DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 16 dicembre 1985

relativa ad una procedura in applicazione dell'articolo 85 del trattato CEE

(IV/30.665 — Villeroy & Boch)

(I testi in lingua francese e tedesca sono i soli facenti fede)

(85/616/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea, in particolare l'articolo 85,

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962, primo regolamento di applicazione degli articoli 85 e 86 del trattato [1], modificato da ultimo dall'atto di adesione della Grecia, in particolare l'articolo 2,

vista la domanda di attestazione negativa presentata il 25 maggio 1982 dalle imprese Villeroy & Boch KG con sede a Mettlach (Germania) e Villeroy & Boch Sarl, di Lussemburgo, di una rete di contratti tipo di distribuzioni di ceramiche da tavola e per decorazione,

visto il contenuto essenziale della domanda, pubblicato [2] in applicazione dell'articolo 19, paragrafo 3, del regolamento n. 17,

visto il parere del comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti,

considerando quanto segue:

I. I FATTI

A. Le imprese

1. La società Villeroy & Boch KG con sede a Mettlach (Germania) e la Villeroy & Boch Sarl con sede a Lussemburgo fanno parte del gruppo recante la stessa ragione sociale, che è un grande produttore di ceramiche (ceramiche sanitarie e ceramiche fini). Il gruppo Villeroy & Boch realizza un fatturato annuo complessivo consolidato di . . . [3], di cui . . . nelle ceramiche fini (ceramiche da tavola e per decorazione) che Villeroy & Boch commercializza negli stati membri della Comunità e dell'EFTA tramite una rete di distribuzione.

B. Il prodotto e il mercato

2. Villeroy & Boch figura tra i grandi produttori europei di ceramiche da tavola e decorative. Esso vende la sua produzione principalmente in Germania, nel Benelux e in Francia. La rete Villeroy & Boch distribuisce 61 servizi da tavola di cui i più conosciuti, in tutto 21, beneficiano di una garanzia di disponibilità di 15 anni. La quota parte di mercato di Villeroy & Boch è inferiore al 10 % in tutti gli stati membri della CEE ed è inferiore al 5 % in numerosi di essi.

3. Il mercato delle ceramiche da tavola e per decorazione è un mercato disperso nel quale regna una concorrenza agguerrita. Nel solo mercato tedesco operano numerosi produttori, dei quali i tre principali provvedono insieme ad un terzo delle vendite e gli altri dividono il resto del mercato con una quota parte rispettiva pari o inferiore al 5 %.

4. Trattandosi di articoli di qualità, relativamente leggeri, le importazioni occupano un ruolo importante e possono rappresentare sino ad un terzo delle vendite annue su determinati mercati nazionali.

Ciascun produttore è di conseguenza esposto alla concorrenza dei fabbricanti stabiliti sia negli altri stati membri sia nei paesi terzi, e alcuni produttori esportano anche un terzo della loro produzione.

C. La rete di accordi notificati

5. Villeroy & Boch vende le sue ceramiche da tavola e da decorazione nel mercato comune tramite una rete di circa 3 500 rivenditori specializzati al dettaglio che sono riforniti, secondo il paese, direttamente da Villeroy & Boch e/o tramite importatori o grossisti. Questa rete è completata da due canali di distribuzione specializzata: l'approvvigionamento degli alberghi-ristoranti e la distribuzione di oggetti pubblicitari.

---

[1] GU n. 13 del 12. 2. 1962, pag. 204/62.

[2] GU n. C 206 del 16. 8. 1985, pag. 6.

[3] Ai sensi dell'articolo 21, paragrafo 2, del regolamento n. 17, i segreti professionali non sono pubblicati nella *Gazzetta ufficiale delle Comunità europee.*

6. La rete di distribuzione che Villeroy & Boch ha notificato ai fini di un'attestazione negativa, o in via sussidiaria di un'esenzione, comprende pertanto vari contratti tipo differenti conclusi per una durata indeterminata e denunciabile da ciascuna parte con preavviso di sei mesi. Questi contratti tipo legano Villeroy & Boch rispettivamente

— ai dettaglianti specializzati (Facheinzelhändler), ai grossisti e alle centrali di acquisto;

— ai fornitori specializzati nell'approvvigionamento degli alberghi e ristoranti;

— ai distributori di oggetti pubblicitati (Werbemittelunternehmen) abilitati a rifornire unicamente alcuni utilizzatori finali professionali in vista di una successiva cessione a terzi per fini pubblicitari.

1. *Caratteristiche comuni ai contratti notificati*

a) Assenza di prezzi imposti

7. I contratti tipo notificati non contengono disposizioni relative alla fissazione dei prezzi di rivendita: tutti i rivenditori Villeroy & Boch sono liberi di fissare il loro prezzo. Villeroy & Boch pratica un sistema di prezzi raccomandati in alcuni stati membri della Comunità.

b) Libertà di forniture incrociate fra i rivenditori di Villeroy & Boch

8. Tutti i rivenditori Villeroy & Boch possono rivendere gli articoli oggetto del contratto ad altri rivenditori Villeroy & Boch facenti parte dello stesso canale distributivo. I dettaglianti specializzati riconosciuti possono in particolare fornire prodotti ad ogni altro dettagliante specializzato riconosciuto.

c) Libertà delle esportazioni

9. Tutti i rivenditori Villeroy & Boch possono effettuare le transazioni di cui alla lettera b) da uno stato membro della CEE o dall'Associazione europea di libero scambio verso un altro stato membro.

d) Assenza di divieto di concorrenza

10. I rivenditori Villeroy & Boch possono rifornirsi di prodotti similari ai prodotti di cui al contratto presso fabbricanti concorrenti.

2. *Disposizioni specifiche dei contratti che vincolano Villeroy & Boch ai dettaglianti specializzati (EG-Vertriebsbindung)*

11. Villeroy & Boch ha stipulato contratti di distribuzione selettiva con 3 500 dettaglianti specializzati stabiliti nei diversi stati membri e riforniti, a seconda del paese, con vendite dirette da parte di Villeroy & Boch e/o tramite importatori o grossisti. Le principali disposizioni contrattuali sono le seguenti:

a) Prodotti esclusi dalla rete distributiva

12. Sono esclusi dalle forniture di Villeroy & Boch gli articoli pubblicitari e gli articoli destinati ad alberghi e ristoranti che fanno capo rispettivamente a due canali distributivi degli articoli Villeroy & Boch, in quanto questi articoli sono nettamente differenziati dai servizi da tavola destinati al consumatore finale privato.

b) Sistema di distribuzione vincolata (Vertriebsbindung)

13. I dettaglianti specializzati sono tenuti a rifornire soltanto i consumatori finali o altri dettaglianti specializzati riconosciuti da Villeroy & Boch, quale che sia lo stato membro in cui si è stabilito l'utilizzatore.

c) Criteri di selezione

14. Sono ammessi alla rete di distribuzione soltanto i dettaglianti riconosciuti da Villeroy & Boch sulla base dei criteri di selezione esposti in appresso. In seguito a determinate osservazioni formulate dalla Commissione, Villeroy & Boch ha attenuato alcuni di questi criteri che possono ora riassumersi come segue:

— Vendere al dettaglio articoli da tavola, costituiti per l'essenziale da articoli di qualità, in un negozio agevolmente accessibile al grande pubblico, specializzato nel ramo ovvero dotato di un reparto specializzato.

  Quando un dettagliante specializzato commercializza in larga maggioranza la gamma di un grande produttore di ceramiche da tavola, si considera che esso soddisfi la condizione di gradimento relativa alla specializzazione dal punto di vista di vendita.

  L'accordo tipo disponeva inizialmente che il locale di vendita non doveva essere separato dagli altri negozi al dettaglio e doveva trovarsi in una zona la più centrale possibile. In seguito alle osservazioni formulate dai servizi della Commissione, Villeroy & Boch ha attenuato questa clausola nel senso esposto più sopra.

— Il dettagliante deve offrire un assortimento sufficientemente ampio e variato degli articoli Villeroy & Boch e degli altri articoli di qualità comparabile e atti a soddisfare la domanda dei consumatori esigenti. L'ampiezza e la varietà dell'assortimento dipendono dall'importanza e dalla situazione del punto di vendita.

— Presentazione delle merci che consenta di valorizzare la produzione Villeroy & Boch in particola distinguendola visivamente dagli articoli delle altre marche.

  Gli articoli Villeroy & Boch non devono essere circondati da prodotti che possano sminuirne la loro presentazione.

— Obbligo di tenere in magazzino quantitativi di articoli Villeroy & Boch in modo da poter far fronte alla normale domanda di clienti.

— Competenza tecnica e professionale del personale.

— Controllo della merce prima della consegna al consumatore finale.

— Consueto servizio assistenza (sostituzione di articoli e consulenza ai clienti desiderosi di completare un servizio).

— Obbligo di promozione dei prodotti Villeroy & Boch mediante pubblicità, annunci ed altri sistemi abituali.

3. *Contratti che vincolano Villeroy & Boch al commercio all'ingrosso*

15. Villeroy & Boch ha concluso due tipi di contratti di distribuzione con il commercio all'ingrosso (grossisti e centrali di acquisto). La loro caratteristica comune è di limitare le vendite del commercio all'ingrosso ai soli rivenditori riconosciuti da Villeroy & Boch. Sono pertanto esclusi da tali rivendite i dettaglianti non riconosciuti e i consumatori finali.

4. *Contratti che vincolano Villeroy & Boch ai fornitori di alberghi e ristoranti*

16. Villeroy & Boch approvvigiona questi fornitori specializzati in questo canale specifico del commercio degli articoli da tavola soltanto ai fini della rivendita agli alberghi e ai ristoranti. Villeroy & Boch si riserva la possibilità di fornire direttamente questi utilizzatori finali professionali.

5. *Contratti tra Villeroy & Boch e le imprese di distribuzione di oggetti pubblicitari*

17. Villeroy & Boch rifornisce determinate imprese specializzate nella distribuzione di oggetti pubblicitari esclusivamente per la rivendita agli utilizzatori finali professionali, i quali cedono successivamente gli articoli a terzi come regali pubblicitari o per fini promozionali.

18. In seguito alla pubblicazione effettuata conformemente all'articolo 19, paragrafo 3, del regolamento n. 17, alla Commissione non sono pervenute osservazioni da parte di terzi.

II. VALUTAZIONE GIURIDICA

19. Ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE, sono incompatibili con il mercato comune e vietati tutti gli accordi fra imprese che possano pregiudicare il commercio fra stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, di restringere o di falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune.

20. I contratti tipo notificati che disciplinano i rapporti fra Villeroy & Boch e i suoi rivenditori esprimono le modalità di una cooperazione fra imprese giuridicamente indipendenti e costituiscono accordi fra imprese ai sensi della predetta disposizione.

21. Il mercato settoriale in cui la rete di distribuzione notificata esplica i suoi effetti è circoscritto alle ceramiche da tavola e decorative (ceramiche fini). Da una parte le ceramiche da tavola (servizi da tavola in porcellana e terracotta) devono essere considerati come similari a causa delle loro caratteristiche, del loro uso e dei loro prezzi, i quali non presentano differenze significative a seconda del materiale del prodotto venduto — porcellana o terracotta. D'altra parte, le ceramiche ornamentali possono essere nella fattispecie incluse nello stesso mercato a causa del loro carattere accessorio di servizi da tavola e della identicità della materia prima che serve alla loro fabbricazione.

22. Se gli accordi di distribuzione selettiva influiscono necessariamente sul gioco della concorrenza nel mercato comune (Corte di giustizia, causa 107/82, sentenza AEG/Telefunken del 25 ottobre 1983, Raccolta 1983, pagina 3151, punto 33 della motivazione), determinati prodotti o servizi hanno tuttavia proprietà tali che non possono essere validamente offerti al pubblico senza l'intervento di distributori specializzati. In questa misura i sistemi di distribuzione selettiva costituiscono un elemento di concorrenza compatibile con l'articolo 85, paragrafo 1, a condizione che la scelta dei rivenditori si effettui in funzione di criteri obiettivi di natura qualitativa in rapporto con le esigenze della distribuzione dei prodotti in questione e che questi criteri siano fissati uniformemente nei confronti di tutti i rivenditori potenziali ed applicati in modo non discriminatorio (Corte di giustizia, causa 31/80, L'Oreal, dell'11 dicembre 1980, Raccolta 1980, pagina 3775, punti 15 e 16 della motivazione).

23. I contratti di distribuzione notificati non potranno pertanto essere considerati restrittivi della concorrenza se viene accertato che la selezione dei rivenditori si basa su criteri necessariamente determinati dalla natura specifica dei prodotti contrattuali.

24. Ciò vale precisamente per i contratti di distribuzione selettiva dei rivenditori al dettaglio specializzati Villeroy & Boch dopo che quest'ultima ne ha attenuato determinate clausole, sopprimendo in particolare, su richiesta della Commissione, la clausola di localizzazione centrale dei punti di vendita al dettaglio, che era atta ad escludere dalla rete Villeroy & Boch quei canali di distribuzione eventualmente idonei a soddisfare le esigenze qualitative del produttore, pur non essendo stabiliti in zone centrali di consumo. L'ammissione alla rete Villeroy & Boch di dettaglianti specializzati è ormai subordinata a requisiti di qualificazione tecnica e professionale del punto di vendita, obiettivamente equi e appropriati a garantire, in buone condizioni, la vendita dei suoi articoli.

25. In effetti la vendita in buone condizioni (vedi Corte di giustizia, causa 26/76, punto 37, Metro, Raccolta 1977, pagina 1875) di ceramiche da tavola di qualità esige anzitutto che queste siano presentate e commercializzate in negozi della categoria o che abbiano un settore specializzato per la vendita di questi prodotti e dotati di un personale tecnicamente qualificato.

Nella misura in cui il sistema di distribuzione selettiva Villeroy & Boch è egualmente aperto ai negozi forniti di un settore specializzato, esso non risulta in via di principio in grado di escludere certe forme moderne di distribuzione.

26. I prodotti in questione sono degli articoli durevoli, di natura composita — ogni servizio da tavola comprende una varietà importante di pezzi differenti — per i quali l'acquisto non si risolve in un solo atto ma al contrario deve rinnovarsi al fine di rimpiazzare i pezzi rotti o con l'acquisto di pezzi complementari. Di conseguenza, la longevità dei prodotti in causa giustifica l'interesse legittimo del produttore a conferire la vendita solo ai dettaglianti disposti a garantire un servizio dopovendita adeguato in modo da poter assicurare la continuità dell'approvvigionamento al cliente.

27. La presentazione «valorizzazione» degli articoli Villeroy & Boch e la loro separazione tanto dagli articoli di altre marche quanto da tipi di prodotti che rischierebbero di degradare l'immagine di marca di Villeroy & Boch mira esclusivamente a migliorare la presentazione e l'individuazione degli articoli Villeroy & Boch ed evitare ogni confusione con articoli simili di altre marche e ogni assimilazione a prodotti di qualità inferiore e atti a banalizzare una linea di articoli alla quale Villeroy & Boch intende invece conferire un certo prestigio. Quest'obbligo non impedisce affatto ai dettaglianti specializzati Villeroy & Boch di vendere prodotti concorrenti.

28. Il controllo da parte del produttore della qualificazione dei dettaglianti specializzati che intende ammettere nella sua rete è necessario per assicurare la coesione e la chiusura del suo sistema di distribuzione selettiva. Il principio del controllo da parte del produttore stesso dell'amministrazione dei dettaglianti specializzati alla propria rete, in quanto accessorio all'obbligazione principale di specializzazione che incombe sul dettagliante specializzato e della quale contribuisce ad assicurare l'applicazione, non va al di là di ciò che è necessario per assicurare la conservazione di questa rete.

29. Per ciò che riguarda più specificatamente l'obbligo di porre in vendita un assortimento sufficientemente ampio e variato di articoli Villeroy & Boch e quello correlativo di mantenere uno stock sufficiente, questi non determinano una restrizione sensibile alla concorrenza ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, dato che la struttura molto concorrenziale dell'offerta sul mercato in causa, l'assenza di obiettivi di vendita imposti da Villeroy & Boch ai suoi dettaglianti specializzati e l'assenza di un divieto di concorrenza, non soltanto inerente al sistema ma sollecitato dal produttore stesso garantiscono ai dettaglianti specializzati Villeroy & Boch l'indipendenza della loro politica di vendita ed ai produttori concorrenti l'accesso senza ostacoli agli stessi rivenditori:

— nessuno dei numerosi produttori presenti sul mercato ha una quota superiore al 15 % e nessuno può dunque mantenere i propri distributori in una situazione di dipendenza. Essendo detentore di una quota di mercato inferiore al 10 % in tutti gli stati membri Villeroy & Boch non ha una posizione di forza né rispetto a questi concorrenti, vista in particolare la sua quota di mercato modesta nella Comunità, né rispetto ai suoi rivenditori specializzati per poter limitare attraverso le summenzionate clausole la loro libertà di concentrare la loro attività sulle marche che permettono di conseguire il più grande beneficio. Inoltre le reti di distribuzione selettiva, simili a quelle di Villeroy & Boch non sono molto estese, dimodoché la distribuzione di ceramiche da tavola non rischia di essere limitata nel seno di strutture di distribuzione rigide dove ogni produttore potrebbe volgere a proprio profitto l'attività dei suoi distributori;

— lungi dall'aspirare all'esclusiva della rappresentanza dei prodotti Villeroy & Boch, il sistema di distribuzione selettiva Villeroy & Boch è al contrario imperniato sulla coabitazione degli articoli Villeroy & Boch con marche della concorrenza di rinomanza, con le quali Villeroy & Boch intende misurare il prestigio della sua immagine di marca. Il sistema notificato tende, in effetti, così poco all'esclusiva che ogni dettagliante specializzato che commercializza in larga maggioranza la gamma di ogni grande produttore è considerato in grado di soddisfare la condizione di gradimento relativa alla specializzazione del punto di vendita;

— nulla impedisce per conseguenza ai dettaglianti specializzati Villeroy & Boch di distribuire anche prodotti concorrenti quando la loro vendita sembri loro vantaggiosa. Una simile eventualità è tanto più plausibile se si considera che i dettaglianti Villeroy & Boch non sono tenuti a realizzare un dato fatturato con gli articoli Villeroy & Boch né di ordinare quantitativi determinati a scadenze fisse.

30. In queste condizioni anche se gli obblighi relativi alla promozione delle vendite degli articoli Villeroy & Boch non rientrano formalmente nei criteri

qualitativi di selezione compatibili con l'articolo 85, paragrafo 1, tali obblighi non rappresentano tuttavia nel caso di specie, una restrizione sensibile per la concorrenza; essendo convenuti nell'evidente interesse comune delle parti contraenti, gli obblighi generici dei rivenditori di impegnarsi nei confronti della marca Villeroy & Boch, in particolare ad esporre nella vetrina l'insegna Villeroy & Boch, a distribuire prospetti Villeroy & Boch, a pubblicare annunci pubblicatari e ad effettuare campagne promozionali e a far ricorso agli altri mezzi di pubblicità abituali non impediscono tuttavia ai rivenditori specializzati Villeroy & Boch di trarre profitto della concorrenza tra le diverse marche.

31. In un mercato così disperso a livello sia della produzione che della distribuzione è escluso che gli accordi stipulati da Villeroy & Boch con dettaglianti specializzati possano, tramite reti distributive eventualmente comuni, facilitare una collusione fra produttori, intesa ad escludere sul mercato imprese concorrenti: il numero dei produttori è troppo alto ed il cerchio dei distributori troppo aperto ed indefinito per permettere una simile intesa.

32. Al contrario, in un mercato altamente competitivo, l'offerta congiunta ad opera di dettaglianti specializzati di servizi da tavola di livello comparabile ma di marche diverse, può soltanto rafforzare la concorrenza fra marche. Grazie alla presentazione concentrata e curata di produzioni concorrenti il consumatore è infatti posto in grado di verificare il miglior rapporto qualità-prezzo e, mancando l'obbligo di realizzare un fatturato minimo per i prodotti Villeroy & Boch, il dettagliante può consigliare il cliente in piena autonomia. Nel caso in cui il cliente consideri secondari i servizi a cui si accompagna la vendita, in seno ad un sistema di distribuzione selettiva, potrà in ogni modo orientare la sua scelta sugli articoli di produttori concorrenti che non praticano la distribuzione selettiva e sanzionare, in tale maniera, la scelta di strategia commerciale effettuata dal produttore.

33. Mentre rafforza la concorrenza inter-brand, il funzionamento della rete di distribuzione selettiva non può comportare neppure una restrizione della concorrenza intra-brand mediante una collusione tra dettaglianti specializzati, intesa ad esempio ad ostacolare la libera determinazione da parte di Villeroy & Boch dei suoi canali di distribuzione o a garantire il rispetto dei prezzi consigliati da Villeroy & Boch. Questa eventualità è possibile soltanto in presenza di un numero relativamente limitato di dettaglianti ma ciò non avviene nella fattispecie. Inoltre Villeroy & Boch non ha concesso un territorio di vendita esclusivo ai propri dettaglianti e non gli sarebbe impossibile controbattere eventuali pressioni concertate da parte dei suoi distributori approvvigionando nuovi dettaglianti riconosciuti.

34. La selettività del sistema di distribuzione in oggetto si basa altresì sull'impegno sottoscritto dal dettagliante specializzato di non rivendere i prodotti di cui al contratto solo al consumatore finale ovvero ad altri dettaglianti specializzati approvati da Villeroy & Boch. Dato che tanto i criteri obiettivi e qualitativi che gli obblighi di promozione delle vendite di cui sopra sono considerati come compatibili con l'articolo 85, paragrafo 1, l'impegno in questione non restringe sensibilmente la concorrenza nel caso di specie.

35. Se si ammette la liceità dell'obbligo al quale devono sottoscrivere i dettaglianti riconosciuti di non vendere a dettaglianti non riconosciuti, ciò deve valere anche per l'obbligo a carico dei grossisti e delle centrali di acquisto di vendere soltanto ai rivenditori Villeroy & Boch, dato che tale obbligo costituisce a livello del commercio all'ingrosso il prolungamento della selettività del sistema della distribuzione al dettaglio.

36. Quanto al correlativo divieto a carico di grossisti e centrali di acquisto di rifornire i consumatori finali esso non costituisce una restrizione di concorrenza ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1: la concorrenza sarebbe viceversa falsata se i grossisti i cui oneri sono proporzionalmente meno gravi in considerazione dello stadio di commercializzazione nel quale essi operano, facessero una concorrenza ai dettaglianti allo stadio della distribuzione al dettaglio e in particolare dell'approvvigionamento degli utilizzatori privati (causa 26/76, Metro, 25 ottobre 1977, Raccolta 1977, pagina 1875, punto 29 della motivazione.

37. La clausola dei contratti tipo che vincolano Villeroy & Boch ai fornitori di alberghi e ristoranti e che limita a questi ultimi la rivendita dei prodotti contrattuali è giustificata dalla particolare natura dell'attività di questi rivenditori e della gamma di prodotti differenti che vendono. Infatti, poichè si tratta della rivendita in massa di servizi da tavola, non destinati ai consumatori finali, è giusto che questi rivenditori specializzati non possano cedere i prodotti contrattuali né ai dettaglianti riconosciuti né ai consumatori finali.

Non si ha quindi nessuna restrizione di concorrenza poichè la composizione dei servizi da tavola e la loro presentazione divergono da quelle dei servizi da tavola per famiglie.

38. Le stesse considerazioni si applicano ai contratti tipo che vincolano Villeroy & Boch ai distributori di articoli pubblicitari (Werbemittelunternehmen). A causa del loro oggetto specifico, ossia la rivendita ad utilizzatori finali professionali di articoli isolati non inclusi nei servizi da tavola in vista di una successiva cessione a terzi per fini pubblicitari, questi contratti si inquadrano in un canale commerciale del tutto diverso da quello che conduce i servizi da tavola al consumatore finale privato. Di conseguenza, l'obbligo imposto ai distributori di articoli pubblicitari di rivendere soltanto a questi utilizzatori finali professionali non costituisce una restrizione di concorrenza.

39. Poiché la rete di contratti notificati non implica a carico dei rivenditori Villeroy & Boch nessun obbligo avente per oggetto o per effetto di impedire, di restringere o di falsare sensibilmente il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, non è necessario verificare se il commercio tra gli stati sia pregiudicato.

La Commissione non ha motivo, sulla base degli elementi a sua conoscenza di intervenire sulla base dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE. Di conseguenza essa può rilasciare in suo favore una attestazione negativa ai sensi dell'articolo 2 del regolamento n. 17,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Sulla base degli elementi in suo possesso, la Commissione accerta che sulla base degli elementi a sua conoscenza, essa non ha motivo di intervenire ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato CEE nei confronti della rete di contratti tipo, oggetto della presente decisione, che vincola Villeroy & Boch ai suoi rivenditori.

Articolo 2

Le società Villeroy & Boch KG, Mettlach (Repubblica federale di Germania) e Villeroy & Boch Sarl, Lussemburgo, Granducato del Lussemburgo, sono destinatarie della presente decisione.

Fatto a Bruxelles, il 16 dicembre 1985.

Per la Commissione

Peter SUTHERLAND

Membro della Commissione