



De Langhe Advocaten

Schakels van succes: tussenpersonen in het handelsverkeer (deel 1)

Als producent wil u uw producten zo efficiënt mogelijk bij de eindafnemer brengen. Daarvoor kan het interessant zijn om te werken met tussenpersonen. De keuze van distributieregime is afhankelijk van zowel economische als juridische overwegingen. In dit artikel geven wij een overzicht van de verschillende actoren in het distributieproces en enkele juridische aandachtspunten.

Directe verkoop vs. tussenpersonen

U kan uw producten zelf in de markt verdelen, bv. via fysieke winkels of e-commerce. Dit biedt in theorie het grootste potentieel qua marge, maar dit vergt aanzienlijke investeringen (bv. personeel, marketing) en bovendien rusten ook alle risico's (bv. het insolventierisico van de afnemer) dan op u. Dit kan de rendabiliteit van de commercialisatie in gevaar brengen, zodat het opportuun kan zijn om met tussenpersonen te werken. Professionele distributeurs bieden ook een gegarandeerde afzetmarkt en schaalvoordelen. Anderzijds zijn er evenzeer kosten en risico's aan verbonden (bv. precontractuele informatieplichten, beëindigingsvergoedingen), die men moet weten in te schatten om de beste keuze te kunnen maken.

What's in a (middleman's) name?

De producent kan kiezen uit makelaardij, handelsvertegenwoordiging, handelsagentuur, commissie, verkoopconcessie of franchise. Deze kwalificatie is vaak cruciaal, aangezien ze de wettelijke bescherming van de tussenpersoon bepaalt.

Handelsagenten en handelsvertegenwoordigers bemiddelen (en sluiten eventueel contracten) in naam en voor rekening van de opdrachtgever, op permanente basis en tegen een vergoeding. De handelsvertegenwoordiger is door een arbeidsovereenkomst gebonden aan het gezag van zijn werkgever, terwijl een handelsagent zelfstandig werkt. Een makelaar heeft dan weer geen permanente, duurzame band met de opdrachtgever en een commissionair onderhandelt in eigen naam maar voor rekening van de opdrachtgever.

Nog verder op het distributiespectrum

bevinden zich de verkoopconcessie (het aankopen van producten om deze zelf verder te verkopen, bv. officiële Volkswagen garages) en de franchise (het exploiteren van een merk en/of commerciële formule, bv. McDonald's restaurants). De concessiehouder en de franchisenemer handelen in eigen naam én voor eigen rekening. Zij nemen zo een deel van het risico van afzet, prijsverandering en betaling op zich. Deze relatie vereist een gestructureerde en duurzame samenwerking, hetgeen vorm krijgt in een kaderovereenkomst waarin de commerciële transacties worden georganiseerd. De producent kan zonder al te grote investeringen een ruime afzetmarkt bereiken. Aangezien de producent en de distributeur beiden als verkoper (en dus potentiële concurrent) optreden, moet hier steeds rekening gehouden worden met regels van mededingingsrecht (bv. het verbod om minimumprijzen op te leggen of om passieve verkoop (waaronder internetverkoop) buiten het toegewezen gebied te beperken).

Precontractuele informatieverplichtingen

De wet voorziet voor commerciële samenwerkingsovereenkomsten in strenge precontractuele informatieverplichtingen. Hoewel deze wetgeving oorspronkelijk bedoeld is voor franchise, is ze ook van toepassing op concessie en handelsagentuur. Minstens één maand voor het sluiten van de overeenkomst moet de opdrachtgever een ontwerp van de samenwerkingsovereenkomst én een precontractueel informatiedocument overmaken aan de tussenpersoon. Nadien volgt een verplichte wachttijd waarbinnen geen enkele verbintenis mag worden aangegaan en geen enkele vergoeding mag worden gevraagd. In geval van niet-naleving geldt een draconische sanctie: de

tussenpersoon kan binnen de 2 jaar na het sluiten van de overeenkomst de nietigheid inroepen. Aangezien deze verregaande precontractuele informatieverplichtingen in de praktijk een vertragend en ontradend effect hebben, achten vele juristen een wettelijk ingrijpen op dit punt aangewezen.

What's next?

Naast precontractuele informatieverplichtingen vormt ook de wettelijke bescherming die de tussenpersoon geniet bij de beëindiging van de commerciële samenwerking (opzegtermijn en (cliënteel-)vergoedingen) een belangrijke transactiekost waarmee u rekening dient te houden bij het uitbouwen van uw distributienetwerk. In een volgende editie zullen wij stilstaan bij de concrete juridische consequenties daarvan.

*Bruno Thoen en Wibo Van Poeck,
De Langhe Advocaten*



DeLanghe
advocaten - attorneys



tax - M&A - governance
finance - commercial

- 📍 Henri Lebbestraat 109
B-8790 Waregem
+32 (0) 56 62 50 00
- 📍 Kortrijksesteenweg 1072/0201
B-9051 Sint-Denijs-Westrem
+32 (0) 9 277 04 54
- 📍 Koningsstraat 71
B-1000 Brussel
+32 (0) 2 880 35 35
- ✉️ contact@de-langhe.be
🌐 www.de-langhe.be