van Citroën Nederland (hierna: “**Citroën dealernetwerk**”) bestaat uit (i) Citroën dealers en (ii) Citroën erkend reparateurs. Citroën Nederland sluit met Citroën dealers een Citroën dealercontract, op grond waarvan Citroën dealers gerechtigd zijn tot de verkoop van Citroën voertuigen (hierna: “**Dealercontract**”, zie **Productie 1 – Dealercontract**). Met de Citroën erkend reparateurs sluit Citroën Nederland een Citroën reparateurcontract voor het leveren van aftersales (hierna: “**Reparateurcontract**”, zie **Productie 2 – Reparatriceurcontract**). Een dealer kan zowel een Dealercontract als een Reparatriceurcontract met Citroën Nederland sluiten waardoor deze dealer het recht verkrijgt om zowel voertuigen te verkopen, als aftersalesdiensten te verlenen. De dienstverlening van de erkend reparateur omvat:

(**Productie 2** [...])

[...]

- 2.2. [...]

- 2.3. Citroën Nederland legt middels de hiervoor genoemde ‘basiscontracten’ vele verplichtingen op aan haar dealernetwerk. Daarnaast legt Citroën Nederland talrijke verplichtingen op door middel van diverse andere documenten, zoals instructies, handleidingen, brochures, bulletins, catalogi, aanwijzingen en andere communicatie, waarin de rechten en verplichtingen uit het Dealer- en Reparatriceurcontract nader worden gespecificeerd. Het geheel aan voorschriften is specifiek bedoeld om de dienstverlening, het kennisniveau en de processen binnen het Citroën dealernetwerk in alle opzichten zoveel mogelijk gelijk te laten zijn, e.e.a. ten behoeve van een uniforme uitstraling en identiteit van Citroën wederverkoop en aftersales. De verplichtingen die Citroën Nederland oplegt zijn dermate veelomvattend, ingrijpend en gedetailleerd, dat er voor de Citroën dealers en reparateurs nauwelijks ruimte overblijft voor een eigen invulling van de bedrijfsvoering.

- 2.4. Alle Citroën dealers zijn door Citroën Nederland aangesteld als erkend Citroën reparateur. De documenten die betrekking hebben op de aftersales dienstverlening zijn derhalve zowel van toepassing op Citroën dealers als op erkend reparateurs. Voor zover de documenten zien op sales – de verkoop van Citroën voertuigen, en aan verkoop gerelateerde elementen – zijn deze alleen op Citroën dealers van toepassing. De aanvullende documenten kunnen worden onderverdeeld in de diverse categorieën:

[...]

- 2.5. Het Dealercontract en de aanvullende documenten die als verlengstuk van het basiscontract van toepassing zijn op Citroën dealers worden hierna gezamenlijk het “**Citroën dealercontract**” genoemd. Het Reparateurcontract inclusief de aanvullende documenten die als verlengstuk van het basiscontract van toepassing zijn op Citroën reparateurs worden hierna gezamenlijk aangeduid als het “**Citroën reparateurcontract**”.

B. Aanvullende contracten

- 2.6. Naast het uitgebreide Citroën dealercontract en Citroën reparateurcontract, welke in grote mate van detail verplichtingen voorschrijven voor de dagelijkse bedrijfsvoering van de Citroën dealers en reparateurs, hanteert Citroën Nederland nog enkele aanvullende contracten en/of concepten.

2.7. [...]

2.8. [...]

2.9. [...]

2.10. [...]

2.11. [...]

2.12. [...]

2.13. [...]

2.14. [...]

2.15. [...]

2.16. [...]

2.17. [...]

2.18. [...]

2.19. [...]

2.20. [...]

C. [...]

2.21. Mede in het kader van de uniforme uitstraling en identiteit, acht Citroën Nederland het van groot belang dat Citroën dealers en reparateurs ieder voorschrift en elke verplichting minutieus opvolgen. Dit ziet niet alleen op voor de hand liggende onderwerpen als de verkoop en reparatie van motorvoertuigen, maar zelfs op triviale zaken als [...].

2.22. [...]

2.23. [...]

2.24. [...]

2.25. [...]

2.26. [...]

2.27. [...]

2.28. [...]

2.29. [...]

2.30. [...]

2.31. [...]

D. Commercial Policy

2.32. Jaarlijks stelt Citroën Nederland een [...]beleid op, de 'Commercial Policy'. Dit is een van de meest wezenlijke en ingrijpende documenten in de samenwerking met de Citroën dealers en reparateurs, aangezien dit beleid grotendeels het verdienmodel van de dealers en reparateurs bepaalt. Het betreft een gedetailleerd en complex document, waarin wordt uiteengezet [...]. Ter illustratie wordt verwezen naar de Commercial Policy 2020 voor dealers (**Productie 29** [...]). Zie hieronder de inhoudsopgave:

[...]

2.33. [...]

2.34. [...]

2.35. [...]

2.36. [...]

2.37. [...]

2.38. [...]

2.39. [...]

2.40. [...]

DS Automobiles

2.41. Citroën Nederland handelt tevens onder de naam DS Automobiles Nederland. Het dealernetwerk van Citroën Nederland met betrekking tot het merk DS (hierna: “DS dealernetwerk”) bestaat uit (i) DS dealers en (ii) DS erkend reparateurs. Citroën Nederland sluit met DS dealers een DS dealercontract, op grond waarvan DS dealers gerechtigd zijn tot de verkoop van DS voertuigen (hierna: “DS-Dealercontract”, zie **Productie 75 – DS-Dealercontract**). Met DS erkend reparateurs sluit Citroën Nederland een DS reparateurcontract voor het leveren van aftersales aan DS voertuigen (hierna “DS-Reparateurcontract”, zie **Productie 76 – DS-Reparateurcontract**). Een dealer kan zowel een DS-Dealercontract als een DS-Reparateurcontract met Citroën Nederland sluiten waardoor de DS dealer het recht verkrijgt om zowel DS voertuigen te verkopen als aftersalesdiensten te verlenen aan DS voertuigen. Alle DS dealers in Nederland zijn tevens aangesteld als erkend DS reparateur in Nederland, en alle DS reparateurs zijn tevens DS dealer.

2.42. DS is een afkorting voor ‘Different Spirit’ of ‘Distinctive Series’ en was voorheen een specifieke voertuigen serie van het merk Citroën. Hoewel het merk DS zich in 2015 heeft afsplitst van het merk Citroën, behoort het nog altijd tot Citroën Nederland (en daarmee tot de PSA groep). DS tracht zich te onderscheiden van het merk Citroën door zich te presenteren als een meer ‘premium’ merk.

2.43. Alle DS dealers zijn tevens Citroën dealer²⁹. Een aantal DS dealers exploiteren een DS salon, hetgeen een shop-in-shop is binnen de Citroën dealervestiging. Andere DS dealers exploiteren een DS store, wat een geheel afzonderlijke DS dealervestiging is die slechts met doorgangen in verbinding staat met de Citroën dealervestiging.

2.44. Net als voor haar Citroën dealernetwerk stelt Citroën Nederland jaarlijks een [...]beleid (Commercial Policy) op voor haar DS dealernetwerk. [...]

²⁹ Niet elke Citroën dealer is tevens DS dealer.

- 2.45. [...] Het DS-Dealercontract en de aanvullende documenten die als verlengstuk van het basiscontract van toepassing zijn op DS dealers worden hierna gezamenlijk het “DS dealercontract” genoemd. Het DS-Reparateurcontract inclusief de aanvullende documenten die als verlengstuk van het basiscontract van toepassing zijn op DS reparateurs worden hierna gezamenlijk aangeduid als het “DS reparateurcontract”.

Rol van de VGPCN

- 2.46. Citroën dealers, erkend Citroën reparateurs, DS dealers en erkend DS reparateurs zijn lid van VGPCN. VGPCN komt op voor de belangen van haar leden jegens Citroën Nederland. Deze vertegenwoordiging vindt plaats middels een overlegstructuur tussen de directieleden van PSA Groep, en het zogeheten Hoofdbestuur, bestaande uit vertegenwoordigers van de Citroën dealers. Tijdens het zogeheten Hoofdbestuur Directieoverleg worden diverse onderwerpen besproken die het gehele dealernetwerk van Citroën aangaan.
- 2.47. In de statuten is bepaald dat de VGPCN de belangen van het gehele dealer netwerk vertegenwoordigt. Via de VGPCN vindt – bij voorkeur – de consultatie van het dealernetwerk aan Citroën Nederland plaats. Anderzijds kan Citroën Nederland onderwerpen voorleggen aan VGPCN voor zover dat passend is.
- 2.48. [...]
- 2.49. [...]
- 2.50. [...]
- 2.51. Kortom, via de VGPCN wordt het overleg tussen Citroën Nederland en het dealernetwerk gestructureerd. Middels het hoofdbestuur directieoverleg worden de uniforme belangen van de dealers kenbaar gemaakt aan Citroën Nederland middels advisering op diverse belangrijke onderwerpen. Echter, in de praktijk beslist Citroën Nederland uiteindelijk eenzijdig over het door haar gewenste commerciële beleid, eventuele aanpassingen aan de formule en/of overige onderwerpen die de bedrijfsvoering van het Citroën dealernetwerk en het DS dealernetwerk raakt. De VGPCN heeft enkel een adviserende rol.

Het geschil: de Wet franchise

- 2.52. Op 1 januari 2021 is de Wet franchise inwerking getreden. Alhoewel franchiseformules niet nieuw zijn, is de wettelijke verankering daarvan in het Nederlandse Burgerlijk Wetboek dat wel. De aanleiding voor deze nieuwe wet is mede ingegeven door de sterk afhankelijke (en vaak kwetsbare) positie waar franchisenemers zich in bevinden ten opzichte van de franchisegever. Deze wet voorziet dan ook in diverse (veelal) dwingendrechtelijke regels, met als oogmerk om

de positie van de afhankelijke franchisenemer ten opzichte van de franchisegever te versterken en beschermen.

- 2.53. Uitgangspunt van de toepasselijkheid van deze wet is de definitie van het begrip 'franchiseovereenkomst' ex artikel 7:911 lid 1 BW:

“de overeenkomst waarbij de franchisegever aan een franchisenemer tegen vergoeding het recht verleent en de verplichting oplegt om een franchiseformule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren voor de productie of verkoop van goederen dan wel het verrichten van diensten”

- 2.54. Het Citroën dealercontract, het Citroën reparateurcontract, het DS dealercontract en het DS reparateurcontract – en de samenwerking tussen Citroën en DS dealer enerzijds en Citroën Nederland anderzijds in meer algemene zin – passen naadloos in bovengenoemde definitie. De kernelementen van franchise zijn duidelijk aanwezig in of als gevolg van het Citroën dealercontract, het Citroën reparateurcontract, het DS dealercontract en het DS reparateurcontract. Op basis daarvan is sprake van: (1) een franchiseformule; (2) een uniforme identiteit en uitstraling; (3) een verplichting om de formule op de door Citroën Nederland aangewezen wijze te exploiteren, en de aanwezigheid van de daarbij behorende bijstand, ondersteuning en controle; (4) betaling van een vergoeding; en (5) een franchiserelatie.
- 2.55. De VGPCN heeft per brief d.d. 29 januari 2021 aan Citroën Nederland kenbaar gemaakt dat zij van mening is dat de Citroën dealercontracten en Citroën reparateurcontracten kwalificeren als franchiseovereenkomst in de zin van de Wet franchise. (**Productie B** [...]). Gelet op de gelijkenissen tussen de DS contracten en de Citroën contracten neemt zij ditzelfde standpunt in ten aanzien van de DS dealercontracten en DS reparateurcontracten. Zowel de Citroën dealers en reparateurs, als de DS dealers en reparateurs hebben derhalve recht op een grote(re) mate van bescherming, een en ander conform de dwingendrechtelijke bepalingen van de Wet franchise.
- 2.56. In reactie daarop heeft Citroën Nederland kort toegelicht waarom zij zichzelf niet beschouwt als franchisegever in de zin van de Wet franchise en zich er derhalve ook niet aan gebonden acht (**Productie C** – [...]). VGPCN heeft daar per e-mail d.d. 22 maart 2021 (**Productie D** [...]) op gereageerd met een onderbouwing van de feitelijke onjuistheid van de stellingen van Citroën Nederland, en aangekondigd Citroën Nederland – namens de leden van VGPCN – in rechte te zullen betrekken. Citroën Nederland heeft kenbaar gemaakt haar standpunt niet te herzien.
- 2.57. Aangezien Citroën Nederland niet bereid is om de verplichtingen van de Wet franchise na te leven, zien de Citroën dealers en erkend reparateurs en de DS dealers en erkend reparateurs zich genoodzaakt om deze procedure aanhangig te maken om de kwalificatie van het Citroën dealercontract, Citroën reparateurcontract, het DS dealercontract en het DS reparateurcontract als franchiseovereenkomsten in rechte vast te doen stellen.

3. HET CITROËN DEALERCONTRACT

Inleiding

- 3.1. In dit hoofdstuk zal de relatie tussen Citroën Nederland en de Citroën dealer op basis van het Citroën dealercontract uitgebreid worden toegelicht. Alhoewel het woord 'dealercontract' wellicht doet vermoeden dat het enkel om een distributieovereenkomst met betrekking tot de verkoop van producten, zal hierna blijken dat de relatie veel verder gaat en veel meer omvat dan enkel afspraken over distributie van producten. Gelet op de omvang van de toepasselijke documentatie zal het Citroën dealercontract in dit hoofdstuk op een **gesimplificeerde wijze** wordt toegelicht, en geldt dat de documentatie ter onderbouwing daarvan slechts een gedeelte van alle documenten, instructies en verplichtingen betreft die op Citroën dealers van toepassing zijn.
- 3.2. Het Dealercontract is kortgezegd een overeenkomst tussen Citroën Nederland en erkende Citroën dealers, dat ziet op de wederverkoop van Citroën voertuigen. De Citroën dealer wordt door Citroën Nederland aangesteld om alle onder het Dealercontract vallende activiteiten te verrichten die betrekking hebben op de distributie, verkoop en levering van (i) nieuwe Citroën voertuigen en de daarop betrekking hebbende uitrustingen en accessoires, (ii) mobiliteitsdiensten en (iii) andere producten en diensten die voorkomen op de van kracht zijnde prijslijsten van Citroën Nederland (**Productie 1** [...]).
- 3.3. [...]
- 3.4. [...]
- 3.5. [...]
- 3.6. [...]
- 3.7. [...]
- 3.8. Citroën Nederland brengt continu talrijke richtlijnen, instructies en andere voorschriften uit, die allemaal zien op de wijze waarop de Citroën dealer haar bedrijf moet inrichten en uitvoeren. [...]
- 3.9. De term 'zelfstandige' onderneming staat dan ook in schril contrast met de werkelijkheid, hetgeen hierna zal worden geïllustreerd. Hetgeen feitelijk correct is aan de termen 'zelfstandig' en 'voor eigen rekening' is dat Citroën Nederland simpelweg stelt niet aansprakelijk te zijn indien de door haar opgelegde regels, investeringen en/of instructies ten aanzien van de bedrijfsvoering van dealers niet renderen. De Citroën dealer is zelf verantwoordelijk voor zijn schulden en uitgaven.

Inhoud Citroën dealercontract

- 3.10. Het Dealercontract dat van toepassing is per [...] geeft een Citroën dealer enerzijds diverse rechten, en omvat anderzijds veel voorschriften en verplichtingen. De uitgebreide set aan voorschriften, regels en normen die aan de Citroën dealers worden voorgeschreven heeft betrekking op alle facetten van de onderneming. Het Dealercontract bestaat uit de volgende onderdelen.

[...]

- 3.11. [...]

- 3.12. [...]

- 3.13. De voorschriften uit het Citroën dealercontract zullen hierna per deelonderwerp gesignaleerd en (op punten) toegelicht worden, onder verwijzing naar het betreffende contractuele document. De deelonderwerpen van het Dealercontract zijn als volgt:

- A. Verkoop(proces) producten en diensten
- B. Personeel en training
- C. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten
- D. Administratie, (financiële) informatieverstrekking en IT-systemen
- E. Targets, controle en evaluaties
- F. Vergoedingen

A. VERKOOP(PROCES) PRODUCTEN EN DIENSTEN

- 3.14. [...]

- 3.15. De Citroën dealer moet bij het verkoopproces zich volledig houden aan alle instructies van Citroën Nederland. Uit hetgeen hierna wordt toegelicht volgt dat deze instructies zeer omvangrijk zijn waardoor er nauwelijks ruimte over blijft voor de dealer om het verkoopproces zelf in te richten. De verplichting om de instructies van Citroën Nederland na te leven staat op diverse plekken in het Dealercontract beschreven. Zie ter illustratie:

(Productie 1 [...])

[...]

Verkoop van Citroën voertuigen

3.16. [...]

3.17. [...]

Aankoop van motorvoertuigen

3.18. [...]

3.19. [...]

3.20. [...]

3.21. [...]

3.22. [...]

Demonstratie, voorraad en tentoongestelde voertuigen

3.23. [...]

3.24. [...]

3.25. [...]

3.26. [...]

3.27. [...]

3.28. [...]

3.29. [...]

Voorgeschreven klanten voor verkoop motorvoertuigen

3.30. [...]

3.31. [...]

3.32. [...]

Verkoop van motorvoertuigen van een ander merk

3.33. [...]

3.34. [...]

Werkwijzen en processen in het kader van wederverkoop

3.35. [...]

3.36. [...]

3.37. [...]

3.38. [...]

3.39. [...]

3.40. [...]

3.41. [...]

3.42. [...]

3.43. [...]

3.44. [...]

3.45. [...]

3.46. [...]

3.47. [...]

3.48. [...]

3.49. [...]

3.50. [...]

3.51. [...]

3.52. [...]

3.53. [...]

3.54. [...]

B. PERSONEEL EN TRAINING

Personeel

3.55. De Citroën dealer is verplicht om de door Citroën Nederland opgestelde criteria, normen, methodes, operationele merkstandaarden en kwaliteitsstandaarden ten aanzien van het personeel van de dealer na te leven (artikel [...] van het Dealercontract).

3.56. [...]

3.57. [...]

3.58. Daarnaast stelt Citroën Nederland voor personeelsleden nadere voorwaarden, welke zijn neergelegd in diverse andere documenten. Zo worden er bijvoorbeeld voorwaarden opgelegd aan de Citroën Professional Centers. Ingevolge **Productie 5 – Commercial Policy 2021**, p. 38 geldt voor 2021 de verplichting dat er “*minimaal één fulltime dedicated Citroën Accountmanager Zakelijke Markt (AZM) en één Bedrijfswaren specialist*” in dienst is.

3.59. [...]

Training

3.60. Citroën Nederland stelt ook talrijke verplichtingen op voor de training van het dealerpersoneel.
[...]

3.61. [...]

3.62. [...]

3.63. [...]

3.64. [...]

3.65. [...]

3.66. [...]

C. BEDRIJFSINRICHTING EN MARKETINGACTIVITEITEN

3.67. [...]

3.68. [...]

3.69. [...]

3.70. [...]

3.71. Citroën Nederland bepaalt dus in vergaande mate de totale inrichting van dealerverstoppingen, met als doel om de bedrijfsinrichtingen van de Citroën dealers een herkenbare en uniforme uitstraling te geven.

3.72. [...]

3.73. [...]

3.74. [...]

3.75. [...]

3.76. [...]

3.77. [...]

Merksymbolen

3.78. [...]

3.79. [...]

3.80. [...]

3.81. [...]

3.82. [...]

Algemene vereisten t.a.v. interieur

3.83. [...]

3.84. [...]

3.85. [...]

3.86. [...]

3.87. [...]

3.88. [...]

3.89. [...]

3.90. [...]

3.91. [...]

3.92. [...]

3.93. [...]

3.94. [...]

3.95. [...]

Algemene vereisten t.a.v. exterieur

3.96. [...]

3.97. [...]

3.98. [...]

3.99. [...]

3.100. [...]

3.101. [...]

3.102. [...]

3.103. [...]

3.104. [...]

3.105. [...]

Online aanwezigheid

3.106. [...]

3.107. [...]

Marketingactiviteiten

3.108. [...]

3.109. [...]

3.110. [...]

3.111. [...]

3.112. [...]

3.113. [...]

3.114. [...]

3.115. [...]

3.116. [...]

3.117. [...]

D. ADMINISTRATIE, (FINANCIËLE) INFORMATIEVERSTREKKING EN IT-SYSTEMEN

3.118. Citroën Nederland legt aan haar dealers tal van verplichtingen en regels op met betrekking tot administratie, informatieverstrekking en te gebruiken IT-systemen. De eisen en procedures die worden opgelegd zijn dermate verstrekking dat er voor de dealers een minimale vrijheid resteert voor een eigen werkwijze. [...]

Administratie en (financiële) informatieverstrekking

3.119. [...]

3.120. [...]

3.121. [...]

3.122. [...]

3.123. [...]

3.124. [...]

3.125. [...]

3.126. [...]

3.127. [...]

3.128. [...]

3.129. [...]

IT-systemen

3.130. [...]

3.131. [...]

3.132. [...]

3.133. [...]

3.134. [...]

3.135. [...]

3.136. [...]

3.137. [...]

E. TARGETS, CONTROLE EN EVALUATIES

3.138. Alle hiervoor genoemde instructies en verplichtingen worden op diverse manieren gecontroleerd en geëvalueerd door Citroën Nederland. Ook worden diverse targets opgelegd aan de Citroën dealers. Middels deze controle, evaluatie en targets wordt de Citroën dealer – direct en indirect – verplicht tot het voldoen aan alle instructies en verplichtingen van Citroën Nederland. [...]

3.139. [...]

Evaluatie en controle

3.140. [...]

3.141. [...]

3.142. [...]

3.143. [...]

3.144. [...]

3.145. [...]

3.146. [...]

3.147. [...]

Targets

3.148. [...]

3.149. [...]

3.150. [...]

3.151. [...]

3.152. [...]

3.153. [...]

3.154. [...]

3.155. [...]

3.156. [...]

3.157. [...]

3.158. [...]

3.159. [...]

F. VERGOEDINGEN

3.160. Citroën Nederland verplicht haar dealers om voor diverse producten en diensten vergoedingen te betalen. De te betalen vergoedingen die worden opgelegd op basis van de jaarlijkse Commercial Policy zijn vaak onderwerp van discussie, omdat de toepasselijke voorwaarden doorgaans eenzijdig door Citroën Nederland worden vastgesteld en opgelegd. [...]

3.161. [...]

3.162. [...]

3.163. [...]

3.164. [...]

3.165. [...]

3.166. [...]

3.167. [...]

4. HET CITROËN REPARATEURCONTRACT

Inleiding

- 4.1. Naast het Dealercontract werkt Citroën Nederland met het Citroën reparateurcontract. Dit is kortgezegd een overeenkomst tussen Citroën Nederland en erkend Citroën reparateurs, welke ziet op het leveren van aftersalesdiensten ten aanzien van Citroën voertuigen. In dit hoofdstuk zal de relatie tussen Citroën Nederland en de Citroën reparateurs nader worden toegelicht. Ook ten aanzien van het reparateurcontract geldt dat deze in dit hoofdstuk op **gesimplificeerde wijze** zal worden toegelicht, waarbij de documentatie die wordt overlegd ter onderbouwing slechts een gedeelte van alle documenten, instructies en verplichtingen betreft die op Citroën reparateurs van toepassing zijn.
- 4.2. De Citroën reparateur is door Citroën Nederland aangesteld om alle onder het Reparateurcontract vallende activiteiten te verrichten die betrekking hebben op het verlenen van reparatie en onderhoudsdiensten aan Citroën voertuigen. [...]
- 4.3. [...]
- 4.4. [...]
- 4.5. Hierna zal blijken dat Citroën Nederland vergaande verplichtingen oplegt aan de erkend reparateurs, ter bewaking van de uniformiteit van de aftersalesdienstverlening en daarbij behorende uitstraling en herkenbaarheid. [...]

Inhoud Citroën reparateurcontract

- 4.6. Het Citroën reparateurcontract geeft een erkende Citroën reparateur enerzijds diverse rechten, en omvat anderzijds veel voorschriften en verplichtingen. De uitgebreide set aan voorschriften, regels en 'standards' die aan de Citroën reparateurs worden voorgeschreven hebben betrekking op alle facetten van de onderneming. [...]
- 4.7. Het Reparateurcontract (**Productie 2**) bestaat uit de volgende onderdelen:
[...]
- 4.8. [...]
- 4.9. De voorschriften uit het Citroën reparateurcontract zullen hierna per deelonderwerp gesignaleerd en (op punten) toegelicht worden, onder verwijzing naar het betreffende contractuele document. De deelonderwerpen van het Citroën reparateurcontract zijn als volgt:

- A. Reparatie en onderhoud
- B. Personeel en training
- C. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten
- D. Administratie, IT-systemen en (financiële) informatieverstrekking
- E. Targets, controle en evaluaties
- F. Vergoedingen

A. REPARATIE EN ONDERHOUD

4.10. Met betrekking tot de levering van aftersalesdiensten door de Citroën reparateurs legt Citroën Nederland eveneens een veelvoud aan verplichtingen op. [...]

4.11. [...]

4.12. [...]

Distributie of aftersales van voertuigen van een ander merk

4.13. [...]

4.14. [...]

4.15. Citroën Nederland legt dus strikte voorwaarden op aan haar reparateurs indien zij voornemens zijn werkzaamheden voor een ander merk te verrichten. Citroën Nederland tracht met deze voorwaarden onder meer haar knowhow te beschermen, hetgeen kenmerkend is voor franchise.

Onderdelen, accessoires en gereedschappen

4.16. [...]

4.17. [...]

4.18. [...]

4.19. [...]

4.20. [...]

4.21. [...]

4.22. [...]

4.23. [...]

4.24. [...]

4.25. [...]

4.26. [...]

Reparatie- en onderhoudswerkzaamheden

4.27. Bij de uitvoering van reparatie- en onderhoudswerkzaamheden aan voertuigen moeten Citroën reparateurs aan de door Citroën Nederland opgestelde regels voldoen. [...]

4.28. [...]

4.29. [...]

4.30. [...]

4.31. [...]

4.32. [...]

4.33. [...]

4.34. [...]

4.35. [...]

4.36. [...]

4.37. [...]

4.38. [...]

4.39. [...]

4.40. [...]

4.41. [...]

4.42. [...]

4.43. [...]

4.44. [...]

4.45. [...]

4.46. [...]

4.47. [...]

4.48. [...]

4.49. [...]

4.50. [...]

Garantie

4.51. Daarnaast gelden er diverse voorschriften voor de garantiewerkzaamheden. [...]

4.52. [...]

4.53. [...]

4.54. [...]

4.55. [...]

4.56. [...]

4.57. [...]

4.58. [...]

4.59. [...]

4.60. [...]

4.61. [...]

4.62. [...]

4.63. [...]

4.64. [...]

4.65. [...]

B. PERSONEEL EN TRAINING

Personeel

4.66. De Citroën reparateur is verplicht om de door Citroën Nederland opgestelde criteria, normen, methodes en operationele merkstandaarden ten aanzien van het personeel van de reparateur na te leven (artikel [...] van het Reparateurcontract). [...]

4.67. [...]

4.68. [...]

4.69. [...]

4.70. [...]

4.71. [...]

Training

4.72. Training van medewerkers acht Citroën Nederland van essentieel belang, zo blijkt uit [...]. Citroën Nederland stelt talrijke verplichtingen in dat kader op. [...]

4.73. [...]

4.74. [...]

4.75. [...]

4.76. [...]

C. BEDRIJFSINRICHTING EN MARKETINGACTIVITEITEN

4.77. [...]

4.78. [...]

4.79. Citroën Nederland bepaalt dus in vergaande mate de totale inrichting van reparateurvestigingen, met als doel om de bedrijfsinrichtingen van de Citroën reparateurs een herkenbare en uniforme uitstraling te geven.

4.80. [...]

4.81. [...]

Merksymbolen

4.82. [...]

4.83. [...]

4.84. [...]

Vereisten t.a.v. interieur

4.85. [...]

4.86. [...]

4.87. [...]

4.88. [...]

4.89. [...]

4.90. [...]

4.91. [...]

Vereisten t.a.v. exterieur

4.92. [...]

4.93. [...]

4.94. [...]

4.95. [...]

4.96. [...]

4.97. [...]

4.98. [...]

4.99. [...]

Marketingactiviteiten

4.100. [...]

4.101. [...]

4.102. [...]

4.103. [...]

4.104. [...]

D. ADMINISTRATIE, (FINANCIËLE) INFORMATIEVERSTREKKING EN IT-SYSTEMEN

4.105. Citroën Nederland legt aan Citroën reparateurs uitgebreide verplichtingen en regels op met betrekking tot administratie, informatieverstrekking en te gebruiken IT-systemen. De eisen en procedures die worden opgelegd zijn dermate verstrekkend dat er slechts een beperkte vrijheid resteert voor een eigen werkwijze van de Citroën reparateurs. [...]

Administratie en (financiële) informatieverstrekking

4.106. [...]

4.107. [...]

4.108. [...]

4.109. [...]

4.110. [...]

4.111. [...]

4.112. [...]

4.113. [...]

IT-systemen

4.114. [...]

4.115. [...]

4.116. [...]

4.117. [...]

4.118. [...]

4.119. [...]

E. TARGETS, CONTROLE EN EVALUATIES

4.120. Net als bij de dealers wordt de naleving van de hiervoor genoemde instructies en verplichtingen voor reparateurs door Citroën Nederland op diverse wijzen gecontroleerd en geëvalueerd, en worden ook aan reparateurs diverse targets opgelegd. De reparateurs worden middels de controle, evaluatie en targets – direct en indirect – verplicht om hun bedrijf conform alle door Citroën Nederland opgelegde instructies en verplichtingen te voeren. [...]

4.121. [...]

Evaluatie en controle

4.122. [...]

4.123. [...]

4.124. [...]

4.125. [...]

4.126. [...]

4.127. [...]

4.128. [...]

4.129. [...]

4.130. [...]

Targets

4.131. [...]

4.132. [...]

4.133. [...]

4.134. [...]

4.135. [...]

4.136. [...]

F. VERGOEDINGEN

4.137. Citroën Nederland legt diverse vergoedingen op aan haar Citroën reparateurs. [...]

4.138. [...]

4.139. [...]

4.140. [...]

5. HET DS DEALER- EN REPARATEURCONTRACT

Inleiding

- 5.1. Naast de activiteiten die Citroën Nederland verricht met betrekking tot het merk Citroën, bekleedt Citroën Nederland – onder de handelsnaam DS Automobiles (Nederland) – een vergelijkbare rol met betrekking tot producten en diensten van het merk DS. Zowel de omvang van het DS dealer- en reparateurcontract als de aard van de verplichtingen die daaruit voortvloeien zijn vergelijkbaar met het Citroën dealer- en reparateurcontract.
- 5.2. In voorgaande hoofdstukken is de relatie tussen Citroën Nederland en de Citroën dealers en reparateurs zeer uitgebreid toegelicht. Gelet op de gelijkenissen tussen de Citroën en DS contracten, en omwille van de omvang van de dagvaarding en daarbij overlegde producties, volgt hierna een beknopte toelichting van de verschillen tussen de DS contracten en de Citroën contracten.
- 5.3. Ten aanzien van diverse verplichtingen, criteria, vereisten en/of onderdelen die gelijk zijn aan Citroën zal in dit hoofdstuk tevens worden terugverwezen naar voorgaande hoofdstukken, e.e.a. ter verduidelijking en om herhaling te voorkomen. Omwille van de omvang van de reeds overlegde producties en de gelijkenissen tussen de voorschriften en instructies die Citroën Nederland oplegt, worden (vooralsnog) niet alle documenten inzake de DS dealer- en reparateurformule overlegd. Enkel het DS-dealercontract, DS-reparateurcontract en de DS Commercial Policy 2021 worden overlegd, waarmee de gelijkenissen tussen de Citroën en DS dealer- en reparateurcontracten en daarmee de Citroën- en DS franchiseformules worden toegelicht. Bovendien zijn, zoals hierna zal blijken, diverse documenten reeds overlegd die zowel van toepassing zijn op de Citroën dealers en reparateurs, als op DS dealers en reparateurs. Dit laat onverlet dat eiser bereid is om op verzoek aanvullende stukken te overleggen die aantonen dat sprake is van een (met Citroën vergelijkbare) DS dealerformule en DS reparateurformule, zoals documentatie inzake de Corporate Identity van DS. Specifiek wordt hiervoor verwezen naar het bewijsaanbod zoals beschreven in randnummer 11.3.

DS dealer- en reparateurcontract

- 5.4. Het DS-Dealercontract is kortgezegd een overeenkomst tussen Citroën Nederland en erkende DS dealers, dat ziet op de wederverkoop van DS voertuigen. De DS dealer wordt door Citroën Nederland aangesteld om alle onder het DS-Dealercontract vallende activiteiten te verrichten die betrekking hebben op de distributie, verkoop en levering van (i) nieuwe DS voertuigen; (ii) de daarop betrekking hebbende uitrustingen en accessoires, en (iii) andere producten en diensten die voorkomen op de van kracht zijnde prijslijsten van Citroën Nederland (**Productie 75** [...]).
- 5.5. [...]

- 5.6. Net als het Citroën dealercontract geeft het DS dealercontract de erkende reparateur enerzijds diverse rechten, en omvat het anderzijds veel voorschriften, regels, normen en verplichtingen die betrekking hebben op alle facetten van de onderneming (zie voor een nadere toelichting hierop randnummers 3.11³⁰ en 3.12³¹). Het DS-Reparateurcontract bestaat uit de volgende onderdelen:

[...]

- 5.7. Naast het DS-Dealercontract werkt Citroën Nederland met het DS-Reparateurcontract. Dit is kortgezegd een overeenkomst tussen Citroën Nederland en erkend DS reparateurs, welke ziet op het leveren van aftersalesdiensten ten aanzien van DS voertuigen. De DS reparateur is door Citroën Nederland aangesteld om alle onder het DS-Reparateurcontract vallende activiteiten te verrichten die betrekking hebben op het verlenen van reparatie en onderhoudsdiensten aan DS voertuigen (**Productie 76** – [...]).

- 5.8. [...]

- 5.9. Net als het Citroën reparateurcontract geeft het DS reparateurcontract de erkende reparateur enerzijds diverse rechten, en omvat het anderzijds veel voorschriften en verplichtingen (zie voor een nadere toelichting hierop randnummers 4.6³² en 4.8³³). Het DS-Reparateurcontract bestaat uit de volgende onderdelen:

[...]

Aanvullende contracten en programma's

- 5.10. In hoofdstukken 2, 3 en 4 zijn diverse aanvullende contracten en programma's toegelicht, ten aanzien waarvan geldt dat de hiernavolgende contracten en programma's en alle bijbehorende voorschriften ook van toepassing zijn op DS dealers en reparateurs³⁴:

[...]

A. Verkoop(proces) producten en diensten

- 5.11. [...] De DS dealer dient de verkoop van DS producten volledig in te richten conform alle instructies van Citroën Nederland (artikel [...] van het DS-Dealercontract, zie in dit kader tevens artikel [...] van het DS-Dealercontract), en bij de verkoop van motorvoertuigen van een ander

³⁰ [...]

³¹ [...]

³² [...]

³³ [...]

³⁴ [...]

merk aan verschillende aanvullende eisen te voldoen (artikel [...] van het DS-Dealercontract). In dit kader gelden de principes zoals toegelicht in randnummers 3.16 – 3.22, 3.30, 3.33 en 3.34³⁵ ook voor DS dealers.

- 5.12. [...] Het beleid van Citroën Nederland ten aanzien van de demonstratie, voorraad en tentoongestelde voertuigen voor Citroën dealers, zoals besproken in randnummers 3.23 – 3.29, onder meer met betrekking tot [...], komt nagenoeg overeen met het beleid dat op DS dealers van toepassing is.
- 5.13. Het proces voor de verkoop van DS voertuigen wordt – net als voor de verkoop van Citroën voertuigen – tot in detail voorgeschreven en geaudit. [...] De in randnummers 3.35 – 3.48 toegelichte normen en standaarden en de aldaar aangehaalde producties, welke het volledige verkoopproces van Citroën dealers voorschrijven, gelden ook voor DS dealers t.a.v. de verkoop van DS producten, met dien verstande dat de inhoud van bepaalde normen of standaarden die voor DS dealers gelden op detailniveau kunnen afwijken.
- 5.14. Daarnaast stelt Citroën Nederland eveneens uitgebreide handleidingen op voor [...]. De omvang en (gedetailleerde) aard van deze handleidingen zijn soortgelijk aan de ter illustratie overlegde [...] (zie randnummers 3.49– 3.54 en de aldaar aangehaalde producties).

B. Reparatie en onderhoud

- 5.15. De erkende DS reparateurs dienen bij het verrichten van aftersalesdiensten aan allerlei vereisten te voldoen, welke voortvloeien uit [...].³⁶ In dit kader gelden de principes zoals toegelicht in randnummers 4.16 – 4.26³⁷ en de verplichtingen die voortvloeien uit de aangehaalde producties³⁸ ook voor DS dealers.
- 5.16. De voorschriften met betrekking tot de werkwijze en andere verplichtingen waar DS reparateurs zich bij de uitvoering van reparatie- en onderhoudswerkzaamheden aan DS voertuigen moeten houden, worden tot in detail voorschreven door Citroën Nederland, en vloeien voort uit [...]. De in randnummers 4.27 – 4.45 toegelichte instructies, normen en standaarden, en de aldaar aangehaalde producties gelden ook t.a.v. de aftersaleswerkzaamheden van DS reparateurs, met dien verstande dat de inhoud van bepaalde normen of standaarden voor DS op detailniveau kunnen afwijken van de normen en standaarden voor Citroën:

[...]

³⁵ [...]

³⁶ Zie voor een nadere toelichting randnummers 4.10 – 4.15.

³⁷ [...]

³⁸ [...]

- 5.17. Ook de technische ondersteuning, zoals toegelicht in randnummers 4.46 – 4.50 en de aldaar aangehaalde producties, biedt Citroën Nederland aan DS reparateurs. De voorschriften met betrekking tot garantiewerkzaamheden, uiteengezet in randnummers 4.51 – 4.65 en **Producties 9 en 10**, zijn eveneens van toepassing op DS reparateurs.

C. Personeel en training

- 5.18. Voor DS dealers- en reparateurs gelden – net als voor Citroën dealers en reparateurs – verscheidene verplichtingen ten aanzien van het personeel dat zij in dienst hebben en de training van dit personeel. De principes die zijn toegelicht met betrekking tot het personeel van Citroën dealers en reparateurs in randnummers 3.55 – 3.59³⁹ en 4.66 – 4.71⁴⁰, zijn eveneens van toepassing op DS dealers en reparateurs. Anders dan Citroën dealers dienen DS dealers daarnaast tevens de volgende personeelsleden in dienst te hebben:

[...]

- 5.19. [...]

- 5.20. [...]

D. Bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten

- 5.21. Het beleid en de voorschriften die Citroën Nederland oplegt met betrekking tot de bedrijfsinrichting van de dealer- en reparateurvestiging, de identificatie, het merk(imago), de presentatie van de producten, diensten en accessoires aan klanten en de Corporate Identity van DS zijn zowel qua aard als qua omvang gelijk aan de verplichtingen voor Citroën dealers en reparateurs, met dien verstande dat de inhoud van de DS verplichtingen, zoals de kleurstellingen, logo's en specifieke indeling, van Citroën verschilt.

- 5.22. [...]

- 5.23. [...]

- 5.24. [...]

- 5.25. Net als Citroën dealers en reparateurs worden DS dealers en reparateurs verplicht om de DS producten en diensten conform de voorschriften en eisen van Citroën Nederland te promoten.

³⁹ [...]

⁴⁰ [...]

De in randnummers 3.108 – 3.117⁴¹ toegelichte principes die van toepassing zijn op de marketingactiviteiten van Citroën dealers, en de in randnummers 4.100 – 4.104⁴² uiteengezette principes die van toepassing zijn op marketingactiviteiten van Citroën reparateurs, zijn eveneens van toepassing op respectievelijk DS dealers en DS reparateurs.

5.26. Citroën Nederland legt aan DS dealers en reparateurs, net als aan Citroën dealers en reparateurs, verplichtingen op inzake de online aanwezigheid.⁴³ [...]

5.27. [...]

5.28. [...]

5.29. [...]

5.30. [...]

E. Administratie, (financiële) informatieverstrekking en IT-systemen

5.31. Het overgrote deel van de verplichtingen en regels met betrekking tot administratie, informatieverstrekking en te gebruiken IT systemen gelden PSA Groupe breed. De reeds besproken procedures en vereisten die Citroën Nederland aan Citroën dealers en reparateurs oplegt, zijn ook van toepassing op het DS dealernetwerk. De principes die uiteen zijn gezet in randnummers 3.118 – 3.137⁴⁴ en de aldaar aangehaalde producties gelden tevens voor DS dealers, en de principes die zijn toegelicht in randnummers 4.105 – 4.119⁴⁵ en de aldaar aangehaalde producties gelden ook voor DS reparateurs.

F. Targets, controle en evaluaties

5.32. De verplichtingen en instructies die Citroën Nederland oplegt gaan hand in hand met targets die DS dealers en reparateurs worden geacht te behalen. Naleving daarvan wordt op diverse manieren gecontroleerd en geëvalueerd. [...]

5.33. [...]

5.34. [...]

5.35. [...]

⁴¹ [...]

⁴² [...]

⁴³ [...]

⁴⁴ [...]

⁴⁵ [...]

G. Vergoedingen

- 5.36. Citroën Nederland legt aan haar DS dealers en reparateurs diverse vergoedingen op voor producten en diensten, die op verschillende manieren worden doorberekend. Deze vergoedingen komen qua aard en opbouw overeen met de vergoedingen die de Citroën dealers en reparateurs dienen te betalen. Voor een toelichting op (de wijze waarop) deze vergoedingen (worden doorberekend) wordt verwezen naar randnummers 3.160 – 3.167 en 4.137 – 4.140.
- 5.37. [...]
- 5.38. [...]
- 5.39. [...]

6. JURIDISCH KADER

Achtergrond franchise

- 6.1. Tot voor kort was de franchiseovereenkomst een niet wettelijk geregelde, ‘onbenoemde overeenkomst’. De inwerkingtreding van de Wet franchise op 1 januari 2021 heeft daar echter verandering in gebracht.
- 6.2. Franchise is “een systeem voor de afzet van goederen of diensten, gebaseerd op een hechte en voortdurende samenwerking tussen juridisch en financieel zelfstandige en onafhankelijke ondernemingen: de franchisegever en zijn individuele franchisenemer(s)”.⁴⁶ De franchiseovereenkomst heeft raakvlakken met verschillende benoemde en onbenoemde overeenkomsten. In dit kader kan bijvoorbeeld gedacht worden aan de licentieovereenkomst inzake merken, onderdelen van koop- of huurovereenkomsten voor wat betreft machines, uitrusting en/of bedrijfsruimte, elementen van de distributieovereenkomst ten aanzien van het te verkopen product of de te verlenen dienst, en overeenkomst inzake gezamenlijk adverteren.⁴⁷
- 6.3. Franchise is een bijzondere vorm van verticale samenwerking die niet altijd eenvoudig kan worden onderscheiden van distributie. Franchiseovereenkomsten en distributieovereenkomsten zijn beide duurovereenkomsten met betrekking tot de afzet van producten of diensten aan derden, waarbij zowel de franchisenemer als de distributeur handelt voor eigen rekening en risico en in eigen naam, dat wil zeggen niet als vertegenwoordiger van de leverancier of franchisegever.

⁴⁶ MvT Wet franchise, paragraaf 1.1, p.1.

⁴⁷ Zie Asser/Houben 7-X 2019/152, p. 101-103, onder verwijzing naar A.J.J. van der Heiden, ‘Franchising: definitie, werkwijze, in- en externe aansprakelijkheid’, 1999, p. 11-12 en S. Claeys, ‘Franchising’, 2009, p. 231; en A.U. Schimansky, ‘Der Franchisevertrag nach deutschem und niederländischem Recht’, 2003.

6.4. Het onderscheid tussen de franchiseovereenkomst en de klassieke distributieovereenkomst zit hem met name in de formule die de franchisegever heeft ontwikkeld, waarbinnen intellectuele eigendomsrechten en knowhow essentieel zijn, en zo goed mogelijk worden beschermd. Anders dan bij reguliere distributie staat bij franchise de continue overdracht van praktische uitvoeringsinformatie aan de franchisenemer centraal, en dient de franchisenemer gebruik te maken van de (handels)merken, naam, knowhow en/of het logo van de franchisegever, onder de voorwaarden die worden neergelegd in de overeenkomst. De omvang, reikwijdte en gedetailleerdheid van de verplichtingen in franchiseovereenkomsten gaat aanmerkelijk verder dan de regels en verplichtingen in klassieke distributieovereenkomsten.

6.5. Franchise is wereldwijd een succesvol concept gebleken voor de distributie van goederen en diensten, onder meer omdat zowel de franchisegever als de franchisenemer hun voordeel doen bij deze vorm van samenwerking:

“De voordelen voor de franchisegever zijn dat hij niet zelf in filialen en personeel hoeft te investeren en niet zelf het ondernemersrisico van die filialen draagt. De franchisenemer drijft zijn eigen onderneming en vooral dat is voor de franchisegever van groot belang: de franchisenemer is meer gebaat bij een succesvolle exploitatie dan een filiaalhouder die niet zelf het ondernemersrisico draagt. De franchisegever kan op deze wijze snel zijn netwerk uitbreiden, zonder dat hij daar de substantiële investeringen voor hoeft te plegen die nodig zouden zijn indien hij door middel van eigen filialen zou uitbreiden. Voor de franchisenemer geldt als voordeel dat hij kan toetreden tot een reeds ontwikkelde formule (al geldt dat niet altijd voor de eerste franchisenemers in de rij). Hij hoeft niet na te denken over het concept en ook wordt over het algemeen de reclame centraal door de franchisegever geregeld. Zijn naamsbekendheid is veel groter dan hij als zelfstandig bedrijf zou kunnen bereiken, daarmee vermindert hij het ondernemersrisico.”⁴⁸

6.6. Het recht op exploitatie van de formule bestaat doorgaans uit een gebruiksrecht op de intellectuele eigendomsrechten, meestal in de vorm van een licentie, en het recht op (de toepassing van) de door praktische uitvoeringsinformatie van de franchisegever – de knowhow – waarvoor geheimhouding overeen wordt gekomen. De franchisenemer draagt daar een vergoeding voor af, welke bijvoorbeeld kan bestaan uit een vast periodiek bedrag, of royalty's over de verkochte producten.

6.7. Voorts zijn herkenbaarheid en uniformiteit van essentieel belang voor het slagen van een franchiseformule. Voor de afnemer moet het product of de dienst die de franchiseketen aanbiedt herkenbaar zijn, ongeacht bij welke franchisenemer hij binnenstapt. Om dit te waarborgen wordt door franchisegevers vaak documentatie opgesteld met een beschrijving van de formule, verantwoordelijkheden, taken en instructies. De omvang en de reikwijdte van de verplichtingen

⁴⁸ Zie Asser/Houben 7-X 2019/140 en 2019/141, onder verwijzing naar Martinek 1992, p. 16-18; vgl. Kneppers-Heijnert, diss. 1988, p. 230-235; Goyder 2011, p. 175.

die voortvloeien uit franchiseovereenkomsten gaan in beginsel dan ook aanmerkelijk verder dan de regels en verplichtingen op basis van distributieovereenkomsten. Zo wordt veelal beschreven hoe de winkel dient te worden ingericht en welke producten er moeten worden gepresenteerd. De franchisenemers zijn contractueel aan de franchisegever gebonden maar blijven zelfstandige ondernemingen.

- 6.8. Door de afwezigheid van specifieke (formele) franchisereggeving in Nederland tot 2021 heeft de rechtspraak in kwesties rondom (duiding van) franchise een belangrijke rol gespeeld. Uitgangspunt voor de kwalificatie van een contract als franchiseovereenkomst is het Europeesrechtelijke *Pronuptia*-arrest,⁴⁹ waarin een franchisenemer aanvoerde dat zijn franchiseovereenkomst in strijd was met het kartelverbod en daarmee nietig was. In dat arrest bepaalde het Europese Hof van Justitie dat een overeenkomst aan twee (overkoepelende) criteria moet voldoen om als franchiseovereenkomst te kwalificeren:

“In de eerste plaats moet de franchisegever de franchisenemer zijn know-how kunnen overdragen en hem de nodige bijstand bij de toepassing van zijn methoden kunnen verlenen, zonder het risico te lopen dat die know-how en die bijstand zij het ook maar indirect aan concurrenten ten goede komen. [...]”⁵⁰

“In de tweede plaats moet de franchisegever de passende maatregelen kunnen nemen voor het behoud van de identiteit en de reputatie van de door de handelsnaam gesymboliseerde verkooporganisatie. [...]”⁵¹

- 6.9. Het verschil met ‘gewone’ distributieovereenkomsten ziet onder meer op het gebruik van dezelfde handelsnaam, de toepassing van eenvormige commerciële methoden of de betaling van royalty's in ruil het gebruiksrecht, zo volgt uit de *Pronuptia*-uitspraak van het Europese Hof:

“Overeenkomsten inzake verkoopfranchising onderscheiden zich van alleenverkoopovereenkomsten en van overeenkomsten met erkende wederverkopers in het kader van een selectief distributiestelsel, doordat deze laatste niet voorzien in het gebruik van eenzelfde handelsnaam, de toepassing van eenvormige commerciële methoden of de betaling van royalty's in ruil voor de toegestane voordelen.”⁵²

- 6.10. In het *Paalman/Lampenier*-arrest⁵³ heeft de Hoge Raad in 2002 verduidelijkt dat hij voor de betekenis van een franchiseovereenkomst uitgaat van de definitie zoals opgenomen in de destijds geldende franchisegroepsvrijstelling, Verordening 4087/88:

⁴⁹ HvJ EG 28 januari 1986, C-161/84, ECLI:EU:C:1986:41 (*Pronuptia*).

⁵⁰ HvJ *Pronuptia*, para. 16.

⁵¹ HvJ *Pronuptia*, para. 17.

⁵² HvJ *Pronuptia*, para. 15.

⁵³ HR 25 januari 2002, ECLI:NL:HR:2002:AD7329 (*Paalman/Lampenier*).

“een overeenkomst krachtens welke een onderneming, de franchisegever, de wederpartij, de franchisenemer, tegen rechtstreekse of indirecte geldelijke vergoeding het recht verleent een franchiseonderneming te exploiteren voor de afzet van bepaalde typen goederen en/of de verrichting van bepaalde diensten; zij omvat ten minste verplichtingen met betrekking tot: - het gebruik van een gemeenschappelijke naam of een gemeenschappelijk embleem en een uniforme opzet van de contractsvestiging en/of vervoermiddelen, - de mededeling door de franchisegever aan de franchisenemer van know how, en - de voortdurende verlening van commerciële of technische bijstand door de franchisegever aan de franchisenemer gedurende de looptijd van de overeenkomst”⁵⁴

- 6.11. De Richtsnoeren inzake verticale beperkingen⁵⁵ omschrijven ‘franchise’ voorts als (onderstreping toegevoegd):

“Franchiseovereenkomsten bevatten licenties voor intellectuele-eigendomsrechten op met name handelsmerken of emblemen en knowhow voor het gebruik en de distributie van goederen of diensten. Naast de licentie voor intellectuele-eigendomsrechten verstrekt de franchisegever de franchisenemer gewoonlijk gedurende de looptijd van de overeenkomst commerciële of technische bijstand. De licentie en de bijstand vormen integrerende bestanddelen van het in franchise gegeven bedrijfsconcept. Aan de franchisegever wordt door de franchisenemer voor het gebruik van het betrokken bedrijfsconcept over het algemeen een franchisevergoeding betaald. Franchising kan de franchisegever in staat stellen om met beperkte investeringen een uniform distributienet voor zijn producten op te richten. Naast het verstrekken van een bedrijfsconcept, bevatten franchiseovereenkomsten gewoonlijk een combinatie van verschillende verticale beperkingen aangaande de producten die worden gedistribueerd, in het bijzonder selectieve distributie en/of een niet-concurrentiebeding en/of alleenverkoop of een zwakkere vorm daarvan.”

- 6.12. Uit onderzoek naar de franchisesector en praktijkvoorbeelden⁵⁶ kwam naar voren dat de ongelijkwaardige franchisere relatie voor de franchisenemer in de praktijk regelmatig tot onredelijke en onwenselijke situaties leidt, mede gelet op de enorm afhankelijke positie van de franchisenemer. In dat kader kan gedacht worden aan bedingen die de franchisegever in staat stellen de overeenkomst op belangrijke onderdelen eenzijdig te wijzigen, of gedragingen die als pressiemiddel worden ingezet om de franchisenemer akkoord te laten gaan met een beperking van diens exploitatierecht, zoals het opzettelijk achterhouden van essentiële informatie of het beperken van leveringen.

- 6.13. Zelfregulering door de gedragscode van de Nederlandse Franchise Vereniging is geen effectieve oplossing voor deze knelpunten gebleken, onder meer vanwege de algemene

⁵⁴ Verordening 4087/88 van 30 november 1988 inzake de toepassing van art. 85 lid 3 van het Verdrag op groepen franchiseovereenkomsten (PbEG 1988, L 359/46). In artikel 1 lid 3 onder b is de franchiseovereenkomst gedefinieerd.

⁵⁵ Richtsnoeren inzake verticale beperkingen 2010/C 130/01, nr. 189.

⁵⁶ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise, paragraaf 2.1, p. 3 e.v..

formulering en het niet-bindende karakter van de regels.⁵⁷ Daarom kondigde kabinet Rutte III in het regeerakkoord in 2017 aan over te zullen gaan tot wetgeving in formele zin, om de positie van franchisenemers in de pre-competitieve fase⁵⁸ te versterken. Hieruit is de concept Wet franchise voortgekomen die op 16 juni 2020 is aangenomen door de Tweede Kamer hetgeen resulteerde in de Wet franchise van 1 juli 2020, welke op 1 januari 2021 in werking is getreden.

- 6.14. De Wet franchise voorziet onder meer in regels omtrent de (precontractuele) uitwisseling van informatie, de tussentijdse wijziging van een lopende overeenkomst, beëindiging van de overeenkomst en een instemmingsrecht van de franchisenemer of een meerderheid daarvan bij wijzigingen in de franchiseformule of de exploitatie van een afgeleide formule.
- 6.15. De definities en gedragsnormen⁵⁹ gelden sinds de inwerkingtreding van de wet. Voor franchiseovereenkomsten die vóór de inwerkingtreding zijn gesloten geldt ten aanzien de verplichtingen omtrent goodwill, post-contractuele non-concurrentie en het instemmingsrecht van de franchisenemer⁶⁰ een overgangperiode van twee jaren⁶¹. Nieuwe franchiseovereenkomsten, die na de inwerkingtreding worden gesloten, dienen direct aan de Wet franchise te voldoen. Of een tussentijdse contractwijziging⁶² na 1 januari 2021 wordt gezien als het sluiten van een 'nieuwe overeenkomst' hangt af van de inhoud van de overeenkomst. Indien de overeenkomst al in de mogelijkheid voorzag om de betreffende tussentijdse wijziging door te voeren dan is de wijziging geen nieuwe contractsluiting. Voorziet de bestaande overeenkomst echter niet in de mogelijkheid tot tussentijdse wijziging, dan is er sprake van een nieuwe overeenkomst, welke moet voldoen aan alle bepalingen van de nieuwe Wet franchise.⁶³

Kernelementen franchise

- 6.16. Het uitgangspunt voor de kwalificatie als franchise is de wettelijke definitie van 'franchiseovereenkomst' ex. artikel 7:911 BW⁶⁴:

"De franchiseovereenkomst is de overeenkomst waarbij de franchisegever aan een franchisenemer tegen vergoeding het recht verleent en de verplichting oplegt om een

⁵⁷ Zie Rechtbank Noord-Nederland, 29 november 2013, ECLI:NL:RBNNE:2013:7307 en HR 21 september 2018, ov. 3.3.3., ECLI:NL:HR:2018:1696.

⁵⁸ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise, paragraaf 1.1, p. 2-3. Deze 'fase' is vierledig en betreft de precontractuele uitwisseling van informatie, de tussentijdse wijziging van een lopende franchise overeenkomst, de beëindiging van de franchisesamenwerking en het overleg tussen de franchisegever en zijn franchisenemers.

⁵⁹ Art. 7:911-7:919 BW.

⁶⁰ Art. 7:920-7:921 BW.

⁶¹ Art. 209 Overgangswet Nieuw Burgerlijk Wetboek. Partijen hebben dus tot 1 januari 2023 om hun bestaande franchiseovereenkomsten overeenkomstig deze bepalingen aan te passen.

⁶² Een wijziging van een franchiseovereenkomst die vóór 1 januari 2021 was gesloten.

⁶³ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise, toelichting bij Artikel II, p. 50-52.

⁶⁴ Uit de MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p.22, volgt dat de duiding van 'franchiseovereenkomst' in het – destijds nog – wetsvoorstel centraal staat.

franchiseformule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren voor de productie of verkoop van goederen dan wel het verrichten van diensten”

- 6.17. Binnen verschillende branches kunnen verschillende typen franchise worden onderscheiden, namelijk ten aanzien van de productie van goederen, de verkoop van goederen en de verlening van diensten. Franchise komt in veel verschillende branches voor, zoals food, non-food, dienstverlening en zorg. Daarnaast kan er onderscheid worden gemaakt tussen varianten van ‘soft franchise’, waarbij de franchisenemer veel vrijheid heeft om zelf invulling te geven aan zijn activiteiten, en ‘hard franchise’ waarbij deze vrijheid in grote mate wordt beperkt. De wettelijke begripsomschrijving van ‘franchiseovereenkomst’ omvat al soorten en typen franchise, ongeacht de typering die partijen zelf aan hun samenwerking geven.⁶⁵
- 6.18. Voor de vraag of er sprake is van een franchiseovereenkomst is niet de benaming, kwalificatie of titel die partijen (zelf) hanteren voor de overeenkomst, maar juist de feitelijke inhoud van de onderlinge relatie bepalend.⁶⁶ Uit de kamerstukken volgt in dat kader dat:

“Ook een overeenkomst die door partijen als distributie- of licentieovereenkomst is bestempeld, kan onder omstandigheden voldoen aan de definitie van franchiseovereenkomst. Het is afhankelijk van de concrete invulling van de overeenkomst, meer in het bijzonder of er sprake is van een bedrijfsvoering volgens een door de producent ontwikkeld(e) franchiseformule/concept.”⁶⁷ [Onderstreping advocaat]

- 6.19. In de MvT bij de Wet franchise wordt dit nader gespecificeerd:

“Indien die relatie alle elementen kent die de definitie «franchiseovereenkomst» (en in het verlengde daarvan «franchiseformule», «franchisegever» en «franchisenemer») als gedefinieerd in het tweede lid in zich bergt, is deze titel op die relatie van toepassing. Kernpunt binnen een franchiserelatie is dat de franchisegever een franchiseformule heeft (die hij op grond van goed franchisegeverschap ook dient te onderhouden en te blijven ontwikkelen) en hij de franchisenemer niet alleen het recht verleent maar ook de verplichting oplegt om de franchiseformule van de franchisegever te exploiteren op de door de franchisegever aangewezen wijze. In het verlengde daarvan is de omschrijving van «franchiseformule» essentieel.”⁶⁸

- 6.20. Hoewel dit tijdens de consultatie van de wet wel is bepleit,⁶⁹ is er geen afzonderlijke wettelijke definitie van het begrip ‘franchise’ of ‘franchising’ ingevoerd omdat dit wetgevingstechnisch niet

⁶⁵ Zie MvT Wet franchise, paragraaf 1.1., p 2 en toelichting bij artikel I, p. 22.

⁶⁶ Zie MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 22.

⁶⁷ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr. 6, p. 29-31 (19 juni 2020).

⁶⁸ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 22.

⁶⁹ Voorgesteld door onder meer de NFV: “Franchise is een systeem voor de afzet van goederen of diensten, gebaseerd op een hechte en voortdurende samenwerking tussen juridisch en financieel zelfstandige en onafhankelijke ondernemingen: de franchisegever en zijn individuele franchisenemers. De franchisegever verleent daarbij aan individuele franchisenemers het recht en legt hen de verplichting op om een bedrijf te exploiteren volgens het concept van de franchisegever.”.

werkbaar en niet bruikbaar werd geacht in de wettekst.⁷⁰ Omdat de wetgever de separate elementen van het begrip 'franchise' niettemin essentieel achtte zijn de elementen van het begrip 'franchise' in drie wettelijke definities verwerkt, te weten franchiseformule (ex. artikel 7:911 lid 2 sub a), franchisegever (ex. artikel 7:911 lid 2 sub c) en franchisenemer (ex. artikel 7:911 lid 2 sub d). Deze definities omvatten gezamenlijk de definitie 'franchise' of 'franchising'.⁷¹ In dit kader volgt uit de kamerstukken:

“De kwalificatie van een overeenkomst moet plaatsvinden aan de hand van de feitelijke verhoudingen en afspraken tussen partijen. De benaming die partijen aan een overeenkomst hebben gegeven, is niet bepalend. Indien een relatie tussen partijen derhalve de kenmerkende elementen bevat van een franchisere relatie, is sprake van een franchiseovereenkomst. Dit is het geval wanneer de ene partij (de franchisegever) aan een andere partij (de franchisenemer) (i) tegen vergoeding (ii) het recht verleent en de verplichting oplegt om een franchiseformule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren voor (iii) de productie of verkoop van goederen dan wel het verrichten van diensten. Het moet daarbij gaan om een franchisegever, franchisenemer en franchiseformule als gedefinieerd in het voorgestelde artikel 7:911, tweede lid, BW.”⁷²

- 6.21. Uit de wettelijke definities van 'franchiseovereenkomst', 'franchiseformule', 'franchisegever' en 'franchisenemer', en de Wet franchise in algemene zin kunnen vijf kernelementen van de franchiseovereenkomst worden gedestilleerd.
- 6.22. Allereerst moet er een formule zijn die in zijn totaliteit kan worden aangemerkt als een **franchiseformule**. Dit betreft een operationele, commerciële en organisatorische formule voor de productie of verkoop van goederen dan wel het verrichten van diensten, bestaande uit een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening en knowhow.
- 6.23. Daarnaast dient er sprake te zijn van een **uniforme identiteit en uitstraling**. De formule, en de voorschreven wijze van exploitatie daarvan, is bepalend voor de uniforme identiteit en uitstraling van de franchiseondernemingen.
- 6.24. Verder geldt voor franchisenemers **de verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren**. Deze verplichting impliceert enerzijds dat een franchisenemer een zekere mate van bijstand of ondersteuning krijgt van de franchisegever. Anderzijds geldt dat franchisegevers in de praktijk controle zullen (willen) houden over het presteren van hun franchisenemers, om te kunnen beoordelen of, en in hoeverre de franchisenemers de voorschriften in het kader van de formule in acht nemen.

⁷⁰ In Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr. 6, p. 29-31 (19 juni 2020) wordt hieromtrent toegelicht: "Immers, in elk van de BW-titels in Boek 7 inzake benoemde overeenkomsten, staat een overeenkomst (huurovereenkomst, arbeidsovereenkomst) centraal voor de regelgeving in die titel (en dus niet «huur» of «arbeid»). Dus zo is ook de franchiseovereenkomst de basis voor Titel 16."

⁷¹ Zie hieromtrent MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23.

⁷² Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr. 6, p. 29-31 (19 juni 2020).

- 6.25. Er dient sprake te zijn van een **vergoeding** die door franchisenemer aan de franchisegever wordt betaald voor de rechten die haar worden toegekend met betrekking tot de exploitatie van de franchiseformule.
- 6.26. Tot slot dient er sprake te zijn van een overeenkomst tussen een ‘franchisegever’ en ‘franchisenemer’ in de zin van de wet, om te kunnen spreken van een **franchiserelatie**. Het gaat daarbij om een nauwe en voortdurende samenwerking tussen juridisch en financieel gescheiden ondernemingen.
- 6.27. Voornoemde kernelementen van de franchiseovereenkomst zullen hierna achtereenvolgens nader worden toegelicht.

De franchiseformule

- 6.28. In de kern geeft de franchisegever de franchisenemer het recht maar ook de verplichting om een bedrijfsconcept of businessmethode – een formule – te exploiteren, volgens de wijze en conform de regels die de franchisegever contractueel voorschrijft. In dat kader geldt dat de franchisenemer een onderneming exploiteert onder toepassing van de franchiseformule, en de franchisegever de franchiseformule zelf exploiteert.⁷³
- 6.29. De franchiseformule wordt in artikel 7:911 lid 2 sub a BW gedefinieerd als een operationele, commerciële en organisatorische formule voor de productie of verkoop van goederen, dan wel het verrichten van diensten, die bepalend is voor een uniforme identiteit en uitstraling van de franchiseondernemingen binnen de keten waar deze formule wordt toegepast, en die in ieder geval omvat:
- 1°. een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening, en
 - 2°. knowhow, zijnde een geheel van niet door een intellectueel eigendomsrecht beschermde praktische informatie, voortvloeiend uit de ervaring van de franchisegever en uit de door hem uitgevoerde onderzoeken, welke informatie geheim, wezenlijk en geïdentificeerd is.
- 6.30. Voor de wettelijke definitie van ‘franchiseformule’ is zoveel mogelijk uitgegaan van de uitleg die in de praktijk gangbaar is. Buiten het commerciële karakter van de formule, dient deze ook van operationele en organisatorische aard te zijn. In dat kader wordt de formule geacht elementen te bevatten ten aanzien van marketing en logistiek, alsook bedrijfsprocessuele aspecten en elementen die zien op bedrijfsvoering.⁷⁴ Het Europese Hof overweegt daaromtrent:

“Het gaat niet zozeer om een verkoopvorm als wel om een soort economische exploitatie van know-how zonder inzet van eigen kapitaal. Dit stelsel biedt handelaars zonder de nodige ervaring overigens de mogelijkheid, gebruik te maken van methoden die zij zich anders slechts na lang en

⁷³ Zie Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr. 6, p. 29-31 (19 juni 2020).

⁷⁴ Zie hieromtrent MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23.

*moeizaam onderzoek eigen hadden kunnen maken, en laat hen profiteren van de reputatie van de handelsnaam.*⁷⁵

6.31. De franchiseformule is bepalend voor de uniforme identiteit en uitstraling van de franchiseketen. Bij een franchiserelatie fungeert de franchiseformule dus als overkoepelende kapstok of leidraad, welke bestaat uit twee hoofdcomponenten.

6.32. Een franchiseformule omvat enerzijds een component dat in aanmerking komt voor wettelijke bescherming als intellectueel eigendomsrecht. Dit betreft in elk geval één (of meer) van de hiervoor onder 1^o genoemde elementen, te weten een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening. Veelal is daarbij sprake van een specifieke huisstijl, die kan worden herkend aan een bepaald lettertype en het kleurgebruik daarbij.⁷⁶ De MvT bij de Wet franchise licht toe dat:

“Het gaat om uitingen die vaak in aanmerking komen voor bescherming door middel van een intellectueel eigendomsrecht naar Nederlands recht of, in voorkomend geval, naar buitenlands recht.”⁷⁷

6.33. Anderzijds omvat de formule het onder 2^o genoemde element ‘knowhow’, welk component niet in aanmerking komt voor bescherming door middel van een intellectueel eigendomsrecht.⁷⁸ Dit omvat kennis van de franchisegever, welke geheim, wezenlijk en geïdentificeerd is:

“In de onderhavige definitie betekent «geheim» dat de knowhow niet algemeen bekend of gemakkelijk verkrijgbaar is. Verder betekent «wezenlijk» dat de knowhow voor de franchisenemer belangrijk en nuttig is voor de exploitatie van de franchiseonderneming, en betekent «geïdentificeerd» dat de knowhow zodanig volledig beschreven is, dat kan worden nagegaan of deze aan de criteria van geheim-zijn en wezenlijkheid voldoet.”⁷⁹

6.34. Het betreft informatie met operationele, commerciële en organisatorische elementen, die essentieel is voor de exploitatie van de formule. De knowhow is doorgaans gedetailleerd uiteengezet in een set richtlijnen, handleidingen, bijlagen, addenda en/of andere documenten – in de praktijk vaak ‘franchisehandboek’ genoemd – welke integraal deel uitmaakt van de franchiseovereenkomst. Het wetsvoorstel bevatte nog een definitie van ‘handboek’, maar deze is nadien vervallen.⁸⁰ De MvT bij de Wet franchise licht toe dat:

⁷⁵ HvJ Pronuptia, para. 15.

⁷⁶ Zie hieromtrent MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23.

⁷⁷ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23.

⁷⁸ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23.

⁷⁹ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 23 en 24.

⁸⁰ MvT Wet franchise, paragraaf 9, p. 20.

“In de praktijk is daarin veelal uitsluitend vrij gedetailleerde, praktische uitvoeringsinformatie opgenomen, die omvangrijk is en frequent ververst wordt.”⁸¹

- 6.35. De franchisesector kent verschillende verschijningsvormen, variërend van *soft* tot *hard* franchiseformules.
- 6.36. Bij *soft* franchise heeft de franchisenemer binnen de franchiseformule een grote mate van vrijheid om activiteiten zelf in te vullen, en kan hij uit een breed assortiment bijvoorbeeld zelf een selectie maken.⁸² De knowhow van de franchisegever speelt bij *soft* franchiseformules meestal een vrij beperkte rol, en hoewel uniformiteit en naamsbekendheid van de franchiseketen wel aanwezig is, zijn ook die elementen bij *soft* franchise van minder groot belang in de exploitatie.⁸³
- 6.37. Bij *hard* franchise is deze vrijheid zeer beperkt. De bedrijfsvoering wordt bij deze formules tot in het kleinste detail voorgeschreven en uniformiteit is voor de kracht van de franchiseformule juist van essentieel belang.⁸⁴ Hard franchising duidt dus op strenge regels, met veelal vaststaande elementen binnen de bedrijfsvoering. Anders verwoord in de MvT bij de Wet franchise *“wordt de franchisenemer in hoge mate ontzorgd en in ruil daarvoor levert hij een deel van de bewegingsvrijheid in zijn ondernemerschap in.”*⁸⁵

Uniforme identiteit en uitstraling

- 6.38. Toepassing van de franchiseformule conform de contractuele voorschriften waarborgt een uniforme presentatie en een gelijkwaardige kwaliteit van de franchisegevers en -nemers.

*“Daarnaast kenmerkt de formule zich door het feit dat deze bepalend is voor een uniforme identiteit en uitstraling van ondernemingen waar deze formule wordt toegepast. Dit hangt veelal samen met het gebruik binnen de formule van een bepaald handelsmerk of model, of een bepaalde handelsnaam, huisstijl of tekening, in combinatie met de eenvormige toepassing van bepaalde specifieke kennis en ervaring in elk van de ondernemingen waar de formule wordt gebruikt.”*⁸⁶

- 6.39. Naast verplichtingen, bijvoorbeeld ten aanzien van het gebruik van hetzelfde reclamemateriaal in de winkel, bevat de formule veel praktische uitvoeringsinformatie, die moeten zorgen voor een eensluidende indeling van en ‘feeling’ bij de winkel. Het ‘handelsmerk’ of de specifieke ‘huisstijl’, als onderdeel van de franchiseformule, is belangrijk in het verkrijgen van deze uniforme identiteit en uitstraling. Zoals in de MvT Wet franchise vermeld, geldt dat daarbij *“veelal*

⁸¹ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 28.

⁸² Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise, paragraaf 1.1, p. 1.

⁸³ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise, toelichting bij art. 7:920 lid 1 sub a, p. 43.

⁸⁴ Asser/Houben 7-X Onbenoemde overeenkomsten 2019/172.

⁸⁵ Kamerstukken II 2019/20, 35392, nr 3, MvT Wet franchise paragraaf 1.1, p. 2.

⁸⁶ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel I, p. 24.

sprake is van een specifieke huisstijl, kenbaar door een bepaald kleurgebruik en een bepaald font voor teksten”⁸⁷

- 6.40. De Nederlandse Franchisecode ('NFC') merkte hierover al op: *“Om de meerwaarde van een franchiseformule te behouden moet voldoende collectiviteit en uniformiteit gewaarborgd zijn. Franchisegever en franchisenemers beogen immers om gezamenlijk een franchiseformule op de markt te brengen die voor de consument herkenbaar is als één formule.”⁸⁸*
- 6.41. Met name bij *hard* franchise is de uniformiteit sterk aanwezig. In de publieke beeldvorming lijken de zelfstandige ondernemingen die onderdeel uitmaken van een dergelijke franchiseformule vrijwel identiek en zal de bekendheid en herkenbaarheid van die ondernemingen doorgaans (en primair) geassocieerd worden met de overkoepelende formule. Als voorbeeld kan dienen de lokale supermarkt die 'de Albert Heijn' is in plaats van 'Albert Heijn Jansen te Zwolle' of de lokale McDonalds die 'de McDonalds' is in plaats van 'McDonalds Jansen te Zwolle'. Naar de klant toe is de uniforme identiteit en uitstraling bij hard franchise bijzonder succesvol: zo zijn, om bij voornoemd voorbeeld te blijven, verschillende supermarkten van Albert Heijn en vestigingen van McDonalds qua exterieur, interieur en algemene herkenbaarheid alsmede assortiment niet of nauwelijks van elkaar te onderscheiden. Bij *soft* franchise zal een franchisenemer wel herkend worden, maar is de naamsbekendheid in de gehele keten minder prominent.

De verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

- 6.42. De franchisenemer moet in het kader van de samenwerking door de franchisegever worden verplicht om zijn onderneming te exploiteren volgens het bedrijfsconcept of de formule van de franchisegever.
- 6.43. Deze verplichting impliceert enerzijds dat een franchisenemer gedurende de looptijd van de overeenkomst continue een zekere mate van bijstand of ondersteuning krijgt van de franchisegever. De verplichting om bijstand en ondersteuning te verlenen vloeit voort uit artikel 7:919 BW, en wordt in de MvT bij de Wet franchise gekarakteriseerd als *“een van de kernelementen van een franchiserelatie”⁸⁹*.

“Hoewel het in de franchiserelatie om twee zelfstandige ondernemers gaat, waarbij de franchisenemer voor eigen rekening en risico de franchiseformule van de franchisegever exploiteert, is deugdelijke bijstand en ondersteuning met het oog op die exploitatie in feite onontbeerlijk. (...)”⁹⁰

⁸⁷ MvT Wet franchise, p. 23, vervolgd met: Het gaat om uitingen die vaak in aanmerking komen voor bescherming door middel van een intellectueel eigendomsrecht naar Nederlands recht of, in voorkomend geval, naar buitenlands recht.

⁸⁸ NFC, punt 2.1.

⁸⁹ Zie MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:919 lid 1, p. 41.

⁹⁰ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:919 lid 1, p. 41.

“Een zekere mate van bijstand of ondersteuning zal dus in elke franchiserelatie aanwezig zijn.”⁹¹

- 6.44. De verlening van bijstand en ondersteuning door de franchisegever is van cruciaal belang voor een deugdelijke exploitatie van de formule. Hierbij kan onder meer gedacht worden aan het verlenen van technische ondersteuning, bijvoorbeeld door ondersteunende software en/of apparatuur ter beschikking te stellen. Daarnaast kunnen franchisenemers commercieel bijgestaan worden door het verstrekken van marketingmateriaal, door training en opleiding, bijvoorbeeld op het gebied van sales, marketing of IT, of met advies en begeleiding wanneer zich concrete problemen voordoen.⁹²
- 6.45. De voorwaarde(n) met betrekking tot ondersteuning door de franchisegever staat gewoonlijk beschreven in de franchiseovereenkomst. De reikwijdte van de te verlenen bijstand en ondersteuning is afhankelijk van het type franchiseformule:

“Concreet betekent dit in ieder geval dat hoe sterker een franchiseformule kwalificeert als «soft franchise», hoe beperkter de omvang, inhoud en intensiteit van de door de franchisenemer te verwachten bijstand en ondersteuning redelijkerwijs zijn, en vice versa bij «hard franchise».”

- 6.46. Anderzijds impliceert de verplichting om op de door franchisegever aangewezen wijze te exploiteren dat franchisegevers in de praktijk zullen controleren op welke wijze franchisenemers de formule hanteren en in hoeverre zij de voorschriften in acht nemen. Door middel van toezicht en controle kan de franchisegever immers een uniforme prestatie en gelijkwaardige kwaliteit van de dienstverlening en/of (verkoop van) goederen waarborgen. Het Europese Hof noemt het toezicht dat in dat kader als bijgevolg wordt geregeld onmisbaar voor het behoud van de identiteit en de reputatie van de (door de handelsnaam gesymboliseerde) verkooporganisatie.⁹³

Vergoeding

- 6.47. Daarnaast dient de franchisenemer – in ruil voor het exploitatierecht dat haar wordt toegekend, en de ondersteuning die haar in het kader van de formule wordt geboden – enige vorm van vergoeding te betalen aan de franchisegever. Deze vergoeding kan een rechtstreekse betaling in geld, een meer indirecte vorm van financiële compensatie of een andere tegenprestatie betreffen, zo volgt uit de MvT bij de Wet franchise:

“De in de begripsomschrijving bedoelde door de franchisenemer te betalen vergoeding kan zowel een rechtstreekse betaling in geld of een andere tegenprestatie betreffen, als een meer indirecte vorm van financiële compensatie voor de exploitatie van de franchiseformule. Zo komt het voor dat een vergoeding aan de franchisegever wordt voldaan in de vorm van een opslag op de

⁹¹ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:919 lid 1, p. 42.

⁹² Zie MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:919 lid 1, p. 41.

⁹³ HvJ Pronuptia, para. 17 en para. 27 sub 3.

*inkooprijds die de franchisenemer betaalt voor goederen die hij inkoop bij de franchisegever, en die hij vervolgens in het kader van de franchiseformule op de markt brengt.*⁹⁴

- 6.48. De vergoeding wordt vaak afgedragen in de vorm van een periodiek geldbedrag, maar kan bijvoorbeeld ook bestaan uit een opslagtarief op de inkooprijds voor de goederen die de franchisenemer bij de franchisegever afneemt voor de afzet op de markt:

*“er zijn diverse franchiseformules aan te wijzen waarbij de franchisegever zijn franchise-fee verkrijgt door de verkoop van producten aan franchisenemers. De opslag is in dat geval te kwalificeren als de tegenprestatie voor de diensten die de franchisegever aan de franchisenemer verstrekt, alsmede voor de licentie voor het gebruik van de intellectuele eigendomsrechten.*⁹⁵

- 6.49. De hoogte van de vergoeding is doorgaans afhankelijk van het merk van de franchiseformule. Hoe sterker het merk, des te hoger de vergoeding. Ook andere factoren kunnen hierbij een rol spelen, zoals de mate van ondersteuning van de franchisegever.

- 6.50. Dat franchisevergoedingen verschillende vormen aannemen volgt ook duidelijk uit praktijkvoorbeelden, zoals hieronder geciteerd:

- *“[eiser] betaalde Street-One een ‘franchise fee’, vervat van de aankooprijds voor de merkkleding van Street-One. Daarnaast betaalde hij een ‘franchise fee’ van een 1% van de geplande omzet, bestemd voor ‘merchandisingactiviteiten’ van Street One.*⁹⁶
- *“De franchisenemer zal als vergoeding voor de door de franchisegever te maken reclame voor de franchiseformule en voor de door de franchisegever aan de franchisenemer te verstrekken diensten conform deze overeenkomst wekelijks aan de franchisegever een vergoeding betalen die is gerelateerd aan het aantal auto’s dat de franchisenemer in een week zal hebben gewassen in de autowasstraat. De franchisenemer zal de franchisevergoeding wekelijks aan de franchisegever voldoen, waarbij de hoogte van die vergoeding zal zijn gebaseerd op een inschatting van het in die komende week te verwachten aantal wassingen van auto’s. Aan de hand van de tellerstand van de wasstraat zal de franchisegever na afloop van de desbetreffende maand het werkelijke aantal behandelde auto’s vaststellen en aan de franchisenemer een faktuur zenden voor de in die maand vastgestelde franchisevergoeding zulks onder aftrek van de reeds vooruitbetaalde franchisevergoedingen van die desbetreffende maand. (...)*⁹⁷

⁹⁴ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:911 lid 1, p.22. In de NFC wordt (ook) gesproken van een ‘directe en/of indirecte vergoeding’ (punten 1.3-1.4).

⁹⁵ Mr. J.-W. Kolenbrander en Mr. M. van Ravenzwaaij-Mars, Verplichte opgelegde inkoop bij franchiseovereenkomsten: het mes snijdt aan twee kanten, *Contracteren* 2015-4, p. 123.

⁹⁶ Hoge raad 24 februari 2017, ECLI:NL:HR:2017:311, NJ 2018/12, r.o. 1.21 (onderstreping toegevoegd).

⁹⁷ Gerechtshof Den Haag 16 december 2014, ECLI:NL:GHDHA:2014:4103, r.o. 2.2 (onderstreping toegevoegd). NB In de franchisefee zoals door de bij dit geschil betrokken partijen overeengekomen was ook een vergoeding opgenomen voor het gebruik van het gebouw door de franchisenemer.

- “Overeenkomstig het bepaalde in artikel 8 is Franchisenemer aan Franchisegever een maandelijks franchisevergoeding verschuldigd. De franchisevergoeding bedraagt 11% over de omzet excl. BTW. (...)”⁹⁸
- “Als vergoeding voor de aan franchisenemer bij deze overeenkomst toegekende rechten en toegezegde prestaties, zal franchisegever bij aanvang van deze franchiseovereenkomst van franchisenemer een entree fee ontvangen van € 3.500,00 exclusief btw. (...)”

Ter zake het aan franchisenemer verleende recht tot exploitatie van de Tot Straksformule tijdens de duur van deze overeenkomst, zoals in deze overeenkomst omschreven, zal franchisenemer aan franchisegever per maand een franchise vergoeding betalen te weten:

- een vaste vergoeding van € 500,00 exclusief. btw per maand
- een vaste telefoon vergoeding van € 20,00 exclusief. btw per maand
- een vaste kassa vergoeding van € 60,00 exclusief. btw per maand

Ter zake van de in artikel 10 van deze overeenkomst bedoelde landelijke reclame, marketing en promotionele activiteiten, zal franchisenemer aan franchisegever per jaar een reclamevergoeding betalen ter grootte van € 2.000,00, is € 167,00 per maand exclusief btw.”⁹⁹

- “Als vergoeding voor het aan de Franchisenemer verleende recht tot gebruik van de Albert Heijn winkelformule zoals omschreven in de franchiseovereenkomst (hierna: “de overeenkomst”) - van welke overeenkomst deze Bijlage een onderdeel vormt -, zal de Franchisenemer aan Franchisegever wekelijks een franchisefee verschuldigd zijn, ter grootte van 3,27% (drie komma zevenentwintig procent) van de door de Franchisenemer gerealiseerde consumentenomzet exclusief BTW in de desbetreffende week (“Franchisefee”). De definitie van de hier bedoelde consumentenomzet die als grondslag dient voor de heffing van de Franchisefee is nader omschreven onder punt III. van deze Bijlage.

In de Franchisefee zijn naast het recht op gebruik van de Albert Heijn winkelformule de volgende diensten en kosten begrepen:

- a. het meeprofiteren van de landelijke door Albert Heijn B.V. gevoerde publiciteit in de media (kranten, tijdschriften, radio, T.V.) conform het bepaalde in artikel 18 van de overeenkomst;
- b. het ter beschikking krijgen van door Albert Heijn vervaardigd reclamemateriaal voor de Winkel, ter ondersteuning van de verkoop (prij斯卡arten, raambiljetten, plafondhangers, etc.), een en ander overeenkomstig het bepaalde in artikel 18 van de overeenkomst;
- c. facturering en administratieve afwikkeling binnen de administratie van Franchisegever;

⁹⁸ Rechtbank Arnhem 19 januari 2011, ECLI:NL:RBARN:2011:BP2667, r.o. 2.3 (onderstreping toegevoegd).

⁹⁹ Rechtbank Noord-Holland 21 oktober 2015, ECLI:NL:RBNHO:2015:8949, r.o. 2.6 (onderstreping toegevoegd).

d. verkoopplannen, berichten etc. met betrekking tot de door Albert Heijn geleverde goederen.”¹⁰⁰

De franchiserelatie

- 6.51. Om te kunnen spreken van een franchiserelatie, dient er sprake te zijn van een overeenkomst tussen een franchisegever en een franchisenemer in de zin van de wet.
- 6.52. Franchisegever wordt in artikel 7:911 lid 2 sub c gedefinieerd als een natuurlijke persoon of rechtspersoon die rechthebbende is op of gebruiksgerechtigde is van een franchiseformule en in de uitoefening van zijn beroep of bedrijf anderen het recht verleent deze formule mede te exploiteren. De MvT bij de Wet franchise licht de begrippen ‘rechthebbende’ en ‘gebruiksgerechtigde’ als volgt toe:

“Het begrip «rechthebbende» ziet op de «eigenaar» van de formule, de ontwikkelaar ervan. In veel gevallen zal de franchisegever zelf ook degene zijn die de franchiseformule als zodanig ontwikkeld heeft of die althans de daarin aanwezige intellectueel eigendomsrechten heeft overgenomen en aldus als «rechthebbende» kwalificeert. Er zijn echter ook gevallen waarin de franchiseformule door een buitenlandse (rechts)persoon ontwikkeld is, en waarin die buitenlandse formule in Nederland wordt geëxploiteerd via het zogenoemde concept van «masterfranchising».”¹⁰¹

- 6.53. Franchisenemer wordt in artikel 7:911 lid 2 sub d gedefinieerd als natuurlijke persoon of rechtspersoon die in de uitoefening van zijn beroep of bedrijf voor eigen rekening en risico een franchiseformule exploiteert. Het kenmerk ‘voor eigen rekening en risico’ onderscheidt de franchisenemer met name van de handelsagent.
- 6.54. Over de aard van de franchiserelatie wordt in de MvT bij de Wet franchise verder opgemerkt dat deze ongelijkwaardig is:

“Binnen de franchiserelatie bestaat van nature een zeker overwicht bij de franchisegever ten opzichte van de franchisenemer. Dit overwicht vloeit vooral voort uit zijn positie als rechthebbende op de franchiseformule. De franchisenemer is formeel weliswaar een zelfstandige ondernemer, maar in de praktijk is hij relatief afhankelijk van de franchisegever, doordat de franchisegever de bepalende factor is wat betreft de franchiseformule en de verdere koersbepaling. De franchiserelatie is in zekere zin intrinsiek ongelijkwaardig.”¹⁰²

¹⁰⁰ Parket bij de Hoge Raad 16 oktober 2020, ECLI:NL:PHR:2020:966, r.o. 1.17 (onderstreping toegevoegd).

¹⁰¹ MvT Wet franchise, toelichting bij artikel 7:911 lid 2 onderdeel c, p. 25.

¹⁰² MvT Wet franchise, paragraaf 1.1, p. 2.

Kwalificatie contracten

Inleiding

- 6.55. Deze procedure draait om de vraag of het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract, alsmede het DS-dealercontract en het DS-reparateurcontract hebben te gelden als franchiseovereenkomsten in de zin van art. 7:911 lid 1 BW. Die vraag dient te worden beantwoord door kwalificatie van deze overeenkomsten.¹⁰³ Beoordeeld moet worden of de contracten voldoen aan de wettelijke omschrijving van een franchiseovereenkomst in artikel 7:911 lid 1 van het Burgerlijk Wetboek.
- 6.56. Volgens vaste rechtspraak van de Hoge Raad¹⁰⁴ dient de kwalificatie van overeenkomsten op de volgende manier te worden uitgevoerd:
- a. ten eerste dient – aan de hand van de Haviltexmaatstaf – te worden vastgesteld welke rechten en verplichtingen partijen zijn overeengekomen (uitleg);
 - b. vervolgens moet beoordeeld worden of de overeenkomst de kenmerken heeft van een bepaalde overeenkomst (kwalificatie). De Hoge Raad heeft benadrukt dat indien de inhoud van een overeenkomst voldoet aan een bepaalde wettelijke omschrijving, de overeenkomst onder die wettelijke regeling valt en dat niet van belang is of partijen daadwerkelijk de bedoeling hebben gehad de overeenkomst onder die wettelijke regeling te laten vallen. Waar het volgens de Hoge raad om gaat is of de overeengekomen rechten en verplichtingen voldoen aan de wettelijke omschrijving in kwestie.
- 6.57. In dit hoofdstuk wordt per element van de wettelijke omschrijving van de franchiseovereenkomst uiteengezet dat het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract aan die omschrijving voldoen, aangezien zij de daarop betrekking hebbende rechten of plichten zijn overeengekomen (sub a hiervoor). Conclusie is dat partijen ieder van de elementen van de wettelijke omschrijving van de franchiseovereenkomst (feitelijk) zijn overeengekomen, zodat het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract hebben te gelden als franchiseovereenkomsten in de zin van artikel 7:911 lid 1 van het Burgerlijk Wetboek (sub b hiervoor). Vervolgens zal worden toegelicht dat zowel het DS dealercontract als het DS reparateurcontract eveneens aan de wettelijke omschrijving van de franchiseovereenkomst voldoen. Dit zal – net als in Hoofdstuk 5 – beknopt worden behandeld onder verwijzing naar de kwalificatie van het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract.

¹⁰³ Zie over het leerstuk kwalificatie: Asser/Houben 7-X 2019/17-23; F.J. de Vries, *De overeenkomst in het algemeen* (Mon. BW nr. B54) 2016/21-22.

¹⁰⁴ HR 6 november 2020, ECLI:NL:HR:2020:1746, r.o. 3.2.2-3.2.3; HR 20 december 2019, ECLI:NL:HR:2019:2034, r.o. 3.2.2-3.2.3.

Het Citroën dealercontract

6.58. Hierna zal onder verwijzing naar de relevante onderdelen uit de geschetste feiten en omstandigheden per onderscheiden kernelement van de franchiseovereenkomst worden toegelicht dat de rechten en verplichtingen zoals overeengekomen in het Citroën dealercontract daaraan voldoen.

De franchiseformule

6.59. Met het Citroën dealercontract wordt er een operationele, commerciële en organisatorische formule voor de productie en verkoop van auto's gevoerd: de Citroën dealerformule. Zoals hiervoor reeds is toegelicht bevat een franchiseformule (i) een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening en (ii) knowhow bestaande uit praktische informatie die niet door het intellectueel eigendomsrecht beschermd kan worden. Deze elementen zullen hierna afzonderlijk worden toegelicht.

Een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening

6.60. Het component van de Citroën dealerformule dat voor wettelijke bescherming als intellectueel eigendomsrecht in aanmerking komt, bestaat onder meer uit de volgende elementen:

- onderscheidingstekens van Citroën Nederland, zoals – maar niet beperkt tot – handelsnamen, beeldmerken, woordmerken en/of combinaties daarvan;
- auteursrechtelijk beschermde werken en/of het uiterlijk van voortbrengsels voor zover beschermd door een (niet geregistreerd) modelrecht, zoals – maar niet beperkt tot – bedrijfsinrichting en/of elementen daarvan (bijvoorbeeld kleuren(combinaties)), marketingmaterialen, POS-materiaal en typografie.

6.61. [...]

6.62. [...]

6.63. [...]

6.64. [...]

6.65. [...]

6.66. [...]

Knowhow

- 6.67. Het component van de Citroën dealerformule dat in beginsel niet voor wettelijke bescherming als intellectueel eigendomsrecht in aanmerking komt betreft de knowhow: De informatie die geheim, wezenlijk en geïdentificeerd is (zie randnummer 6.33). Dit bestaat onder meer uit de volgende (kern)elementen:

[...]

- 6.68. Dat Citroën Nederland knowhow ter beschikking stelt aan haar dealernetwerk, blijkt overigens ook uit het Dealercontract. [...]

- 6.69. [...]

Tussenconclusie franchiseformule

- 6.70. Ten aanzien van de franchiseformule en, in het verlengde daarvan de uniforme identiteit en uitstraling, kan worden geconstateerd dat het Citroën dealerschap door het totaal aan regels en verplichtingen, en gedetailleerde uitvoeringsvoorschriften dat aan de dealers worden opgelegd, neerkomt op en overkoepelend bedrijfsconcept met uniformiteit in naam, merk en uitstraling. Van het bedrijfsconcept kan worden vastgesteld dat deze van commerciële, organisatorische én operationele aard is en dat deze middels strikte regels het 'hoe, wat, waar en waarmee' definieert met betrekking tot de verkoop van auto's van het merk Citroën. Deze Citroën dealerformule geeft dealers slechts zeer beperkt de ruimte voor een individuele en onderscheidende aanpak.

Uniforme identiteit en uitstraling

- 6.71. Met de uniforme identiteit en uitstraling wordt bedoeld op hetzelfde 'gevoel' en dezelfde beleving die klanten moeten hebben, ongeacht bij welke franchisenemers zij hun producten of diensten afnemen. Voor de consument moet het Citroën dealerschap dus herkenbaar zijn als één formule. Zoals in randnummers 6.38 – 6.41 is toegelicht, waarborgt de toepassing van de Citroën dealerformule – zoals hiervoor is toegelicht – deze uniformiteit.

- 6.72. Citroën Nederland legt aan de Citroën dealers allerlei instructies en verplichtingen op teneinde herkenbaarheid en een uniforme identiteit en kwaliteit van de Citroën merken en producten te bewerkstelligen. Illustratief hiervoor zijn de volgende (kern)elementen van de formule:

[...]

Tussenconclusie uniforme uitstraling en identiteit

- 6.73. Uit de hoeveelheid en het karakter van de hiervoor omschreven regels volgt duidelijk de wens van Citroën Nederland om alle onderdelen van (het) verkoop(proces) van Citroën in detail te reguleren zodat deze verkoopdiensten voldoen aan een bepaalde 'standaard' en zo eenduidig mogelijk worden verricht. Het assortiment auto's en accessoires en de daaraan gerelateerde services zijn voor kopers daarmee in vergaande mate 'uniform' en 'herkenbaar', ongeacht de door koper gekozen Citroën dealer.
- 6.74. Citroën Nederland legt dealers een breed scala aan verplichtingen op die in vergaande mate voorschrijven hoe dealers de verschillende ruimtes binnen hun bedrijfspand, alsmede het exterieur van de dealervestigingen moeten inrichten, en hoe de Citroën logo's en andere Citroën merksymbolen dienen te worden gebruikt.

De verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

- 6.75. Ten aanzien van de verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren geldt dat Citroën Nederland de dealers in hun relatie voortdurend voorziet – gevraagd en ongevraagd – van commerciële en technische informatie en methoden die nodig zijn voor de dienstverlening in het kader van verkoop van auto's en accessoires. Zowel de omvang als de frequentie van de bijstand en ondersteuning van Citroën Nederland is aanzienlijk veelomvattender dan bij de gemiddelde leverancier in een distributierelatie, zoals reeds uit het voorgaande blijkt. Vanuit de (kennelijke) wens om de markt zoveel mogelijk naar eigen inzicht te bedienen en door de (wijze van) verkoop aan eindgebruikers in hoge mate te beïnvloeden en sturen, is een complex aan regels en voorschriften opgesteld die Citroën Nederland vergaande zeggenschap geeft op nagenoeg het gehele verkoopproces.
- 6.76. Citroën Nederland is voortdurend bezig met de ontwikkeling van, en het updaten van reeds ontwikkelde *tools* en zorgt daarmee voor een continue informatie- en adviesoverdracht aan haar dealers. Deze continue ontwikkeling blijkt onder meer uit:
- [...]
- 6.77. Daarnaast ondersteunt Citroën Nederland de Citroën dealer op de volgende punten:
- [...]
- 6.78. Daarnaast controleert en evalueert Citroën Nederland de dealer continu op de gehele bedrijfsvoering. Met deze controles en evaluaties wordt getoetst in hoeverre de Citroën dealer de vele verplicht gestelde voorschriften van Citroën Nederland naleeft. Indien een dealer niet (in de optiek van Citroën Nederland: afdoende) voldoet aan de voorschriften, heeft Citroën

Nederland diverse rechten ter beschikking, waaronder het beëindigen van het Citroën dealercontract.¹⁰⁵ De controle en evaluatie bevoegdheden bestaan uit:

[...]

Tussenconclusie verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

- 6.79. Citroën Nederland verplicht de Citroën dealer om de franchiseformule op de door Citroën Nederland aangewezen wijze te exploiteren. Dit blijkt uit de bijstand die Citroën Nederland continue (en vaak ongevroegd) verleent aan de dealers, alsmede de zeer uitgebreide instructies en voorschriften die worden opgelegd aan de Citroën dealer en die nauwgezet door Citroën Nederland worden gecontroleerd. De ruimte om af te wijken van de Citroën dealerformule is nihil. Deze controle door Citroën Nederland in combinatie met de sancties die kunnen worden gekoppeld aan het niet (volledig) naleven van de instructies, maken de exploitatie conform de franchiseformule een directe verplichting voor de Citroën dealers.

Vergoeding

- 6.80. Zoals reeds in randnummers 6.47 – 6.50 is toegelicht, kan de franchisevergoeding in diverse vormen en op meerdere wijzen worden doorbelast. De vergoeding die de dealers aan Citroën Nederland betalen om de Citroën dealerformule te exploiteren vinden plaats in de vorm van rechtstreekse betaling van (periodieke) geldbedragen, (in)directe financiële compensatie(s), opslag(en) op producten en andere tegenprestaties, welke betrekking hebben op diverse facetten van de bedrijfsvoering en aspecten van de formule.
- 6.81. De Citroën dealer gaat diverse financiële verplichtingen aan jegens Citroën Nederland en aan Citroën Nederland gelieerde ondernemingen om aan de voorschriften van Citroën Nederland te (kunnen) voldoen en als (erkend) Citroën dealer te mogen (blijven) opereren (zie onder meer randnummer 3.163 en **Productie 57** [...]). [...]
- 6.82. Daarnaast dient de Citroën dealer diverse andere vergoedingen aan Citroën Nederland en aan haar gelieerde ondernemingen te betalen¹⁰⁶ om Citroën dealer te zijn en te mogen blijven. [...]
- 6.83. Deze vergoedingen zijn dus eveneens rechtstreeks aan Citroën Nederland (of gelieerde ondernemingen) verschuldigde geldbedragen, die zowel direct als indirect worden doorberekend aan de Citroën dealer. Indien voornoemde vergoedingen niet worden betaald voldoet een Citroën dealer ook niet aan alle voorschriften en instructies van Citroën Nederland. Dit kan diverse consequenties met zich meebrengen, [...]. De betaling van deze vergoeding zijn derhalve direct noodzakelijk om het exploitatierecht op de franchiseformule te behouden.

¹⁰⁵ [...]

¹⁰⁶ [...]

- 6.84. Buiten voornoemde vergoedingen die Citroën dealers rechtstreeks aan Citroën Nederland of aan haar gelieerde ondernemingen betalen, dient de Citroën dealer ook diverse andere tegenprestaties te leveren als financiële compensatie voor het haar toegekende recht op exploitatie. Deze tegenprestaties vloeien voort uit het totaal aan regels, verplichtingen en gedetailleerde uitvoeringsvoorschriften dat Citroën Nederland aan de dealers oplegt, en zijn gelegen in de wens van Citroën Nederland om een uniforme prestatie en gelijkwaardige kwaliteit van de dienstverlening te kunnen waarborgen. [...]
- 6.85. In zijn totaliteit gezien betalen dealers door middel van voornoemde rechtstreeks en indirecte tegenprestaties een directe en indirecte financiële vergoeding voor het recht op exploitatie van het bedrijfsconcept van Citroën, d.w.z. het Citroën 'dealerschap', onder vlag en toezicht van Citroën Nederland. De marge die met deze activiteiten door Citroën Nederland gerealiseerd wordt is ook zodanig dat een dergelijke franchisevergoeding zonder meer inbegrepen kan worden geacht.

Franchiserelatie

- 6.86. Tot slot bewerkstelligt het Citroën dealercontract de vereiste franchiserelatie. **Productie 1 – Dealercontract** betreft een overeenkomst tussen Citroën Nederland (de franchisegever) en de Citroën dealer (de franchisenemer). In het Dealercontract wordt aan de Citroën dealer onder meer het in artikel 1 bepaalde gebruiksrecht verleend om de Citroën dealerformule (mede) te exploiteren.
- 6.87. Daarnaast voldoet het Dealercontract ook aan het vereiste van artikel 7:911 lid 2 sub d BW, nu dealers de Citroën dealerformule als natuurlijke persoon of rechtspersoon voor eigen rekening en risico exploiteren. Een en ander vloeit voort uit **Productie 1 – Dealercontract**, artikel 2.4 en is toegelicht in Hoofdstuk 3, randnummer 3.3. De dealers hebben het recht en zijn tegelijkertijd verplicht om tegen betaling gebruik te maken van het operationele, commerciële en organisatorische bedrijfsproces van Citroën, en vormen zo gezamenlijk een keten voor de afzet van Citroën motorvoertuigen en accessoires en daaraan gerelateerde diensten.

Het Citroën reparateurcontract

- 6.88. Hierna zal onder verwijzing naar de relevante onderdelen uit de geschetste feiten en omstandigheden per onderscheiden kernelement van de franchiseovereenkomst worden toegelicht dat de rechten en verplichtingen zoals overeengekomen in het Citroën reparateurcontract daaraan voldoen.

De franchiseformule

- 6.89. Evenals bij het Citroën dealercontract, wordt er bij het Citroën reparateurcontract een operationele, commerciële en organisatorische formule gevoerd inzake het verrichten van aftersales diensten: de Citroën erkend reparateurformule. Deze formule bestaat enerzijds uit een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening en anderzijds uit knowhow. Net zoals bij het Citroën dealercontract, zullen deze elementen hierna afzonderlijk worden toegelicht.

Een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening

- 6.90. [...]
6.91. [...]
6.92. [...]
6.93. [...]
6.94. [...]
6.95. [...]

Knowhow

- 6.96. Het component van de Citroën reparateurformule dat in beginsel niet voor wettelijke bescherming als intellectueel eigendomsrecht in aanmerking komt betreft de knowhow: De informatie die geheim, wezenlijk en geïdentificeerd is (zie randnummer 6.33). Dit bestaat onder meer uit de volgende (kern)elementen:

[...]

- 6.97. Dat Citroën Nederland knowhow ter beschikking stelt aan haar reparaturnetwerk, blijkt overigens ook uit het Reparateurcontract. [...]

6.98. [...]

Tussenconclusie franchiseformule

6.99. Net zoals bij het Citroën dealercontract, kan ten aanzien van het Citroën reparateurcontract worden geconstateerd dat het voldoet aan de kenmerken en vereisten van een franchiseformule zoals bedoeld in de Wet franchise. Citroën Nederland legt tal van regels en verplichtingen op aan de Citroën reparateurs, [...]. Ten aanzien van deze talrijke regels en verplichtingen heeft de Citroën reparateur slechts zeer beperkt de ruimte voor een individuele en onderscheidende aanpak.

Uniforme uitstraling en identiteit

6.100. In het kader van de uniforme uitstraling en identiteit dient iedere klant dezelfde beleving te krijgen bij elke Citroën reparateur. Anders gezegd, de consument moet herkennen dat alle Citroën reparateurs onderdeel zijn van één (franchise)formule. Dit gebeurt onder meer door toepassing van de franchiseformule (zie randnummers 6.38 – 6.41 waarin dit reeds is toegelicht).

6.101. Citroën Nederland legt aan de haar reparateurs diverse instructies en verplichtingen op teneinde herkenbaarheid en een uniforme identiteit en kwaliteit van de Citroën aftersales diensten te bewerkstelligen. Illustratief hiervoor zijn de volgende (kern)elementen van de formule:

[...]

Tussenconclusie uniforme uitstraling en identiteit

6.102. Middels bovengenoemde uitgebreide set aan regels en verplichtingen blijkt duidelijk dat Citroën Nederland wil bewerkstelligen dat klanten dezelfde kwaliteit, behandeling en ervaring krijgen, ongeacht bij welke erkende Citroën reparateur zij aftersalesdiensten afnemen. Dit geldt (i) voor de (uiterlijke) herkenbaarheid van de Citroën reparateur – bijvoorbeeld middels [...] – (ii) voor de wijze waarop de aftersales wordt verricht en (iii) voor het assortiment aan onderdelen en accessoires dat wordt aangeboden en tentoongesteld. Voor de klant is de aftersales service daardoor herkenbaar en uniform, zodat het weinig tot geen verschil maakt bij welke Citroën reparateur hij zijn auto laat onderhouden en/of repareren.

De verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

6.103. Citroën Nederland voorziet de Citroën erkend reparateurs voortdurend – gevraagd en ongevraagd – van commerciële en technische informatie en methoden die nodig zijn voor de aftersales dienstverlening. De informatie is soms slechts informatie van aard, maar legt tevens veelvuldig (aanvullende) verplichtingen en instructies op aan de Citroën reparateurs. Deze (verplicht te accepteren) bijstand en ondersteuning, en de daarbij behorende controle- en sanctiebevoegdheden van Citroën Nederland is dermate uitgebreid dat Citroën Nederland in staat is om uniformiteit in de (diverse facetten van de) bedrijfsvoering van de Citroën reparateur af te dwingen.

6.104. Citroën Nederland is voortdurend bezig met de ontwikkeling van, en het updaten van reeds ontwikkelde *tools* en zorgt daarmee voor een continue informatie- en adviesoverdracht aan haar reparateurs. Deze continue ontwikkeling blijkt onder meer uit:

[...]

6.105. Daarnaast ondersteunt Citroën Nederland de reparateurs onder meer met betrekking tot de volgende elementen:

[...]

6.106. Daarnaast checkt Citroën Nederland de bedrijfsvoering van de reparateurs continu. Met deze controles en evaluaties wordt de Citroën reparateur getoetst aan het naleven van de vele verplicht gestelde voorschriften van Citroën Nederland. Bij het niet voldoen aan de voorschriften heeft Citroën Nederland diverse rechten ter beschikking, waaronder het beëindigen van het Citroën reparateurcontract.¹⁰⁷ De controle en evaluatie bevoegdheden die Citroën Nederland zichzelf – op basis van algemene bepalingen uit het Reparateurcontract – toekent bestaan uit:

[...]

Tussenconclusie verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

6.107. Middels continue bijstand, gedetailleerde instructies en (met bonussen en sancties afdwingbare) verplichtingen, alsmede de nauwgezette controles, verplicht Citroën Nederland de Citroën reparateur om de franchiseformule op de door Citroën Nederland aangewezen wijze te exploiteren. De Citroën reparateur heeft weinig tot geen ruimte om af te wijken van de franchiseformule doordat alles in detail is voorgeschreven door Citroën Nederland. Deze controle door Citroën Nederland in combinatie met de sancties die kunnen worden gekoppeld aan het niet (volledig) naleven van de instructies, maken exploitatie conform de franchiseformule een directe verplichting voor de Citroën reparateurs.

¹⁰⁷ [...]

Vergoeding

- 6.108. In randnummers 6.47 – 6.50 is reeds toegelicht dat de franchisevergoeding in diverse vormen en op meerdere wijzen kan worden doorbelast aan de franchisenemer. Net zoals bij de franchisevergoeding van de Citroën dealers geldt, betaalt de Citroën reparateur de vergoeding om de franchiseformule van Citroën Nederland te exploiteren middels rechtstreekse betaling van (periodieke) geldbedragen, (in)directe financiële compensatie(s) en andere tegenprestaties die betrekking hebben op uiteenlopende facetten van de bedrijfsvoering en aspecten van de franchiseformule.
- 6.109. [...]
- 6.110. Daarnaast ligt de franchisevergoeding besloten in alle vergoedingen die de Citroën reparateur dient te betalen aan Citroën Nederland (en/of de aan haar gelieerde ondernemingen). [...]
- 6.111. [...]
- 6.112. Ook dient de Citroën reparateur diverse andere tegenprestaties te leveren als financiële compensatie voor het recht op exploitatie van de franchiseformule welke niet rechtstreeks aan Citroën Nederland of een aan haar gelieerde onderneming worden betaald. Korthedshalve wordt voor een verdere uitleg hieromtrent verwezen naar randnummer 6.84.
- 6.113. Geconcludeerd wordt dat de Citroën reparateur op verschillende wijzen vergoedingen betaalt voor het aan hem toegekende recht op exploitatie van de franchiseformule voor reparateurs. Het betreffen zowel rechtstreekse als indirecte tegenprestaties welke als directe en/of indirecte financiële vergoedingen onlosmakelijk verbonden zijn met het recht om de naam 'erkend Citroën reparateur' te mogen voeren. De marge die met deze activiteiten door Citroën Nederland gerealiseerd wordt is ook zodanig dat een dergelijke franchisevergoeding zonder meer inbegrepen kan worden geacht voor de Citroën reparateursformule.

Franchiserelatie

- 6.114. Tot slot bewerkstelligt het Citroën reparateurcontract de vereiste franchiserelatie. **Productie 2 – Reparateurcontract** betreft een overeenkomst tussen Citroën Nederland (de franchisegever) en de Citroën reparateur (de franchisenemer). In het Reparateurcontract wordt aan de Citroën reparateur onder meer het in artikel 1 bepaalde gebruiksrecht verleend om de Citroën reparateurformule (mede) te exploiteren.
- 6.115. Daarnaast voldoet het Reparateurcontract ook aan het vereiste van artikel 7:911 lid 2 sub d BW, nu reparateurs de Citroën reparateurformule als natuurlijke persoon of rechtspersoon voor

eigen rekening en risico exploiteren. Een en ander vloeit voort uit **Productie 2 – Reparateurcontract**, artikel 2.4 en is toegelicht in Hoofdstuk 4, randnummer 4.2. De reparateurs mogen tegen betaling gebruik maken van het operationele, commerciële en organisatorische bedrijfsproces van Citroën, en vormen gezamenlijk een keten voor de afzet van Citroën onderdelen en accessoires en het verlenen van daaraan gerelateerde aftersales diensten.

Het DS dealer- en reparateurcontract

- 6.116. Hierna zal onder verwijzing naar hetgeen hiervoor is toegelicht inzake het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract, alsmede relevante onderdelen uit de geschetste feiten en omstandigheden per onderscheiden kernelement van de franchiseovereenkomst worden toegelicht dat de rechten en verplichtingen zoals overeengekomen in het DS dealercontract en het DS reparateurcontract voldoen aan de wettelijke omschrijving van een franchiseovereenkomst in de zin van artikel 7:911 lid 1 van het Burgerlijk Wetboek.

De franchiseformule

- 6.117. Evenals bij het Citroën dealercontract en het Citroën reparateurcontract, wordt er bij het DS dealercontract en het DS reparateurcontract een operationele, commerciële en organisatorische formule gevoerd inzake het verrichten van sales en aftersales diensten: de DS dealerformule en de DS erkend reparateurformule. Deze formules bestaan enerzijds uit een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening en anderzijds uit knowhow.

DS dealercontract

- 6.118. In randnummers 6.59 – 6.70 is reeds uitgebreid toegelicht dat Citroën Nederland een Citroën dealerformule exploiteert. De daar aangehaalde componenten die maken dat er sprake is van de exploitatie van een franchiseformule, stemmen overeen met de componenten die aanwezig zijn bij de DS dealerformule die door Citroën Nederland wordt geëxploiteerd. Deze overeenstemming is reeds toegelicht in Hoofdstuk 5.
- 6.119. De overeenstemming met betrekking tot de elementen van de franchiseformule bestaande uit een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening zijn bijvoorbeeld toegelicht in randnummers 5.21 – 5.30. [...]
- 6.120. Ook uit het DS-Dealercontract volgt dat Citroën Nederland knowhow ter beschikking stelt aan haar DS dealernetwerk. [...] Daarnaast volgt de ter beschikking stelling van knowhow uit hetgeen in Hoofdstuk 5 is toegelicht, zoals de overeenstemming met betrekking tot de voorschriften inzake het verkoopproces (randnummers 5.11 – 5.14).

DS reparateurcontract

- 6.121. Net als met het DS dealercontract wordt er met het DS reparateurcontract een operationele, commerciële en organisatorische formule gevoerd: de DS erkend reparateurformule. De DS erkend reparateurformule vertoont veel gelijkenissen met de Citroën erkend reparateurformule, welke reeds in randnummers 6.89 – 6.99 is toegelicht. Voor een toelichting op de gelijkenissen wordt verder verwezen naar toelichting in Hoofdstuk 5.
- 6.122. Ook de overeenstemming met betrekking tot de elementen van de DS reparateurformule bestaande uit een handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening zijn onder meer toegelicht in randnummers 5.21 – 5.30, [...].
- 6.123. Verder bevat het DS reparateurcontract dezelfde verplichting inzake de geheimhouding van de door Citroën Nederland ter beschikking gestelde knowhow (**Productie 76** [...]), waarbij in Hoofdstuk 5 is toegelicht in welke mate de componenten uit randnummers 6.89 – 6.99 overeenstemmen met DS en maken dat er sprake is van de exploitatie van knowhow door Citroën Nederland. Zie bijvoorbeeld [...].

Uniforme identiteit en uitstraling

- 6.124. Zowel het DS dealerschap als het DS reparateurschap moet voor klanten herkenbaar zijn als een formule, middels de zoveel mogelijk uniforme identiteit en uitstraling. Citroën Nederland legt in dat kader allerlei instructies en verplichtingen op aan de DS dealers en reparateurs teneinde herkenbaarheid en een uniforme kwaliteit van de DS merken, producten en diensten te bewerkstelligen.

DS dealercontract

- 6.125. [...] Deze verplichtingen zijn zowel qua aard als qua omvang gelijk aan de verplichtingen die Citroën Nederland aan Citroën dealers oplegt, met dien verstande dat de uitstraling en identiteit van het merk DS *inhoudelijk* verschilt van het merk Citroën (bijvoorbeeld ten aanzien van [...]). [...] Voor de inhoud van deze verplichtingen wordt verwezen naar randnummers 5.21 – 5.30 en randnummers 6.71 – 6.74. Daarnaast wordt de uniforme identiteit en uitstraling onder andere bewerkstelligd door de in randnummer 5.12 toegelichte voorschriften inzake de demonstratievoertuigen en de in randnummers 5.13 en 5.14 toegelichte instructies voor het verkoopproces.

DS reparateurcontract

- 6.126. Citroën Nederland tracht middels gedetailleerde voorschriften en instructies te bewerkstelligen dat de klant bij iedere Citroën reparateur eenzelfde beleving krijgt. Dit is voor DS reparateurs niet anders. Ook ten aanzien van aftersalesdiensten voor DS is herkenbaarheid als één

(franchise)formule, met de daarbij behorende uniforme identiteit en uitstraling van groot belang voor Citroën Nederland. De verplichtingen die in dat kader worden opgelegd aan DS erkend reparateurs komen veelal overeen met de eisen die aan de Citroën erkend reparateurs worden opgelegd. Voor een toelichting omtrent deze uniforme identiteit en uitstraling van Citroën reparateurs wordt verwezen naar randnummers 6.100 – 6.102. In Hoofdstuk 5 is toegelicht dat dezelfde, althans vergelijkbare, instructies en verplichtingen worden opgelegd aan DS reparateurs. Zo zijn in randnummers 5.21 – 5.30 bijvoorbeeld de soortgelijke verplichtingen inzake bedrijfsinrichting en marketingactiviteiten toegelicht, en volgen uit randnummers 5.15 – 5.17 daarnaast de overeenkomsten inzake de voorgeschreven reparatie- en onderhoudsprocessen. Met de uitgebreide verplichtingen die Citroën Nederland aan de DS reparateurs oplegt, tracht zij te bewerkstelligen dat de klant dezelfde kwaliteit, behandeling en ervaring krijgt, ongeacht bij welke erkende DS reparateur zij aftersalesdiensten afneemt.

De verplichting om de formule op de door de franchisegever aangewezen wijze te exploiteren

- 6.127. Citroën Nederland voorziet DS dealers en reparateurs continu – gevraagd en ongevraagd – van commerciële en technische informatie en methoden in het kader van sales en aftersales dienstverlening. De (verplicht te accepteren) bijstand en ondersteuning, en de toegekende controle- en sanctiebevoegdheden van Citroën Nederland in het verlengde daarvan, zorgen ervoor dat Citroën Nederland de wijze van sales- en aftersalesdienstverlening door de DS dealers en reparateurs tot in detail bepaalt.

DS dealercontract

- 6.128. De bijstand en ondersteuning die in dit kader wordt verleend aan DS dealers, is qua aard en omvang gelijk aan de bijstand en ondersteuning voor Citroën dealers. Verwezen wordt onder meer naar de in randnummer 5.10 toegelichte overeenkomsten met betrekking tot aanvullende contracten en programma's, en de in randnummer 5.20 beschreven criteria voor trainingen van personeel. Ook de controle en evaluatie door, en daarbij behorende sanctiebevoegdheden van Citroën Nederland stemmen overeen (zie voor een toelichting randnummers 6.75 – 6.79, alsmede randnummers 5.32 – 5.35). De ruimte om af te wijken van de DS dealerformule is nihil.

DS reparateurcontract

- 6.129. Citroën Nederland ontwikkelt en update diverse *tools* waarmee een voortdurende informatie- en adviesoverdracht aan DS reparateurs wordt bewerkstelligd, welke betrekking heeft op alle facetten van de onderneming. Zoals in randnummer 5.10 is toegelicht, zijn diverse aanvullende contracten en programma's, inclusief daarbij behorende voorschriften van toepassing op DS reparateurs, en krijgen laatstgenoemden een met Citroën gelijke vorm van technische ondersteuning (zie randnummer 5.17). Daarnaast zijn ook de andere, in randnummers 6.103 – 6.107 toegelichte elementen aanwezig bij de DS erkend reparateurformule. De DS dealer wordt

verplicht om de DS reparateurformule op de door Citroën Nederland aangewezen wijze te exploiteren. Voor de DS reparateur geldt bovendien ook dat afwijken van de franchiseformule nauwelijks mogelijk is. Citroën Nederland controleert en evalueert de activiteiten van DS reparateurs nauwgezet en kan bij niet naleving van voorschriften sancties opleggen, zoals toegelicht in randnummers 5.32 – 5.35.

Vergoedingen

- 6.130. De DS dealers en reparateurs betalen aan Citroën Nederland allerlei vergoedingen in ruil voor het recht op exploitatie van de DS dealer- en reparateurformule. Deze vergoedingen vinden plaats in de vorm van rechtstreekse betalingen van (periodieke) geldbedragen, (in)directe financiële compensatie(s), opslag(en) op producten en diensten en andere tegenprestaties, welke betrekking hebben op diverse facetten van de bedrijfsvoering en aspecten van de formule.

DS dealercontract

- 6.131. De DS dealer dient, net zoals de Citroën dealer, verschillende vergoedingen te betalen aan Citroën Nederland, door haar ingeschakelde derden en aan Citroën Nederland gelieerde ondernemingen, om aan de vergaande eisen van Citroën Nederland te (kunnen) voldoen en als (erkend) DS dealer te mogen (blijven) opereren. Verwezen wordt naar randnummers 6.80 – 6.85 voor een toelichting op de wijze waarop deze vergoedingen zijn ingericht voor Citroën dealers en randnummers 5.36 – 5.39 voor de gelijksoortige vergoedingen voor DS dealers.

DS reparateurcontract

- 6.132. Voor de DS reparateurs geldt eveneens dat zij diverse vergoedingen moeten betalen aan Citroën Nederland, aan haar gelieerde ondernemingen en door haar ingeschakelde derden, teneinde aan de voorschriften van Citroën Nederland te (kunnen) voldoen en als DS erkend reparateur te mogen (blijven) opereren. Deze verplichtingen komen, net als de betalingsverplichtingen van DS dealers, qua aard en opbouw overeen met de in randnummers 6.108 – 6.113 toegelichte vergoedingen die Citroën erkend reparateurs dienen te betalen (zie randnummers 5.36 – 5.39).

Franchiserelatie

- 6.133. Tot slot bewerkstelligen het DS dealercontract en het DS reparateurcontract – ieder afzonderlijk – de vereiste franchiserelatie. **Productie 75 – DS-dealercontract** en **Productie 76 – DS-reparateurcontract** betreffen overeenkomsten tussen Citroën Nederland (de franchisegever) en de DS dealer of de DS reparateur (de franchisenemer). In artikel 1 van het DS-Dealercontract en het DS-reparateurcontract wordt het gebruiksrecht verleend om de DS dealer- of reparateurformule (mede) te exploiteren.

6.134. Daarnaast voldoen het DS dealercontract en het DS reparateurcontract ook aan het vereiste van artikel 7:911 lid 2 sub d BW, nu dealers de DS dealer- en reparateurformule als natuurlijke persoon of rechtspersoon voor eigen rekening en risico exploiteren. Een en ander vloeit voort uit **Productie 75 – DS-dealercontract**, artikel 2.6 resp. **Productie 76 – DS-reparateurcontract**, artikel 2.6. Deze artikelen stemmen qua inhoud overeen met artikel 2.4 van het Citroën dealer- en reparateurcontract. Voor een toelichting hierop wordt verwezen naar randnummers 3.3 en 4.2, alsmede randnummers 5.5 en 5.8. De DS dealers en reparateurs hebben het recht en zijn daarmee verplicht om tegen vergoeding gebruik te maken van het operationele, commerciële en organisatorische bedrijfsproces van DS, en vormen zo gezamenlijk een keten voor de afzet van DS motorvoertuigen en accessoires en het verlenen van daaraan gerelateerde (aftersales)diensten.

7. VORDERINGEN

7.1. VGPCN vordert een verklaring voor recht dat:

- de relatie tussen de erkende Citroën dealer en Citroën Nederland, en de tussen hen overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het Citroën dealercontract;

en
- de relatie tussen de erkende Citroën reparateur en Citroën Nederland, en de tussen hen overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het Citroën reparateurcontract;

en
- de relatie tussen de erkende DS dealer en Citroën Nederland, en de tussen hen overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het DS dealercontract;

en
- de relatie tussen de erkende DS reparateur en Citroën Nederland, en de tussen hen overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het DS reparateurcontract;

de elementen kennen die de wettelijke definitie 'franchiseovereenkomst' in de zin van artikel 7:911 lid 1 BW van de Wet franchise in zich bergt, en in het verlengde daarvan 'franchiseformule' in de zin van artikel 7:911 lid 2 sub a, 'franchisegever' in de zin van artikel 7:911 lid 2 sub c BW, en 'franchisenemer' in de zin van artikel 7:911 lid 2 sub d BW, en aldus kwalificeert als franchiseovereenkomst.

8. VERWEER GEDAAGDE EN WEERLEGGING DAARVAN

Verweren Citroën Nederland

- 8.1. Middels haar schrijven d.d. 3 februari 2021 (**Productie C** – Brief Citroën Nederland aan VGPCN d.d. 3 februari 2021) heeft Citroën Nederland kenbaar gemaakt zichzelf niet te beschouwen als franchisegever in de zin van artikel 7:911 lid 2 sub c BW. De relatie die zij onderhoudt met haar dealers is fundamenteel anders dan de relatie die een franchisegever onderhoudt met haar franchisenemers, aldus Citroën Nederland.
- 8.2. Zij voert daartoe aan dat een franchisegever een onderneming is die op een bepaalde markt onder een eigen naam een formule heeft ontwikkeld, bestaande uit op ervaring gebaseerde knowhow, die zij tegen vergoeding aan zelfstandige handelaren, franchisenemers, zonder dergelijke ervaring en knowhow ter beschikking stelt. De franchisenemers zouden daardoor, gebruikmaken van deze formule, zonder extra moeite te hoeven doen en met gebruikmaking van de door de franchisegever opgebouwde reputatie. Het wezen van franchise acht Citroën Nederland in dit kader de exploitatie van knowhow.
- 8.3. Citroën Nederland stelt dat zij geen knowhow exploiteert en ook geen formule heeft ontwikkeld dat bestaat uit op ervaring gebaseerde knowhow. Daarbij stelt zij dat Citroën dealers ook niet tegen betaling van een vergoeding een gebruiksrecht ter beschikking krijgen gesteld van Citroën Nederland.
- 8.4. Citroën Nederland zou primair tot doel hebben zoveel mogelijk Citroën voertuigen op de Nederlandse markt te verkopen en doet dat met dealers die beschikken over bewezen kwaliteiten op het gebied van de verkoop van voertuigen. De knowhow met betrekking tot deze verkoop zou zich volgens Citroën Nederland primair bij de dealers bevinden, en niet bij Citroën Nederland.

Weerlegging verweer

- 8.5. Ten aanzien van het verweer van Citroën Nederland dat zij geen knowhow exploiteert wordt korthedshalve verwezen naar hetgeen is toegelicht in randnummers 6.67 – 6.69 en 6.96 – 6.98. Daaruit blijkt dat Citroën Nederland op alle facetten van de bedrijfsvoering zeer uitgebreide knowhow heeft ontwikkeld en deze informatie verstrekt aan haar dealernetwerk. Daar komt bij dat deze knowhow notabene wordt beschermd middels een geheimhoudingsbepaling in het Dealercontract en het Reparateurcontract. Citroën Nederland verplicht haar dealernetwerk bovendien de knowhow op te volgen c.q. na te leven. Het is derhalve feitelijk onjuist en onnavolgbaar dat de dealer de knowhow zelf zou hebben ontwikkeld c.q. opgesteld c.q. van de dealer afkomstig zou zijn.

- 8.6. De knowhow vormt samen met de voor wettelijke bescherming als intellectueel eigendomsrecht in aanmerking komende elementen (handelsmerk, model of handelsnaam, huisstijl of tekening), de franchiseformule die Citroën Nederland exploiteert. Het verweer van Citroën Nederland inzake het ontbreken van een formule gaat derhalve eveneens niet op. Kortheidshalve wordt voor de onderbouwing van de aanwezig zijnde elementen voor de franchiseformule verwezen naar randnummers 6.59 – 6.70 en 6.89 – 6.99.
- 8.7. Tot slot slaagt het verweer van Citroën Nederland voor wat betreft het gebrek aan een vergoeding die betaald zou moeten worden aan Citroën Nederland door de dealers niet. Citroën Nederland belast immers diverse kosten door aan haar dealernetwerk en/of brengt vergoedingen in rekening aan haar dealernetwerk. De Citroën dealer en reparateurs dienen deze vergoedingen te betalen teneinde het (exploitatie)recht op de verkoop van Citroën voertuigen, onderdelen en accessoires en/of het leveren van aftersales te behouden en zich in algemene zin als Citroën dealer of reparateur te mogen presenteren conform de uniforme identiteit en uitstraling. Een en ander is reeds toegelicht in randnummers 6.80 – 6.85 en 6.108 – 6.113.

9. BEVOEGDHEID RECHTBANK

- 9.1. Citroën Nederland heeft haar kantoor in Amsterdam. Derhalve heeft zij daar mede woonplaats ingevolge artikel 1:14 BW en is de rechtbank Amsterdam bevoegd (artikel 99 lid 1 Rv). De Verenigde Opel Dealers Nederland heeft reeds een vergelijkbare vordering ingesteld tegen Opel Nederland B.V. (overlegd als **Productie 78 – Dagvaarding VODN / Opel Nederland**), en VGPCN heeft namens erkende dealers en reparateurs van het merk Peugeot tevens vergelijkbare vorderingen ingesteld tegen Peugeot Nederland N.V., beiden bij de rechtbank Amsterdam. Opel Nederland B.V., Peugeot Nederland N.V. en Citroën Nederland B.V. houden allen kantoor op hetzelfde adres in Amsterdam en zijn allen onderdeel van STELLANTIS. VGPCN vordert dat deze zaken worden gevoegd, op de voet van artikel 222 Rv.

10. INCIDENTELE CONCLUSIE EX. ARTIKEL 222 LID 1 RV

- 10.1. Bij dagvaarding d.d. 1 juni 2021 heeft Verenigde Opel Dealers Nederland (hierna: “**VODN**”) Opel Nederland B.V. (hierna: “**Opel Nederland**”) gedagvaard tegen de roldatum van 11 augustus 2021 om 10.00 uur, met rolnummer C/13/705749. Een kopie van de betekende dagvaarding (zonder producties) wordt als **Productie 78 – Dagvaarding VODN / Opel Nederland** overgelegd. De procedure is aanhangig bij de Rechtbank Amsterdam en behelst de vordering tot verklaring voor recht dat het Opel dealercontract en het Opel erkend reparateurcontract kwalificeren als een franchiseovereenkomst in de zin van artikel 7:911 BW.
- 10.2. VGPCN vordert voeging van onderhavige procedure ex artikel 222 lid 1 Rv met de hiervoor genoemde procedure tussen VODN en Opel Nederland wegens verknochtheid. Ingevolge artikel 222 lid 1 Rv kan voeging worden gevorderd van verknochte procedures die aanhangig

zijn bij dezelfde rechter. Het is doelmatiger dat samenhangende vorderingen door één rechter worden beoordeeld. Hiermee worden niet alleen kosten bespaard, maar wordt ook zo veel mogelijk voorkomen dat in twee procedures tegenstrijdige beslissingen worden genomen.

- 10.3. Het begrip ‘verknochtheid’ of connexiteit kan aldus worden uitgelegd dat er een zodanige band dient te bestaan tussen beide zaken, dat een goede rechtsbedeling vraagt om gelijktijdige behandeling en beslissing door dezelfde rechter. Van verknochtheid is sprake wanneer de feitelijke of juridische geschilpunten in de ene zaak identiek zijn aan die in de andere, dan wel daarmee zodanige samenhang vertonen dat consistentie van de uitspraken wenselijk is. Daaraan kan ook zijn voldaan bij zaken die lopen tussen verschillende partijen.
- 10.4. Dat er sprake is van verknochtheid tussen de twee zaken zal hierna worden toegelicht. Allereerst volgt een nadere omschrijving van partijen, waarbij ten aanzien van gedaagde in de hoofdzaak een toelichting zal worden gegeven omtrent de verhouding tussen Citroën Nederland, Opel Nederland en daaraan verwante vennootschappen. Daarna zullen de relevante feiten en achtergronden worden geschetst.

Partijen

- 10.5. Citroën Nederland is een 100% dochteronderneming van Automobiles Citroën S.A., fabrikant van onder meer motorvoertuigen en transmissies, onderdelen en accessoires van de merken Citroën en DS, handelend onder de naam PSA Groupe (voorheen PSA Peugeot Citroën).
- 10.6. Opel Nederland is een 100% dochteronderneming van General Motors Europe Holdings S.L., fabrikant van onder meer motorvoertuigen en transmissies, onderdelen en accessoires van het merk Opel, welke weer onderdeel uitmaakt c.q. eigendom is van de Franse PSA Groupe.
- 10.7. De PSA Groep is eigenaar en fabrikant van onder andere de automerken Peugeot, Citroën, DS en Opel. Op 16 januari 2021 is de PSA Groep gefuseerd met de FCA Groep (Fiat Chrysler Automobile), welke eigenaar en fabrikant is van onder andere de merken Fiat, Alfa-Romeo, Lancia, Maserati, Chrysler, Dodge, Jeep en RAM. Vanaf 16 januari 2021 zijn de PSA Groep en FCA Groep formeel gefuseerd onder de naam STELLANTIS NV, waarvan het hoofdkantoor is gevestigd te Amsterdam (“**Stellantis**”).
- 10.8. Citroën Nederland en Opel Nederland, en de daarbij behorende merken Citroën, DS en Opel maken allen onderdeel uit van PSA Groupe en dus van Stellantis. Door de PSA Groupe c.q. Stellantis worden diverse besluiten genomen die direct gevolgen hebben voor zowel Opel dealers en reparateurs als voor Citroën en/of DS dealers en reparateurs.

Feiten en achtergronden

- 10.9. VGPCN vordert – kort gezegd – een verklaring voor recht dat het Citroën dealercontract, het Citroën erkend reparateurcontract, het DS dealercontract en het DS erkend reparateurcontract kwalificeren als een franchiseovereenkomst in de zin van artikel 7:911 BW.¹⁰⁸ Deze vordering is vergelijkbaar met de vordering die VODN heeft ingesteld jegens Opel Nederland. VODN vordert immers een verklaring voor recht dat het Opel dealercontract en het Opel erkend reparateurcontract kwalificeren als franchiseovereenkomst in de zin van artikel 7:911 BW.¹⁰⁹
- 10.10. In beide dagvaardingën wordt dus eenzelfde verklaring van recht gevorderd, met als gevolg de toepasselijkheid van de Wet franchise op de betreffende dealer- en reparateurcontracten (franchiseovereenkomsten).
- 10.11. Naast de overeenstemming inzake de vordering die in beide procedures centraal staat, vertonen de betreffende overeenkomsten, alsmede de opbouw van de dagvaardingën gelijkenissen. Het dealercontract en het reparateurcontract staan in beide procedures centraal en vormen de basis voor de kwalificatie als franchiseovereenkomsten. Daarnaast kennen de dagvaardingën dezelfde opbouw in het feitenkader omdat de contracten voor de merken ten aanzien van diverse elementen gelijk zijn aan elkaar.
- 10.12. Meer specifiek is de aard van de verplichtingen en voorschriften die Citroën Nederland en Opel Nederland aan hun dealers en reparateurs opleggen grotendeels soortgelijk. Ter illustratie – en zonder uitputtend te willen zijn – kennen alle merken [...]. Ook gelden voor alle drie de netwerken [...]. Zowel de (eenzijdige) wijze waarop de verplichtingen aan de dealers en reparateurs worden gelegd als de inhoud van deze verplichtingen hangen dus nauw samen.
- 10.13. Gelet op de hiervoor omschreven gelijkenissen is ook de kwalificatie van de contracten voor de merken op eenzelfde wijze opgebouwd¹¹⁰. In het juridisch kader is per element van de franchiseovereenkomst toegelicht (lees: geduid) op welke wijze deze elementen terugkomen in de verplichtingen die worden opgelegd door Citroën Nederland en Opel Nederland. Ook hieruit volgt dus een nauwe samenhang en verknochtheid tussen de procedures.
- 10.14. Tot slot wordt opgemerkt dat tegen dezelfde roldatum als deze dagvaarding – 25 augustus 2021 – een dagvaarding door VGPCN is aangebracht jegens Peugeot Nederland. VGPCN treedt bij die procedure op namens erkende Peugeot dealers en reparateurs. In de dagvaarding jegens Peugeot Nederland vordert VGPCN (eveneens) voeging met de procedure tussen VODN en Opel Nederland. Deze voeging is om dezelfde redenen verzocht als hiervoor is toegelicht. Anders gezegd, deze procedure en de procedure jegens Peugeot Nederland bevat dezelfde gelijkenissen met de procedure tussen VODN en Opel Nederland. Ook met betrekking tot die procedure geldt dat er sprake is van verknochtheid.

¹⁰⁸ [...]

¹⁰⁹ [...]

¹¹⁰ [...]

11. BEWIJSAANBOD

- 11.1. Eiser meent ten volle te hebben voldaan aan zijn stelplicht en bewijslast. Eiser biedt onder het protest van gehoudenheid hiertoe aan al zijn stellingen nader te bewijzen, onder meer door het doen horen van getuigen onder wie, maar daartoe niet beperkt: de heer ██████ (██████).
- 11.2. De heer ██████ kan meer specifiek verklaren over alle vereiste elementen van de franchiseovereenkomsten in zijn algemeenheid die aanwezig zijn in de Citroën dealer- en reparateurcontracten en de DS dealer- en reparateurcontracten, waaronder, maar niet beperkt tot:
- de franchisevergoeding die de Citroën en/of DS dealer en reparateur aan Citroën Nederland dienen te betalen;
 - de door Citroën Nederland opgestelde franchiseformules, en de verplichtingen waar het Citroën en DS dealernetwerk zich in dat kader aan moet houden;
 - de uniforme uitstraling en identiteit die Citroën Nederland realiseert onder haar gehele dealernetwerk middels haar instructies en verplichtingen;
 - de continue bijstand die Citroën Nederland verleent aan haar dealernetwerk; en
 - de wijze waarop Citroën Nederland zowel direct als indirect haar dealers en reparateurs verplicht om de franchiseformules zoals die door Citroën Nederland is opgesteld te exploiteren.
- 11.3. Tevens biedt eiser – onder het protest van gehoudenheid hiertoe – aan alle stellingen inzake het DS dealercontract en het DS reparateurcontract nader te onderbouwen door het overleggen van nadere schriftelijke stukken.

MITSDIEN:

het de rechtbank zal behagen bij vonnis, uitvoerbaar bij voorraad:

IN DE HOOFDZAAK

1. voor recht te verklaren dat de relatie tussen de erkende Citroën dealer in Nederland en Citroën Nederland, en de tussen hen over en weer overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het Citroën dealercontract, de elementen bevat van de 'franchiseovereenkomst' in de zin van artikel 7:911 BW van de Wet franchise, en aldus kwalificeert als franchiseovereenkomst;
2. voor recht te verklaren dat de relatie tussen de erkende Citroën reparateur in Nederland en Citroën Nederland, en de tussen hen over en weer overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het Citroën reparateurcontract, de elementen bevat van de

'franchiseovereenkomst' in de zin van artikel 7:911 BW van de Wet franchise, en aldus kwalificeert als franchiseovereenkomst;

3. voor recht te verklaren dat de relatie tussen de erkende DS dealer in Nederland en Citroën Nederland, en de tussen hen over en weer overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het DS dealercontract, de elementen bevat van de 'franchiseovereenkomst' in de zin van artikel 7:911 BW van de Wet franchise, en aldus kwalificeert als franchiseovereenkomst;
4. voor recht te verklaren dat de relatie tussen de erkende DS reparateur in Nederland en Citroën Nederland, en de tussen hen over en weer overeengekomen rechten en plichten, zoals overeengekomen in het DS reparateurcontract, de elementen bevat van de 'franchiseovereenkomst' in de zin van artikel 7:911 BW van de Wet franchise, en aldus kwalificeert als franchiseovereenkomst;

IN HET INCIDENT

te bepalen dat onderhavige procedure tussen VGPCN enerzijds en Citroën Nederland anderzijds wegens verknochtheid zal worden gevoegd met de procedure, bekend onder rolnummer C/13/705749, tussen Verenigde Opel Dealers Nederland enerzijds en Opel Nederland B.V. anderzijds;

ZOWEL IN DE HOOFDZAAK ALS IN HET INCIDENT

gedaagde te veroordelen in de proceskosten, vermeerderd met de wettelijke rente over deze proceskosten vanaf de 15e dag na de dag van de uitspraak en gedaagde te veroordelen tot voldoening van de nakosten ter hoogte van € 157,00 dan wel – indien betekening van de uitspraak plaatsvindt – € 259,00.

De kosten van dit exploit zijn voor mij, deurwaarder:
akte € 85,81 + informatiekosten € 4,86 + BTW € 19,04 = totaal € 109,71

De kosten van dit exploit zijn verhoogd met btw omdat de eiseres dit niet kan verrekenen.

Ik verklaar dat de bijkomende kosten noodzakelijk zijn om deze ambtshandeling op een goede manier uit te voeren en dat de gerechtsdeurwaarder geen rechtstreeks of indirect belang heeft in de onderneming of derde die deze kosten in rekening bracht.

(Tgv.-) gerechtsdeurwaarder