Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK SOUDNÍHO DVORA (čtvrtého senátu)

7. dubna 2016*

„Řízení o předběžné otázce — Nezávislí obchodní zástupci — Směrnice 86/653/EHS — Článek 17 odst. 2 — Odměna za zákazníky — Podmínky poskytnutí — Získání nových zákazníků — Pojem ‚noví zákazníci' — Zákazníci zastoupeného kupující poprvé zboží, jehož prodejem byl obchodní zástupce pověřen"

Ve věci C-315/14,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce na základě článku 267 SFEU, podaná rozhodnutím Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo) ze dne 14. května 2014, došlým Soudnímu dvoru dne 2. července 2014, v řízení

Marchon Germany GmbH

proti

Yvonne Karaszkiewicz,

SOUDNÍ DVŮR (čtvrtý senát),

ve složení L. Bay Larsen, předseda třetího senátu vykonávající funkci předsedy čtvrtého senátu, J. Malenovský, M. Safjan, A. Prechal a K. Jürimäe (zpravodajka), soudci,

generální advokát: M. Szpunar,

vedoucí soudní kanceláře: C. Strömholm rada,

s přihlédnutím k písemné části řízení a po jednání konaném dne 4. června 2015,

s ohledem na vyjádření předložená:

— za Marchon Germany GmbH C. Stempflem, C. Nitschem, A. Zafarem a A. Herbertzem, Rechtsanwälte,

— za Yvonne Karaszkiewicz G. Heinickem, Rechtsanwalt,

— za německou vládu T. Henzem a B. Beutlerem, jakož i J. Kemper a J. Mentgen, jako zmocněnci,

— za českou vládu M. Smolkem, J. Vláčilem a T. Müllerem, jako zmocněnci,

— za Evropskou komisi K.-P. Wojcikem a E. Montaguti, jako zmocněnci,

* Jednací jazyk: němčina.

po vyslechnutí stanoviska generálního advokáta na jednání konaném dne 10. září 2015,

vydává tento

Rozsudek

1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice Rady 86/653/EHS ze dne 18. prosince 1986 o koordinaci právní úpravy členských států týkající se nezávislých obchodních zástupců (Úř. věst. L 382, s. 17; Zvl. vyd. 06/01, s. 177).

2 Projednávaná žádost byla předložena v rámci sporu mezi společností Marchon Germany GmbH (dále jen „Marchon“) a Yvonne Karaszkiewicz ve věci odměny za zákazníky, kterou Y. Karaszkiewicz požaduje od společnosti Marchon v návaznosti na výpověď její smlouvy obchodního zástupce.

Právní rámec

Unijní právo

3 Druhý a třetí bod odůvodnění směrnice 86/653 znějí takto:

„vzhledem k tomu, že rozdíly vnitrostátních právních předpisů v oblasti obchodního zastoupení značně ovlivňují podmínky hospodářské soutěže a výkon tohoto povolání uvnitř [Evropské unie] a poškozují úroveň ochrany obchodních zástupců v jejich vztazích se zmocniteli [zastoupenými] a bezpečnost obchodů; že tyto rozdíly mimo jiné mohou značně omezovat uzavírání a plnění smluv o obchodním zastoupení mezi zmocnitelem [zastoupeným] a obchodním zástupcem usazenými v různých členských státech;

vzhledem k tomu, že obchod se zbožím mezi členskými státy má probíhat za podmínek obdobných podmínkám jednotného trhu, což vyžaduje sblížení právních řádů členských států v míře nezbytné pro řádné fungování společného trhu; že z tohoto ohledu ani sjednocené kolizní normy neodstraňují v oblasti obchodního zastoupení výše uvedené nevýhody a neumožňují tedy vyhnout se navrhované harmonizaci.“

4 Článek 1 odst. 1 a 2 této směrnice stanoví:

„1. Opatření k harmonizaci stanovená touto směrnicí se použijí na právní a správní předpisy členských států, které upravují vztahy mezi obchodními zástupci a zmocniteli [zastoupenými].

2. „Pro účely této směrnice se obchodním zástupcem rozumí osoba, která je jako nezávislý zprostředkovatel trvale pověřena sjednávat prodej a nákup zboží pro jinou osobu (dále jen ‚zmocnitel‘ [‚zastoupený‘]) nebo sjednávat a uzavírat tyto obchody jménem a na účet zmocnitele [zastoupeného].“

5 Článek 3 této směrnice zní takto:

„1. Při výkonu svých činností musí obchodní zástupce dbát zájmů zmocnitele [zastoupeného] a jednat zodpovědně a v dobré víře.

2. Obchodní zástupce je povinen zejména

a) vynaložit potřebné úsilí na sjednávání a popřípadě na uzavírání obchodů, kterými je pověřen;

[...]“

6 Článek 17 odst. 1 a 2 téže směrnice stanoví:

„1. Členské státy přijmou opatření nezbytná [k tomu], aby obchodní zástupce po zániku smlouvy získal odškodnění podle odstavce 2 nebo náhradu škody podle odstavce 3.

2.

a) Obchodní zástupce má nárok na odškodnění, jestliže

— zmocniteli [zastoupenému] přivedl nové zákazníky nebo podstatně zvýšil objem obchodu se stávajícími zákazníky a zmocniteli [zastoupený] má i nadále podstatné výhody z obchodu s těmito zákazníky a

— zaplacení této odměny je spravedlivé s ohledem na všechny okolnosti, zejména na provize, o které obchodní zástupce přichází a které vyplývají z obchodu s těmito zákazníky. [...]

b) Výše odškodnění nesmí překročit částku rovnající se ročnímu odškodnění vypočítanému z průměrné roční odměny pobírané obchodním zástupcem během pěti posledních let, a pokud smlouva trvá dobu kratší než pět let, je odškodnění počítáno z průměru za dotčené období trvání smlouvy;

[...]“

Německé právo

7 Ustanovení § 89b odst. 1 obchodního zákoníku (Handelsgesetzbuch) stanoví:

„Obchodní zástupce může po ukončení smluvního vztahu od zastoupeného požadovat přiměřenou odměnu, jestliže

1. zastoupený má z obchodu s novými zákazníky, které získal obchodní zástupce, i po ukončení smluvního vztahu podstatné výhody,

2. zaplacení této odměny je spravedlivé s ohledem na všechny okolnosti, zejména na provize, o které obchodní zástupce přichází a které planou z obchodů s těmito zákazníky.

Za získání nového zákazníka se považuje též případ, kdy obchodní zástupce zvýšil objem obchodu s některým ze stávajících zákazníků do té míry, že to z hospodářského hlediska odpovídá získání nového zákazníka.“

Spor v původním řízení a předběžná otázka

8 Společnost Marchon v rámci činnosti velkoobchodníka s brýlovými obrubami uvádí na trh sortiment brýlových obrub různých modelů, značek a kolekcí, přičemž jejími zákazníky jsou optici.

9 Za účelem zajistit distribucí svých brýlových obrub využívala společnost Marchon služby několika obchodních zástupců. Každého z nich pověřila úkolem sjednávat prodej nikoliv všech brýlových obrub z jejího sortimentu, nýbrž zboží jedné či několika určených značek. Z předkládacího rozhodnutí vyplývá, že v téže zeměpisné oblasti byl každý obchodní zástupce vystaven konkurenci obchodních zástupců, které společnost Marchon pověřila prodejem brýlových obrub dalších značek.

10 Yvonne Karaszkiewicz, která vykonávala činnost obchodního zástupce společnosti Marchon v období od září 2008 do června 2009, byla touto společností pověřena prodejem brýlových obrub značek C. K. a F. Společnost Marchon ji za tímto účelem poskytla seznam optiků, se kterými již měla obchodní vztahy týkající se jiných značek brýlových obrub. Yvonne Karaszkiewicz sjednávala prodej brýlových obrub, jež měla na starosti, především s těmito optiky.

11 V návaznosti na ukončení smlouvy se Y. Karaszkiewicz domáhala na společnosti Marchon odměny za získané zákazníky podle § 89b odst. 1 obchodního zákoníku. Yvonne Karaszkiewicz v tomto ohledu zejména tvrdí, že optici, kteří díky jejímu úsilí nakoupili brýlové obruby značek C. K. nebo F. poprvé, musí být považováni za nové zákazníky ve smyslu tohoto ustanovení, ačkoliv již byli na seznamu zákazníků, který jí tato společnost poskytla.

12 Landgericht München I (Zemský soud Mnichov I) žalobě Y. Karaszkiewicz vyhověl, výši přiznané odměny však na základě ekvity omezil, a to na polovinu toho, co dotyčná osoba požadovala. Tento soud byl totiž toho názoru, že obchodní jednání vedená Y. Karaszkiewicz byla usnadněna skutečností, že noví zákazníci, které údajně společnosti Marchon přivedla, již tuto společnost dříve znali.

13 Společnost Marchon podala proti tomuto rozhodnutí odvolání k Oberlandesgericht München (Vrchní zemský soud v Mnichově). Vzhledem k tomu, že posledně uvedený soud toto rozhodnutí potvrdil, společnost Marchon podala k Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) opravný prostředek „Revision“.

14 Předkládající soud je toho názoru, že výsledek opravného prostředku závisí na výkladu čl. 17 odst. 2 písm. a) směrnice 86/653, a zejména na otázce, zda je třeba mít za to, že obchodní zástupce přivedl nové zákazníky ve smyslu tohoto ustanovení za takových okolností, jako jsou okolnosti dotčené v původním řízení.

15 Podle uvedeného soudu by mohl být pojem „noví zákazníci“ ve smyslu citovaného ustanovení omezen na osoby, které před působením dotyčného obchodního zástupce neměly se zastoupeným žádný obchodní vztah. Uvedený soud se nicméně táže, zda by neměl být uplatněn širší výklad téhož ustanovení, pokud obchodní zástupce s ohledem na distribuční strukturu zastoupeného zajišťuje distribuci pouze části jeho zboží. S ohledem na ducha a účel směrnice 86/653, zejména na cíl ochrany obchodních zástupců v jejich vztazích se zastoupenými, totiž mohou být za nové zákazníky ve smyslu čl. 17 odst. 2 písm. a) této směrnice považovány ty osoby, které až dosud od zastoupeného nekupovaly žádné zboží, jehož propagací byl obchodní zástupce pověřen, bez ohledu na obchody, které se uskutečnily mezi těmito osobami a tímto zastoupeným, pokud jde o jiné zboží.

16 Za těchto podmínek se Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžnou otázku:

„Musí být čl. 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice 86/653 vykládán v tom smyslu, že brání použití vnitrostátní právní úpravy, podle které mohou být ‚novými zákazníky‘ rovněž zákazníci přivedení obchodním zástupcem, kteří sice se zastoupeným již obchodují v souvislosti s jím prodávanými výrobky z jeho sortimentu, avšak nikoliv v souvislosti s takovými výrobky, jejichž prodejem zastoupený výlučně pověřil obchodního zástupce?“

K návrhu na znovuotevření ústní části řízení

17 Návrhem došlým kanceláři Soudního dvora dne 18. listopadu 2015 společnost Marchon požádala o nařízení znovuotevření ústní části řízení.

18 Tato společnost v podstatě tvrdí, že některé pojmy použité generálním advokátem v jeho stanovisku, konkrétně pojmy „výrobek“, „nová kategorie výrobků“ a „značka“, nebyly mezi účastníky řízení projednány.

19 V tomto ohledu je nutné připomenout, že podle článku 83 svého jednacího řádu může Soudní dvůr po vyslechnutí generálního advokáta nařídit znovuotevření ústní části řízení, zejména má-li za to, že věc není dostatečně objasněna, nebo předložil-li některý z účastníků řízení po ukončení této části řízení novou skutečnost, která může mít rozhodující vliv na rozhodnutí Soudního dvora, anebo má-li být věc rozhodnuta na základě argumentu, který nebyl mezi účastníky řízení nebo zúčastněnými uvedenými v článku 23 statutu Soudního dvora Evropské unie projednán.

20 V projednávané věci má Soudní dvůr po vyslechnutí generálního advokáta za to, že má k dispozici všechny nezbytné poznatky k tomu, aby odpověděl na otázku položenou předkládajícím soudem, a že ve věci nemusí být rozhodnuto s ohledem na novou skutečnost, která by mohla mít rozhodující vliv na jeho rozhodnutí, nebo argument, který nebyl před ním projednán.

21 Pokud jde konkrétně o pojmy „výrobek“, „nová kategorie výrobků“ a „značka“, použité generálním advokátem v jeho stanovisku, je třeba uvést, že účastníci řízení měli řadu příležitostí, aby v písemných vyjádřeních a při jednání o těchto pojmech diskutovali.

22 Za těchto podmínek není namístě vyhovět žádosti společnosti Marchon směřující ke znovuotevření ústní části řízení.

K předběžné otázce

23 Před tím, než bude analyzována otázka položená předkládajícím soudem, je třeba připomenout, že jak vyplývá z článku 1 směrnice 86/653, tato směrnice harmonizuje právní a správní předpisy členských států, která upravují vztahy mezi smluvními stranami smlouvy o obchodním zastoupení, zejména v článcích 13 až 20 ustanovení upravující uzavření a zánik takové smlouvy.

24 Co se týče zániku smlouvy o obchodním zastoupení, článek 17 této směrnice ukládá členským státům, aby zavedly mechanismus kompenzace pro obchodního zástupce, a umožňuje jim, aby si zvolily ze dvou možností, a to buď odměny určené podle kritérií stanovených v odstavci 2 tohoto článku, tj. systém odměny za zákazníky, nebo náhradu škody na základě kritérií definovaných v odstavci 3 tohoto článku, tedy systém náhrady škody (rozsudek Quenon K., C-338/14, EU:C:2015:795, bod 24).

25 Je nesporné, že si Spolková republika Německo zvolila systém odměny za zákazníky.

26 V tomto kontextu je podstatou otázky předkládajícího soudu to, zda čl. 17 odst. 2 písm. a) první odrážka směrnice 86/653 musí být vykládána v tom smyslu, že zákazníci přivedení obchodním zástupcem v případě zboží, jehož prodejem pověřil obchodního zástupce zastoupený, mohou být považováni za nové zákazníky ve smyslu tohoto ustanovení dokonce i tehdy, když tito zákazníci již s tímto zastoupeným udržovali obchodní vztahy týkající se jiného zboží.

27 Podle čl. 17 odst. 2 písm. a) první odrážky směrnice 86/653 má obchodní zástupce nárok na odškodnění, jestliže zastoupenému přivedl nové zákazníky nebo podstatně zvýšil objem obchodu se stávajícími zákazníky a zastoupený má i nadále podstatné výhody z obchodu s těmito zákazníky. Zaplacení této odměny musí být spravedlivé s ohledem na všechny okolnosti, zejména na provize, o které obchodní zástupce přichází a které vyplývají z obchodu s těmito zákazníky.

28 Samotné znění tohoto ustanovení tím, že rozlišuje mezi novými zákazníky a stávajícími zákazníky, může bezpochyby nasvědčovat tomu, že za nové zákazníky musí být obecně považováni pouze ti zákazníci, se kterými zastoupený až do zásahu obchodního zástupce neměl žádné obchodní vztahy. Nicméně toto znění *per se* neumožňuje určit s jistotou, zda se „nová“ či „stávající“ povaha zákazníka musí posuzovat s ohledem na celý sortiment zastoupeného, nebo na některé konkrétní zboží.

29 Článek 17 odst. 2 směrnice 86/653 je tudíž třeba vykládat s přihlédnutím ke kontextu, do něhož toto ustanovení zapadá, a k cílům sledovaným touto směrnicí (obdobně viz rozsudky Csonka a další, C-409/11, EU:C:2013:512, bod 23, jakož i Vnuk, C-162/13, EU:C:2014:2146, bod 42).

30 Pokud jde na prvém místě o kontext uvedeného ustanovení, představuje toto ustanovení jedno z opatření, která harmonizují pravidla použitelná na smlouvu o obchodním zastoupení, jak bylo připomenuto v bodě 23 tohoto rozsudku. V tomto ohledu z čl. 1 odst. 2 směrnice 86/653 vyplývá, že se v rámci takové smlouvy obchodním zástupcem rozumí osoba, která je jako nezávislý zprostředkovatel trvale pověřena sjednávat prodej a nákup zboží pro zastoupeného nebo sjednávat a uzavírat tyto obchody jménem a na účet zastoupeného.

31 Z článku 3 odst. 1 a 2 této směrnice mimoto vyplývá, že v rámci uvedené smlouvy musí obchodní zástupce dbát zájmů zastoupeného zejména tím, že vynaloží potřebné úsilí na sjednávání a popřípadě na uzavírání obchodů, kterými je zastoupeným pověřen.

32 Jak v podstatě zdůraznila německá vláda v písemném vyjádření, cíl činnosti obchodního zástupce tedy závisí na podmínkách smlouvy, kterou je vázán k zastoupenému, a zejména na dohodě smluvních stran, pokud jde o zboží, které zastoupený zamýšlí prodávat či nakupovat prostřednictvím tohoto obchodního zástupce.

33 Na druhém místě, pokud jde o cíle sledované směrnicí 86/653, je třeba připomenout, že tato směrnice má za cíl zejména ochranu obchodních zástupců v jejich vztazích se zastoupenými (v tomto smyslu viz rozsudky Honyvem Informazioni Commerciali, C-465/04, EU:C:2006:199, bod 19, a Quenon K., C-338/14, EU:C:2015:795, bod 23). Soudní dvůr již rozhodl, že článek 17 této směrnice má v tomto ohledu rozhodující význam (v tomto smyslu viz rozsudek Unamar, C-184/12, EU:C:2013:663, bod 39). Proto je třeba znění odstavce 2 tohoto článku vykládat ve smyslu, který k této ochraně obchodních zástupců přispívá, a který tak plně zohledňuje zásluhy obchodních zástupců na obchodech, jimiž jsou pověřováni. Pojem „noví zákazníci“ ve smyslu tohoto ustanovení tudíž nemůže být vykládán restriktivně.

34 Ve světle výše uvedených hledisek je třeba konstatovat, že je třeba skutečnost, zda je zákazník novým či stávajícím zákazníkem ve smyslu čl. 17 odst. 2 směrnice 86/653, posuzovat s ohledem na zboží, ohledně kterého byl obchodní zástupce zastoupeným pověřen sjednáváním a případně uzavíráním koupě nebo prodeje.

35 V takové situaci, jako je situace dotčená v původním řízení, ve které je obchodní zástupce podle smlouvy o obchodním zastoupení pověřen sjednáváním prodeje určitého segmentu sortimentu zastoupeného, a nikoliv celého sortimentu, nevylučuje skutečnost, že osoba již měla obchodní vztahy týkající se jiného zboží s tímto zastoupeným, že bude moci být považována za nového zákazníka, kterého přivedl tento obchodní zástupce, pokud obchodní zástupce svým úsilím vytvořil obchodní vztah mezi touto osobou a uvedeným zastoupeným ohledně zboží, jehož prodejem je pověřen.

36 Společnost Marchon nicméně tvrdí, že v projednávané věci nemohou být zákazníci, na které Y. Karaszkiewicz poukazuje, považováni za nové ve smyslu čl. 17 odst. 2 směrnice 86/653 v případě zboží prodávaného dotyčnou osobou. Tito zákazníci již totiž se společností Marchon udržovali obchodní vztahy týkající se brýlových obrub obdobných těm, jejichž prodej měla tato obchodní zástupkyně sjednávat, přičemž posledně uvedené brýlové obruby byly pouze jiných značek.

37 V tomto ohledu pouhá skutečnost, že za takových okolností, jako jsou okolnosti původního řízení, zákazníci, které obchodní zástupce přivedl zastoupenému, již od posledně uvedeného nakupovali zboží, které je svou povahou srovnatelné se zbožím, jehož prodej těmto zákazníkům byl obchodním zástupcem sjednán, nemůže postačit pro konstatování, že posledně uvedené zboží již spadalo do rámce obchodních vztahů s uvedenými zákazníky, které již předtím existovaly.

38 Za takových okolností vzhledem k činnosti obchodního zástupce spočívající ve sjednávání prodeje, která je popsaná v bodech 30 a 31 tohoto rozsudku, je třeba zkoumat, zda prodej daného zboží vyžadoval od obchodního zástupce zvláštní úsilí a strategii při sjednávání prodeje s cílem vytvořit specifický obchodní vztah, zejména vzhledem k tomu, že toto zboží patří do odlišného segmentu nabídky zastoupeného.

39 V tomto ohledu, jak uvedl generální advokát v bodě 52 svého stanoviska, skutečnost, že zastoupený pověří obchodního zástupce prodejem nového zboží zákazníkům, se kterými již má určité obchodní vztahy, může nasvědčovat tomu, že toto zboží náleží do sortimentu, který se liší od sortimentu, který jeho zákazníci kupovali až dosud, a že prodej uvedeného nového zboží posledně uvedeným zákazníkům bude vyžadovat, aby tento obchodní zástupce vytvořil specifický obchodní vztah; je však na vnitrostátním soudu, aby tuto skutečnost ověřil.

40 Tato analýza je podpořena skutečností, že distribuce zboží se obecně uskutečňuje v rámci lišícím se podle značek, k nimž patří. Soudní dvůr již v tomto ohledu rozhodl, že značka je kromě označení původu výrobků nebo služeb často nástrojem obchodní strategie, který se používá především pro reklamní účely nebo pro získání dobré pověsti k zachování přízně spotřebitele (rozsudek Interflora a Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, bod 39).

41 Takové okolnosti, jako jsou okolnosti v původním řízení, za kterých je nabídka zboží zastoupeného rozdělena podle různých značek, přičemž každý z jeho obchodních zástupců je pověřen sjednáváním prodeje pouze jedné nebo některých z těchto značek, jak vyplývá z předkládacího rozhodnutí, nasvědčují tomu, že obchodní zástupci musí s každým zákazníkem vytvořit specifický obchodní vztah týkající se značek, o které se starají.

42 Pokud jde konečně o argument společnosti Marchon, podle kterého je pro obchodního zástupce snazší prodávat nové zboží osobám, které již udržují se zastoupeným obchodní vztahy, toto tvrzení – za předpokladu, že bude prokázáno – může být plně zohledněno vnitrostátním soudem v rámci analýzy sloužící k určení spravedlivé povahy jeho odměny na základě čl. 17 odst. 2 druhé odrážky směrnice 86/653 (obdobně viz rozsudek Volvo Car Germany, C-203/09, EU:C:2010:647, bod 44).

43 S ohledem na výše uvedené je třeba odpovědět na položenou otázku tak, že čl. 17 odst. 2 první odrážka směrnice 86/653 musí být vykládána v tom smyslu, že zákazníci, které přivedl obchodní zástupce v případě zboží, jehož prodejem ho pověřil zastoupený, musí být považováni za nové zákazníky ve smyslu tohoto ustanovení, a to i tehdy, když tito zákazníci již s tímto zastoupeným udržovali obchodní vztahy týkající se jiného zboží, pokud prodej prvního zboží tímto obchodním zástupcem vyžadoval vytvoření specifického obchodního vztahu; na vnitrostátním soudu je, aby tuto skutečnost ověřil.

K nákladům řízení

44 Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení ve vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud. Výdaje vzniklé předložením jiných vyjádření Soudnímu dvoru než vyjádření uvedených účastníků řízení se nenahrazují.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (čtvrtý senát) rozhodl takto:

Článek 17 odst. 2 první odrážka směrnice Rady 86/653/EHS ze dne 18. prosince 1986 o koordinaci právní úpravy členských států týkající se nezávislých obchodních zástupců musí být vykládána v tom smyslu, že zákazníci, které přivedl obchodní zástupce v případě zboží, jehož prodejem ho pověřil zastoupený, mohou být považováni za nové zákazníky ve smyslu tohoto ustanovení, a to i tehdy, když tito zákazníci již s tímto zastoupeným udržovali obchodní vztahy týkající se jiného zboží, pokud prodej prvního zboží tímto obchodním zástupcem vyžadoval vytvoření specifického obchodního vztahu; na vnitrostátním soudu je, aby tuto skutečnost ověřil.

Podpisy.