

РЕШЕНИЕ НА СЪДА

28 януари 1986 година*

(Конкуренция- споразумения за франчайзинг)

По дело 161/84

Преюдициално запитване от Bundesgerichtshof (Германия), отправено на основание член 177 от Договора за ЕИО, постъпило в Съда, по висящото дело пред този съд между

Pronuptia de Paris GmbH, Frankfurt am Main,

и

Pronuptia de Paris Irmgard Schillgalis, Hamburg,

за тълкуване на член 85 от Договора за ЕИО и Регламент (ЕИО) № 67/67 на Комисията от 22 март 1967 г. относно приложението на член 85, параграф 3 от Договора за ЕИО към определени категории споразумения за изключителни права (ОВ 1967 г., стр. 849),

СЪДЪТ,

в състав: лорд Mackenzie Stuart, председател, г-н U. Everling, г-н K. Bahlmann и г-н R. Joliet (председатели на състави), г-н T. Koopmans, г-н O. Due и г-н Y. Galmot, съдии,

генерален адвокат: г-н P. VerLoren van Themaat,

секретар: г-жа D. Louterman, администратор,

като има предвид становищата, представени:

- за ищеца по главното дело, от д-р Rainer Bechtold,

- за ответника по главното дело, от д-р Eberhard Kolonko,

- за френската република, от г-жа S. C. de Margerie, в качеството на представител,

- за Комисията на Европейските общности, от д-р Norbert Koch, в качеството на представител,

- след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 19 юни 1985 г.,

постанови настоящото

* Език на производството: немски

Решение

1. С Определение от 15 май 1984 г., получено в Съда на 25 юни 1984 г., Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд) е отнесъл до Съда, на основание на член 177 от Договора за ЕИО, няколко въпроса относно тълкуването на член 85 от Договора за ЕИО и Регламент (ЕИО) № 67/67 на Комисията от 22 март 1967 г. относно приложението на член 85, параграф 3 от Договора за ЕИО към определени категории споразумения за изключителни права (ОВ 1967 г., стр. 849), за да обсъди въпроса дали тези разпоредби са приложими към споразумения за франчайзинг.

2. Тези въпроси са възникнали в рамките на съдебен спор между Pronuptia de Paris GmbH, Frankfurt am Main (наричано по-долу за краткост „франчайзингодател“), дъщерно дружество на френско дружество под същото име, и г-жа Schillgalis, която осъществява дейност в Hamburg под името Pronuptia de Paris (наричана по-долу за краткост „франчайзингополучател“), отнасящ се до задължение на франчайзингополучателя за плащане на франчайзингодателя на неизплатени възнаграждения за права върху интелектуална собственост върху неговия оборот за периода от 1978 г. - 1980 г.

3. Френското дружество-майка на франчайзингодателя разпространява сватбени рокли и други сватбени облекла под търговската марка „Pronuptia de Paris“. Във Федерална република Германия тези продукти са разпространявани чрез група магазини, пряко управлявани от дъщерното дружество, или чрез магазини, принадлежащи на независими продавачи на дребно по договори за франчайзинг, сключени от дъщерното дружество от негово собствено име и от името на дружеството-майка.

4. Чрез три договора, подписани на 24 февруари 1980 г., франчайзингополучателят получава франчайзинг за три отделни зони – Hamburg, Oldenburg и Hanover. И трите договора на практика са идентични по съдържание. По-специално те включват следните разпоредби.

5. Франчайзингодателят:

а) предоставя на франчайзингополучателя за територията, определена съгласно приложена към договора карта, изключителни права за използването на търговска марка „Pronuptia de Paris“ за маркетинг на неговите услуги и продукти и правото на реклама;

б) се задължава да не открива други магазини на Pronuptia на въпросната територия, както и да не предоставя стоки или услуги на трети лица на тази територия;

в) се задължава да подпомага франчайзингополучателя по отношение на търговските аспекти на неговия бизнес, реклама, обзавеждането и декорацията на магазина, обучението на персонала, техники на продажба, мода и продукти, закупуване и маркетинг и, най-общо, всичко, което според неговия опит би могло да помогне за подобряване на оборота и доходността от дейността на франчайзингополучателя.

6. Франчайзингополучателят, който остава единствен собственик на своето предприятие и поема всички рискове, се задължава:

а) да продава стоките, като използва търговското наименование и търговска марка „Pronuptia de Paris“ единствено в посочения в договора магазин, който трябва да бъде снабдяван и декориран основно за продажбата на сватбена мода в съответствие с указанията на франчайзингодателя, така че да се подобри търговският имидж на дистрибуторската верига Pronuptia и не може да бъде прехвърлен на друго място или да бъде променен без съгласието на франчайзингодателя;

б) да закупува от франчайзингодателя 80 % от сватбените рокли и аксесоари, заедно с определено от франчайзингополучателя количество коктейлни и вечерни рокли, както и да закупува останалите си стоки само от одобрени от франчайзингодателя доставчици;

в) да плаща на франчайзингодателя, в замяна на предоставените предимства, еднократна входяща такса за територията на договора от 15 000 DM и, през срока на действие на договора – възнаграждение в размер на 10 % от общите продажби на продукти Pronuptia или на всякакви други стоки, като обаче вечерните рокли, закупени от различни от Pronuptia доставчици, не подлежат на такова таксуване;

г) да се съобразява с предложените от франчайзингодателя препоръчителни цени на дребно, без с това да се нарушава неговата свобода сам да определя своите цени;

д) да рекламира на територията на договора единствено със съгласието на франчайзингодателя и при всички случаи да съобразява рекламата си с международната и национална реклама на франчайзингодателя. Да разпространява каталози и други рекламни материали и изобщо да прилага търговските методи, предадени му от франчайзингодателя;

е) да приеме продажбата на сватбена мода за своя основна дейност;

ж) да се въздържа за срока на договора и в продължение на една година след неговото изтичане от каквато и да е конкуренция с магазин на Pronuptia, по-специално от започване на дейност, която по своя характер е идентична или сходна с дейността по договора, или да участва пряко или косвено в такава дейност във Федерална република Германия, в Западен Берлин или на територия, където Pronuptia е вече представена по друг начин;

з) да не прехвърля на трети лица правата и задълженията и дейността по този договор без предварителното одобрение на франчайзингодателя, като франчайзингодателят няма право да отказва такова одобрение, ако прехвърлянето се налага поради здравословни причини и в случай че новата страна по договора покаже, че е финансово стабилна и по никакъв начин не е конкурент на франчайзингодателя.

7. Първоинстанционният съд е осъдил франчайзингополучателя да заплати 158 502 DM за неизплатени възнаграждения върху оборота за периода от 1978 - 1980 г.; франчайзингополучателят е обжалвал пред Oberlandesgericht Frankfurt am Main, като е пледирал за да избегне плащането на възнагражденията, че въпросните договори противоречат на член 85, параграф 1 от Договора за ЕИО и че за тях не се прилага груповото освобождаване, предоставено на някои категории споразумения за изключителни права съгласно Регламент № 67/67 на Комисията. С решение от 2 декември 1982 г. Oberlandesgericht е приел аргументите на франчайзингополучателя.

Съдът е приел, че взаимно предоставените изключителни права представляват ограничения на конкуренцията вътре в общия пазар, тъй като франчайзингодателят е нямал право да снабдява други търговци на територията на договора, а франчайзингополучателят е бил ограничен в закупуването и препродаването на други стоки с произход от други държави-членки. Тъй като тези задължения не отговарят на изискванията за освобождаване по член 85, параграф 3, Oberlandesgericht счита, че договорите не могат да бъдат освободени по член 85, параграф 3 и поради това следва да се считат за недействителни съгласно член 85, параграф 2. По отношение на въпроса за освобождаването, Oberlandesgericht счита, че не е длъжен да решава дали договорите за франчайзинг са по принцип изключени от обхвата на упоменатия по-горе Регламент № 67/67 на Комисията. По негово становище въпросните договори съдържат задължения, които са извън тези, описани в член 1 от този регламент и са източник на ограничения на конкуренцията, които не са обхванати от член 2.

8. Франчайзингодателят е обжалвал решението пред Bundesgerichtshof, с искане за потвърждаване на решението на Първоинстанционния съд. Bundesgerichtshof е приел, че изходът на жалбата зависи от тълкуването на правото на Общността. Поради това, същият е представил пред Съда преюдициално запитване по следните въпроси:

„1. Прилага ли се член 85, параграф 1 от Договора за ЕИО към споразумения за франчайзинг, като договорите между страните, които имат за предмет установяването на специална система за дистрибуция, при която франчайзингодателят предоставя на франчайзингополучателя освен стоки, определени търговски наименования, търговски марки, търговски материали и услуги?

2. Ако отговорът на първия въпрос е утвърдителен, прилага ли се Регламент (ЕИО) № 67/67 на Комисията от 22 март 1967 г. относно приложението на член 85, параграф 3 от Договора към определени категории споразумения за изключителни права (групово освобождаване) към такива договори?

3. Ако отговорът на втория въпрос е утвърдителен:

а) Прилага ли се Регламент № 67/67 на Комисията, ако няколко предприятия, които, въпреки че се ползват с юридическа самостоятелност, са икономически свързани помежду си и представляват единна икономическа единица за целите на договорите?

б) Включва ли Регламент № 67/67 на Комисията, и по-специално член 2, параграф 1, буква в) от него, задължение за франчайзингополучателя да рекламира единствено с предварителното съгласие на франчайзингодателя и по начин, съответстващ на рекламата на последния, като използва предоставени от него рекламни материали, и изобщо да използва неговите търговски методи? От значение ли е в тази връзка обстоятелството, че материалите на франчайзингодателя съдържат препоръчителни цени, които нямат обвързващ характер?

в) Включва ли Регламент № 67/67 на Комисията, по-специално член 1, параграф 1, буква б), член 2, параграф 1, буква а) и член 2, параграф 2, буква б) задължение за франчайзингополучателя да ограничи разпространението на стоките по договора единствено или поне в голяма част до съответно специално приспособено за тази цел търговско помещение?

г) Включва ли Регламент № 67/67 на Комисията, по-специално член 1, параграф 1, буква б) задължение за франчайзингополучателя, който е ограничен да закупува повечето от своите стоки от франчайзингодателя, да закупува останалите стоки по договора единствено от одобрени от франчайзингодателя доставчици?

д) Допуска ли Регламент № 67/67 на Комисията задължение за франчайзингодателя да оказва на франчайзингополучателя търговска, рекламна и професионална подкрепа?”

По отношение на първия въпрос

9. Франчайзингодателят, Pronuptia de Paris GmbH, Frankfurt am Main, твърди, че една система от споразумения за франчайзинг позволява да се съчетаят преимуществата, предлагани чрез форма на дистрибуция, която представя в обществото еднакъв имидж (като система от дъщерни дружества) при разпространяването на стоки от независими търговци на дребно, които сами носят свързаните с продажбата рискове. Системата е създадена от мрежа от вертикални споразумения, които целят да осигурят еднакво представяне в обществото и засилване на конкурентноспособността на франчайзингодателя на хоризонтално равнище, т.е. в сравнение с други форми на дистрибуция. Тази система позволява на предприятия, които иначе не биха имали необходимите финансови ресурси, да създадат мрежа за дистрибуция извън собствения си регион, която да позволява на малки предприятия да участват като франчайзингополучатели, същевременно запазвайки своята независимост. По отношение на тези преимущества, член 85, параграф 1 не се прилага, когато договорите за франчайзинг не съдържат ограничения за свободата на договаряне на страните, които надвишават необходимите ограничения за една система за франчайзинг. Задълженията за изключителна доставка и снабдяване, доколкото същите целят да осигурят стандартен подбор на стоки, еднообразна реклама и обзавеждане на магазините и забрана за продажба на стоките, доставени по договора, в други магазини, са присъщи по своя характер на договора за франчайзинг и са извън приложното поле на член 85, параграф 1.

10. Франчайзингополучателят, г-жа Schillgalis, твърди, че отговорът на първия въпрос следва да бъде утвърдителен. Основната характеристика на въпросните договори е предоставената на франчайзингополучателя териториална защита. Те не могат да бъдат сравнени с договори за посредничество, тъй като за разлика от посредниците, франчайзингополучателите действат от свое име и за своя сметка и носят всички търговски рискове. Въпросната система от споразумения за франчайзинг сериозно ограничава конкуренцията, предвид факта, че Pronuptia е, както сама обявява това, водещ в света френски доставчик на сватбени рокли и аксесоари.

11. Френското правителство заявява, че член 85, параграф 1 може да бъде приложен към споразумения за франчайзинг за дистрибуция на продукт, сключени със самостоятелни търговци, но неговото предложение не е задължително, предвид преимуществата на такива договори.

12. Комисията подчертава, че приложното поле на член 85, параграф 1 не се ограничава до определени видове договори и заключава, че при определени обстоятелства (когато са изпълнени заложените в него условия) член 85, параграф 1 се прилага и спрямо договори за предоставянето на търговски наименования и търговски марки, независимо

дали са регистрирани или не, и предоставянето на услуги, както и снабдяването със стоки.

13. На първо място следва да се отбележи, че споразуменията за франчайзинг, чиято законност досега не е била оспорвана пред Съда, имат доста разнообразен характер. От представените пред Съда аргументи следва, че трябва да се прави разграничение между различните видове споразумения за франчайзинг. По-специално, следва да се разграничават (i) споразумения за франчайзинг на услуги, съгласно които франчайзингополучателят предлага услуга под търговското име или символ и понякога търговска марка на франчайзингодателя, в съответствие с указанията на франчайзингодателя; (ii) франчайзинг за продукти, съгласно който франчайзингополучателят произвежда продукти, съгласно указанията на франчайзингодателя и ги продава под търговската марка на франчайзингодателя; и (iii) франчайзинг за дистрибуция, съгласно който франчайзингополучателят се ограничава с продажбата на определени продукти в магазин, който носи търговското наименование или символ на франчайзингодателя. В това решение Съдът се интересува единствено от този трети вид договори, към който изрично се отнасят въпросът на националния съд.

14. Преценката за това, доколко договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки отговарят на член 85, параграф 1, не може да бъде направена абстрактно, а зависи от конкретните договорни разпоредби. За да даде възможно най-полезен отговор на *Bundesgerichtshof*, Съдът ще се интересува от договори, имащи упоменатото по-горе съдържание.

15. В система от франчайзинг за дистрибуция от този вид, предприятие, което се е установило като дистрибутор на определен пазар и така е развило определени търговски методи, предоставя на независими търговци, срещу възнаграждение, правото да се установят на други пазари, като използват неговото търговско име и търговски-методи, причина за неговия успех. Освен средство за дистрибуция, това е преди всичко начин за предприятието да извлече финансова облага от своя опит, без да инвестира собствен капитал. Още повече че системата позволява на търговци, които нямат необходимия опит, достъп до методи, които не биха могли да научат без съществено усилие и им позволява да се облагодетелстват от репутацията на търговското име на франчайзингодателя. Договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки се различават в това отношение от търговски взаимоотношения или договори, които включват одобрени търговци на дребно в селективна система за дистрибуция, която не включва използването на единно търговско име, прилагането на еднакви търговски методи или плащане на възнаграждения за права върху интелектуална собственост в замяна на предоставените облаги. Такава система, която позволява на франчайзингодателя да се ползва от своя успех, сама по себе си не ограничава конкуренцията. За може системата да работи, необходимо е да бъдат изпълнение две условия.

16. Първо, франчайзингодателят трябва да е способен да предаде своето ноу-хау на франчайзингополучателите и да им предостави нужното съдействие, за да могат да приложат неговия метод, без с това да поема рискът същото ноу-хау и съдействие да облагодетелства, дори и косвено, неговите конкуренти. Оттук следва, че тези клаузи, които са съществени за избягване на въпросния риск, не представляват ограничение на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1. Това е вярно също и за клаузи, забраняващи на франчайзингополучателя за срока на действие на договора или за

разумен срок след неговото изтичане, да открива магазин от същия или подобен вид в област, в която може да се конкурира с член на мрежата. Същото може да се каже за задължението на франчайзингополучателя да не прехвърля своя магазин на друга страна без предварителното одобрение на франчайзингодателя. Тази разпоредба има за цел да предотврати косвеното облагодетелстване на конкурентите от предоставените ноу-хау и съдействие.

17. На второ място, франчайзингодателят трябва да е способен да предприеме необходимите мерки за запазване на идентичността и репутацията на мрежата, носеща неговото търговско име или символ. Оттук следва, че клаузите, които установяват необходимите за тази цел средства за контрол, не представляват ограничения на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.

18. Същото е вярно за задължението на франчайзингополучателя да прилага бизнес-методите, разработени от франчайзингодателя и да използва предоставеното ноу-хау.

19. Такъв е и случаят със задължението на франчайзингополучателя да продава стоките по договора единствено в помещения, обзаведени и декорирани в съответствие с указанията на франчайзингодателя, което цели да осигури еднообразно представяне в съответствие с определени изисквания. Същите изисквания са приложими спрямо разположението на магазина, изборът на което може да повлияе на репутацията на мрежата. Затова е разбираемо защо франчайзингополучателят не може да прехвърля магазина си на друго място без одобрението на франчайзингодателя .

20. Забраната за прехвърляне от страна на франчайзингополучателя на неговите права и задължения по договора без одобрението на франчайзингодателя защитава правото на последния свободно да избира своите франчайзингополучатели, от чиято професионална квалификация зависи репутацията на мрежата.

21. Благодарение на упражнявания от франчайзингодателя контрол върху избора на стоки, предлагани от франчайзингополучателя, обществеността има възможност да получи стоки от същото качество от всеки франчайзингополучател. Възможно е в някои случаи, например при разпространението на модни стоки, на практика да не могат да бъдат формулирани обективни спецификации по отношение на качеството. Възможно е също, поради големия брой франчайзингополучатели, да е твърде скъпо да бъде контролирано спазването на тези спецификации. При тези обстоятелства, разпоредба, изискваща от франчайзингополучателят да продава единствено продукти, доставени от франчайзингодателя или от избрани от него доставчици, трябва да се счита за необходима с оглед защитата на репутацията на мрежата. Въпреки това, такава разпоредба не бива да е пречка за франчайзингополучателя да получава продуктите от други франчайзингополучател и.

22. Накрая, тъй като рекламата помага за изграждане на имиджа на името или символа на мрежата в очите на обществеността, клауза, която изисква от франчайзингополучателя да получи одобрението на франчайзингодателя за всички реклами, е също необходима за запазване идентичността на мрежата, доколкото тя се отнася единствено до характера на рекламата.

23. Трябва да се подчертае от друга страна, че някои разпоредби ограничават конкуренцията между членовете на мрежата, далеч над необходимото за защитата на

предоставеното ноу-хау или за запазване идентичността и репутацията на мрежата. Това се отнася за клаузите, с които пазарите се поделят между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между франчайзингополучателите или с които се забранява на франчайзингополучателите да участват в ценова конкуренция помежду си.

24. В това отношение, националният съд следва да обърне внимание на клаузата, която задължава франчайзингополучателя да продава стоките по договора единствено в описаното в него помещение. Тази разпоредба забранява на франчайзингополучателя да открие втори магазин. Действителният ефект на тази клауза става явен, ако същата бъде разгледана във връзка със задължението, което франчайзингодателят поема спрямо франчайзингополучателя да осигури на последния изключително право на ползване на неговото търговско име или символ на определена територия. За да изпълни даденото от него обещание, франчайзингодателят следва не само да не се установява на тази територия, но също да изисква от другите франчайзингополучатели да поемат задължение, че няма да отворят втори магазин извън тяхната собствена територия. Съвместяването на клаузи от този вид има за резултат поделяне на пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между франчайзингополучателите и така ограничава конкуренцията в рамките на мрежата. Както става ясно от решението от 13 юли 1966 г. (Consten and Grundig / Commission, 56 и 58/64, Recueil стр. 429), подобни ограничения представляват ограничаване на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1, ако се отнася до търговско име или символ, които са вече широко известни. Възможно е, разбира се, бъдещият франчайзингополучател да не поеме риска да стане част от веригата, като инвестира собствени средства, като плаща висока входяща такса и поема задължение за плащане на значително по размер годишно възнаграждение, ако не може да се надява, благодарение на известна степен на защита срещу конкуренция от страна на франчайзингодателя и другите франчайзингополучатели, че неговият бизнес може да бъде печеливш. Такова съображение, все пак, е релевантно единствено в рамките на разглеждането на договора с оглед условията по член 85, параграф 3.

25. Въпреки че клаузите, които не дават възможност на франчайзингополучателя свободно да определи собствените си цени, ограничават конкуренцията, случаят не е същият, когато франчайзингодателят единствено съобщава на франчайзингополучателите препоръчителни цени, при условие че между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели не е налице съгласувана практика за действително прилагане на такива цени. Националният съд има за задача да определи дали случаят е такъв в действителност.

26. Накрая следва да се добави, че договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки, които съдържат клаузи за подялба на пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели, във всички случаи засягат търговията между държавите-членки, дори и да са сключени между предприятия от една и съща държава-членка, доколкото не позволяват на франчайзингополучателите да се установят в друга държава-членка.

27. С оглед на упоменатото по-горе, отговорът на първия въпрос трябва да бъде:

1. Съвместимостта на договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки с член 85, параграф 1 зависи от съдържащите се в тях клаузи и от техния икономически контекст.
2. Клаузи, които са стриктно необходими, за да не бъдат облагодетелствани конкурентите от предоставени от франчайзингодателя ноу-хау и съдействие, не представляват ограничения на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.
3. Клаузи, с които се установява контрол, който е абсолютно необходим за запазване на идентичността и репутацията на мрежата, която се идентифицира от общо име или символ, не представляват ограничения на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.
4. Клаузи, с които се поделят пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели, представляват ограничение на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.
5. Фактът, че франчайзингодателят съобщава на франчайзингополучателя препоръчителни цени, не представлява ограничение на конкуренцията, доколкото не представлява съгласувана практика между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели за действително прилагане на тези цени.
6. Договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки, които съдържат разпоредби относно подялба на пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели, могат да засегнат търговията между държавите-членки.

По отношение на втория въпрос

28. Вторият въпрос, повдигнат единствено в случай че отговорът на първия въпрос е утвърдителен, има за цел да се определи дали Регламент № 67/67 на Комисията от 22 март 1967 г. относно приложението на член 85, параграф 3 от Договора към определени категории договори за изключителни права е приложим спрямо споразумения за франчайзинг за дистрибуция на стоки. Като се имат предвид горните бележки относно клаузите за подялба на пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между франчайзингополучателите, този въпрос е релевантен до определена степен и поради това следва да бъде обсъден.

29. Франчайзингодателят, дружеството Pronuptia de Paris, твърди, че Съдът следва да отговори на втория въпрос утвърдително. Регламент на № 67/67 се прилага, според франчайзингодателя, към договори за изключително снабдяване и доставка, дори и когато такива договори включват също предоставянето на лиценз за използване на търговската марка на предприятието и друг отграничителен символ. В договор за франчайзинг задълженията за изключителна доставка и снабдяване дават преимущества от вида на тези, посочени в съображение шесто от преамбюла на Регламент № 67/67. Клаузи, освен тези, за които се отнася член 2 от Регламент № 67/67, не препятстват това освобождаване, доколкото те не ограничават конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.

30. Франчайзингополучателят, г-жа Schillgalis, твърди, че Регламент № 67/67 не е приложим към договорите за франчайзинг. На първо място, този регламент е изготвен въз основа на опита на Комисията към съответния момент, който се е отнасял единствено до договори за предоставяне на изключителни права за продажба. На второ място, франчайзингодателят има много повече власт над франчайзингополучателя, отколкото доставчика над своите дистрибутори. На трето място, ограниченията на конкуренцията, присъщи на договорите за франчайзинг, имат също и хоризонтален ефект, тъй като франчайзингодателят обикновено има дъщерни дружества, които осъществяват дейност на същото ниво на дистрибуция, както франчайзингополучателите.

31. Френското правителство само отбелязва, че Регламент № 67/67 изглежда неприложим към този вид договори.

32. Комисията най-напред признава, че все още няма достатъчно опит, за да достигне до задоволително определение на понятието договор за франчайзинг. Тя добавя, че Регламент № 67/67 няма за цел да осигури освобождаване от ограниченията на конкуренцията, предвидени в договори за предоставяне на лиценз за използване на търговско име или символ или търговска марка. Комисията счита, че предоставянето на такъв лиценз, заедно с предоставянето на ноу-хау и търговско съдействие са съществени черти на договорите за франчайзинг. Въпреки това, доколкото споразуменията за лиценз от този вид включват споразумения за доставка на стоки за продажба на дребно и доколкото споразуменията за доставка са отделни от споразуменията за лиценз, Регламент № 67/67 следва да се прилага към споразуменията за доставка, стига да бъдат изпълнени условията на регламента. На изключителния дистрибутор не могат, в това му качество, да бъдат налагани ограничения по отношение на конкуренцията, освен тези, предвидени в член 1, параграф 1 и член 2, параграф 1 от регламента. В договорите, предмет на производството пред Bundesgerichtshof, клаузата относно мястото на дейност създава такава тясна връзка между частите на договора за франчайзинг, касаещи изключителното посредничество и лиценза, че те представляват едно неделимо цяло. Ето защо, според Комисията груповото освобождаване не е приложимо дори към частта, с която се предоставят изключителни права за продажба.

33. В това отношение следва да се обърне внимание на няколко момента от Регламент № 67/67. На първо място, категорията договори, които се ползват с групово освобождаване, е определена чрез препращане към взаимни (или не) задължения за доставка и закупуване, а не чрез позоваване на използването на единно търговско име или символ, приложението на единни търговски методи или плащането на възнаграждения за права върху интелектуална собственост в замяна на облагите, предоставени по договор за франчайзинг за дистрибуция на стоки. На второ място, текстът на член 2 изрично се отнася единствено до договори за предоставяне на изключителни права за продажба, които, както вече бе посочено, се различават по характер от договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки. На трето място, в този член са изброени ограниченията и задълженията, които могат да бъдат налагани на изключителния дистрибутор, но не се споменават тези, които могат да бъдат налагани на другата страна на договора, докато в случая на договор за франчайзинг за дистрибуция на стоки задълженията, поети от франчайзингодателя, по-специално задълженията да предоставя ноу-хау и да съдейства на франчайзингополучателя, са от съществено значение. На четвърто място, списъкът от задължения, които могат да

бъдат вменени на дистрибутора, съдържащ се в член 2, параграф 2, не включва задължения за плащане на възнаграждения за интелектуална собственост или задължения, произтичащи от клаузите за установяване на необходимия контрол за запазване на идентичността и репутацията на мрежата.

34. Ето защо, следва да се заключи, че Регламент № 67/67 не е приложим към споразумения за франчайзинг за дистрибуция на стоки, от вида на тези, които бяха разгледани в рамките на настоящото производство.

По отношение на третия въпрос

35. Предвид отговора на втория въпрос, повдигнат от националния съд, на третия въпрос не е нужно да се отговаря.

По съдебните разноски

36. Разходите на френското правителство и на Комисията на Европейските общности, представили своите становища пред Съда, не подлежат на възстановяване. С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред националната юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски.

По изложените съображения,

Съдът,

като се произнася по въпросите, поставени пред него от Bundesgerichtshof с Определение от 15 май 1984 г., реши:

1. а) Съвместимостта на договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки с член 85, параграф 1 зависи от съдържащите се в тях клаузи и от техния икономически контекст.

б) Клаузи, които са стриктно необходими, за да не бъдат облагодетелствани конкурентите от предоставени от франчайзингодателя ноу-хау и съдействие, не представляват ограничения на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.

в) Клаузи, които установяват необходимия контрол за запазване на идентичността и репутацията на мрежата, която се идентифицира от общо име или символ, не представляват ограничения на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.

г) Клаузи, с които се поделят пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели, представляват ограничение на конкуренцията по смисъла на член 85, параграф 1.

д) Обстоятелството, че франчайзингодателят съобщава на франчайзингополучателя препоръчителни цени, не представлява ограничение на конкуренцията, доколкото не представлява съгласувана практика между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели за действително прилагане на тези цени.

е) Договорите за франчайзинг за дистрибуция на стоки, които съдържат клаузи за подялба на пазари между франчайзингодателя и франчайзингополучателите или между самите франчайзингополучатели, могат да засегнат търговията между държавите-членки.

2. Регламент (ЕИО) № 67/67 не се прилага спрямо споразумения за франчайзинг за дистрибуция на стоки, като тези, които бяха разгледани в рамките на настоящото производство.

Подписи

Произнесено в открито съдебно заседание в Люксембург на 28 януари 1986 година.

Подписи