II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE
del 2 dicembre 1988
relativa ad una procedura di applicazione dell'articolo 85 del trattato CEE
(IV/31.697, Charles Jourdan)
(Il testo in lingua francese è il solo facente fede)

(89/94/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea,

visto il regolamento n. 17 del Consiglio, del 6 febbraio 1962, primo regolamento d'applicazione degli articoli 85 e 86 del trattato (1), modificato da ultimo dall'atto di adesione della Spagna e del Portogallo, in particolare gli articoli 6 e 8,

vista la domanda di attestazione negativa e la notifica presentate il 5 novembre 1985 dalla società per azioni Calzature Seducta Charles Jourdan e Fils, 1 Boulevard Voltaire, F—26017 Romans, la holding Charles Jourdan AG, Spielhof 3, CH-8750 Glarus, e dalla società per azioni Xavier Danaud, zone industrielle de Charnas, F—07100 Annonay, relative ad una serie di contratti-tipo di distribuzione in franchising e di deposito autorizzato applicati o da applicare negli Stati membri,

visto il contenuto essenziale della notifica (2), pubblicata in applicazione dell'articolo 19, paragrafo 3 del regolamento n. 17,

previa consultazione del comitato consultivo in materia di intese e posizioni dominanti,

considerando quanto segue:

I. I FATTI

A. L'impresa

(1) Charles Jourdan AG è una società di diritto svizzero con sede a Spielhof 3, CH-8750 Glarus (Confederazione elvetica). Essa fa capo a sua volta alla holding svizzera Portland Cement Werke (PCW).

La società Charles Jourdan AG con le sue filiali, denominata in appresso gruppo Charles Jourdan detiene, in tutto o in parte, un grande numero di società in Francia, nel resto della Comunità e al di fuori della Comunità. Tra queste figurano, in particolare, la società per azioni Calzature Seducta Charles Jourdan e Fils e la società per azioni Xavier Danaud che, con Charles Jourdan AG, ha notificato i contratti oggetto della presente decisione.

— La società per azioni Calzature Seducta Charles Jourdan e Fils ha notificato i contratti di distribuzione in franchising e di deposito autorizzato per la marca Charles Jourdan (calzature e borsette) in Francia;

— La società per azioni Xavier Danaud ha notificato i contratti di distribuzione in franchising per le marche Xavier Danaud (calzature e borsette) in Francia e i contratti di deposito autorizzato per la marca Xavier Danaud (calzature e borsette) in Francia;

— Charles Jourdan Holding AG ha notificato i contratti di distribuzione in franchising per le marche Charles Jourdan (calzature e borsette) e Xavier Danaud (calzature e borsette) fuori dalla Francia.

(2) L'attività principale del gruppo Charles Jourdan riguarda la fabbricazione e la commercializzazione di calzature e di articoli in pelle (80 % circa del suo fatturato) e di borsette (9 % del fatturato). Sotto il proprio marchio inoltre, il gruppo commercializza anche abbigliamento prêt-à-porter e accessori per la parte rimanente del suo fatturato.

(1) GU n. 13 del 21. 2. 1962, pag. 204/62.
(2) GU n. C 220 del 24. 8. 1988, pag. 2.

Nel 1984 il gruppo ha realizzato il 55 % del fatturato in Francia e ha venduto in particolare 1 685 000 paia di calzature e 136 000 borsette. Nel 1987 il gruppo ha venduto 1 100 000 di paia di scarpe.

Il fatturato realizzato dal gruppo è stato di 896 943 000 FF nel 1984 e di 941 774 000 FF nel 1985. Il fatturato del 1987 ammonterebbe pressapoco a 700 000 000 di FF.

Il fatturato realizzato da Portland Cement Werke è stato nel 1985 pari a 568 000 000 di FS.

B. Il prodotto e il mercato

(3) — L'attività principale del gruppo è la produzione e la vendita di calzature, in particolare di calzature di qualità medio-alta. Gli articoli della gamma media corrispondono all'incirca a prezzi al minuto compresi tra 400 e 700 FF e quelli di qualità elevata a oltre 700 FF. Tale distinzione, ancorché approssimativa, consente di classificare nella prima categoria gli articoli portanti il marchio Seducta e nella seconda categoria quelli portanti il marchio Charles Jourdan, Christian Dior o Xavier Danaud. Una parte della produzione di calzature (10 % circa) è subappaltata. Le marche di calzature commercializzate dal gruppo Charles Jourdan sono: Charles Jourdan, Seducta, Christian Dior, Xavier Danaud.

— Un'altra attività del gruppo è la produzione, parzialmente in subappalto, e la vendita di articoli in pelle: borsette, nonché cinture, valigie, guanti, ecc.

— Gli accessori commercializzati dal gruppo sono in genere prodotti in subappalto: trattasi in particolare di ombrelli, foulard, occhiali, profumi, collant, calzini, cravatte, cappelli, orologi, penne stilografiche, gioielli. Essi sono disegnati e progettati dagli stilisti del gruppo Charles Jourdan.

— Infine, il gruppo Charles Jourdan presenta sotto la propria marca una collezione di abbigliamento prêt-à-porter femminile e maschile la cui produzione è realizzata integralmente in subappalto.

(4) *Mercato della calzatura*

La produzione comunitaria è stata nel 1986 di circa 1,2 miliardi di paia, quasi la metà fabbricata in Italia, e 200 milioni circa fabbricati in Francia. Per il 1986 le importazioni comunitarie sono state di 345 milioni di paia e le esportazioni di 260 milioni di paia. I fabbricanti francesi hanno esportato un quarto della loro produzione, ma oltre un paio di scarpe su due (54 %) calzato in Francia è di importazione.

Il mercato comunitario, in particolare quello francese, è dunque largamente aperto alle esportazioni e alle importazioni.

L'organizzazione della produzione è dispersa, come confermano i dati riguardanti le 423 imprese francesi delle quali, nel 1982, soltanto 15 occupavano più di 500 persone. Queste ultime producevano tuttavia il 25 % del totale francese, capeggiate da Eram e GEP.

Nella produzione di calzature di classe i concorrenti europei di Charles Jourdan sono in particolare Bally, Kelian, Carel, Manfield, Pinet, Clergerie, Maud Frison, Céline.

Nella produzione di calzature di qualità media i concorrenti europei sono in particolare Mirelli, France Arno, Salamander, Heyraud, Raoul, Dressoi.

La concorrenza interna dei produttori della Comunità (Italia, Spagna), ma anche dei paesi terzi (Hong Kong, Taiwan, Singapore, Corea del Sud) è molto intensa.

Tali osservazioni valgono anche per la distribuzione nella quale esiste una concorrenza vivace non soltanto tra punti di vendita, ma tra reti di distribuzione:

In Francia, i rivenditori indipendenti commercializzano ancora la maggior parte delle calzature. Alcuni di questi rivenditori indipendenti si sono raggruppati in gruppi di acquisto (ad esempio Cédaf, UCF, ecc.) e lavorano sulla base di contratti di franchising (ad esempio Eram, GEP, Labelle, Charles Jourdan).

Talune imprese, siano esse industriali (ad esempio Bata, Bally, Eram, Myris, André, Charles Jourdan), che commerciali (ad esempio Raoul, France Arno, Manfield) distribuiscono inoltre le calzature attraverso le proprie filiali.

Infine, esiste un certo numero di punti di vendita non specializzati, ad esempio supermercati, società di vendita per corrispondenza, grandi magazzini, ecc.

Per gli articoli in pelle la dispersione dei fabbricanti francesi e degli altri fabbricanti europei è ancora maggiore in quanto la categoria include l'artigianato e l'industria. La concorrenza dei paesi asiatici è estremamente intensa per i prodotti di qualità media. Per quanto riguarda la distribuzione essa è considerevolmente dispersa tra negozi specializzati, grandi magazzini, supermercati, ecc.

Nel campo degli articoli in pelle il gruppo Charles Jourdan è il terzo produttore francese.

(5) La quota di mercato del gruppo Charles Jourdan sul totale della produzione di calzature è dell'1 % circa per la Francia, mentre a livello comunitario è trascurabile.

Viceversa, considerando il mercato della calzatura di qualità medio-alta, si può ritenere che il gruppo detiene circa il 10 % del totale francese e il 2 % circa di tale mercato nella Comunità. Tale definizione del mercato non è rigida, ma consente di escludere le calzature che non sono a base di cuoio e le calzature a buon mercato.

Per quanto riguarda gli altri prodotti commercializzati dal gruppo, la loro quota di mercato è trascurabile sia in Francia che nella Comunità.

C. Distribuzione dei prodotti del gruppo

(6) La distribuzione dei prodotti del gruppo Charles Jourdan risponde a varie esigenze in funzione dei prodotti e del gruppo. Anzitutto i distributori sono commercianti capaci di trattare con una clientela esigente che dispone di un potere d'acquisto superiore alla media. Inoltre, tra i rivenditori e il gruppo sono instaurati vincoli privilegiati in modo da salvaguardare un'unità di stile e di comportamento nei confronti della clientela.

(7) La rete è composta da quattro tipi di negozi:

— i negozi affiliati: di proprietà e sotto la direzione del gruppo essi portano l'insegna Charles Jourdan o Xavier Danaud e costituiscono la vetrina delle attività del gruppo. Inoltre commercializzano in genere tutti i prodotti della gamma Charles Jourdan;

— i negozi in franchising: indipendenti dal gruppo, hanno firmato con quest'ultimo un contratto di distribuzione in franchising che concede loro l'insegna esterna Charles Jourdan o Xavier Danaud per l'insieme del negozio su un territorio determinato;

— i depositi autorizzati: sono tenuti da commercianti indipendenti che hanno stipulato un contratto di distribuzione con il gruppo il quale garantisce loro una rappresentanza delle marche Charles Jourdan o Xavier Danaud su un territorio determinato, per una parte definita del negozio, ma gli articoli in questione sono in concorrenza con quelli di altre marche. L'insegna del marchio deve essere collocata all'interno del negozio e non all'esterno come per i negozi in franchising. Quale impegno più limitato rispetto al concessionario in franchising nei confronti del gruppo comporta che le parti hanno diritti e doveri diversi. La formula del depostito autorizzato possiede talune caratteristiche del franchising e della rivendita al minuto tradizionale ed ha l'obiettivo di salvaguardare una maggiore indipendenza del depositario autorizzato nei confronti del gruppo, su richiesta del rivenditore, o di esaminare le capacità personali e professionali del depositario autorizzato prima di affidargli una concessione in franchising, su richiesta del gruppo medesimo;

— i negozi tradizionali: essi non hanno vincoli giuridici col gruppo, a parte il contratto di vendita degli articoli recanti il marchio. La selezione di tali negozi da parte del gruppo Charles Jourdan è basata su elementi obiettivi, tra cui il negozio nel quale viene esercitata l'attività, la qualità dei prodotti distribuiti e la persona del rivenditore, la sua competenza e la sua reputazione.

D. Caratteristiche essenziali dei contratti tipo notificati

(8) *Modalità di selezione dei concessionari in franchising e dei depositari autorizzati dal gruppo*

I contratti sono conclusi intuitu personae in funzione delle qualità morali e professionali del candidato. Non è possibile la cessione del contratto a terzi senza il benestare del gruppo. Il gerente retribuito di un negozio deve preventivamente ottenere il gradimento del gruppo.

(9) *Indipendenza giuridica dei concessionari in franchising e depositari autorizzati*

I concessionari in franchising e i depositari autorizzati sono proprietari, giuridicamente e finanziariamente responsabili, delle loro aziende, nonché dell'allestimento dei loro locali.

Tuttavia qualsiasi cambiamento nella situazione geografica, come nell'allestimento all'interno e all'esterno del negozio, deve essere preventivamente approvato dal gruppo.

(10) *Territorio esclusivo*

Ciascun contratto definisce precisamente il territorio in franchising o del depositario autorizzato.

Sul territorio concesso in franchising, il concessionario beneficia del diritto di gestire il proprio negozio sotto l'insegna esterna di un marchio del gruppo e può esercitare la sua attività commerciale solo nei locali commerciali definiti nel contratto.

Sul territorio che gli è assegnato, il depositario autorizzato beneficia del diritto di gestire una parte del suo negozio sotto l'insegna interna di un marchio del gruppo e può esercitare la sua attività commerciale soltanto nei locali commerciali definiti nel contratto. Su un territorio di un concessionario in franchising possono esistere vari rivenditori tradizionali e/o depositari autorizzati. Invece lo stesso territorio può essere assegnato soltanto ad un concessionario in franchising.

(11) *Trasferimento del know how del gruppo Charles Jourdan ai concessionari in franchising ed ai depositari autorizzati*

Il concessionario in franchising riceve dal gruppo Charles Jourdan un know how e un'assistenza continua nei settori seguenti :

— Acquisti (modelli base della collezione, ordinazione tipo, tendenze, tinte e materiali di moda) : trattasi di informazioni per il rivenditore sulle ultime tendenze della moda.

— Fornitura del progetto di allestimento : trattasi di un aiuto alla creazione o al rinnovo della decorazione del negozio.

— Sistemazione e tenuta del magazzino, informazioni di gestione : trattasi di un'assistenza in materia di gestione interna del negozio.

— Comunicazione di informazioni sulla vendita dei prodotti nelle reti « negozi affiliati e concessionari in franchising » : trattasi di informazioni sull'attività commerciale dei punti di vendita che distribuiscono i medesimi prodotti.

— Pubblicità : trattasi di un aiuto materiale o consulenze in materia di politica pubblicitaria dei concessionari in franchising.

Il know how così trasmesso è in primo luogo di natura commerciale, anche se comprende inoltre alcuni elementi di gestione. Esso è sostanziale e consente al commerciante di beneficiare di un indubbio vantaggio rispetto ai suoi concorrenti. È questa la ragione che, oltre al prestigio della marca, induce i commercianti indipendenti, o potenzialmente tali, a stipulare tali accordi con il gruppo Charles Jourdan.

Il depositario autorizzato riceve dal gruppo Charles Jourdan informazioni che si riferiscono unicamente agli acquisti e alle tendenze della moda. Tali informazioni sono nel contempo più ridotte e limitate a un minore numero di settori rispetto al caso della concessione in franchising. In materia di gestione non è prevista alcuna assistenza.

Tutte queste informazioni fornite al concessionario in franchising o al depositario autorizzato sono confidenziali.

(12) *Diritto di proprietà industriale*

Il gruppo Charles Jourdan resta proprietario delle sue marche depositate, nonché dei modelli, denominazioni commerciali, insegne, emblemi, simboli ed altri segni distintivi commerciali. La loro utilizzazione è di sua esclusiva competenza.

(13) *Diritto di controllo del gruppo Charles Jourdan*

Il concessionario del franchising e il depositario autorizzato debbono tenere a disposizione del gruppo la loro contabilità e trasmettere mensilmente la situazione delle vendite nette e un prospetto dei quantitativi venduti nel mese precedente. Essi debbono sottoporsi a visite di ispezione del loro personale e dei loro locali commerciali, compresi i locali adibiti a magazzini. Il controllo può altresì riguardare il rispetto da parte del concessionario in franchising dei criteri qualitativi connessi al nome e alla reputazione della merce.

(14) *Obblighi finanziari nei confronti del gruppo Charles Jourdan*

Come contropartita della fornitura da parte del concedente del progetto generale di allestimento, della planivolumetria, della campionatura dei materiali, del capitolato di oneri e dell'assistenza di un decoratore, il concessionario deve corrispondere un diritto di ammissione di 20 000 o 30 000 FF secondo la marca. Le spese di sistemazione materiale del negozio restano a carico del rivenditore in franchising o del depositario autorizzato. Per il depositario autorizzato non è richiesto alcun diritto di ammissione, ma deve esclusivamente versare un deposito di garanzia.

Come contropartita dei diritti concessi e dei servizi a lui prestati il concessionario paga altresì al concedente, secondo le marche, un canone dell'1,5 % o del 2 % sull'importo, al netto delle imposte, delle vendite nette complessive del negozio. Tale canone è dell'1 % per i depositari autorizzati, anch'esso computato sull'importo totale al netto delle imposte delle vendite del negozio. In pratica queste ultime sono rappresentate, per almeno il 50 %, dalla vendita dei prodotti delle marche del gruppo.

(15) *Clausola di non concorrenza*

Per i contratti di franchising, la clausola di non concorrenza vieta al concessionario di gestire, sul territorio concesso, un altro negozio in franchising con società diverse da quelle del gruppo Charles Jourdan, sempreché non si tratti di prodotti che per il loro prezzo o per la loro natura non hanno alcun rapporto con quelli del gruppo Charles Jourdan.

Nel negozio medesimo il concessionario può commercializzare soltanto prodotti recanti il marchio oggetto del contratto, nonché le altre marche del gruppo. Tuttvia, può essere autorizzato dal gruppo a commercializzare altri articoli di origine esterna.

Per i contratti di deposito autorizzato, una clausola vieta di esporre o vendere prodotti che, a causa del loro marchio, della loro denominazione, o della loro presentazione potrebbero svalutare l'immagine del gruppo Charles Jourdan.

Alla scadenza dei contratti il rivenditore non è soggetto ad alcuna limitazione nelle sue successive attività. In caso di vendita del negozio in franchising il concedente beneficia di un diritto di priorità assoluta per il periodo di un mese per l'eventuale acquisto dell'azienda.

(16) *Clausola di approvvigionamento*

Il rivenditore può rifornirsi direttamente di prodotti recanti i marchi del gruppo Charles Jourdan sia presso il gruppo, sia presso un negozio affiliato al

gruppo, sia presso un altro membro della rete, sia a titolo di franchising o di distributore autorizzato, sia persino presso un rivenditore tradizionale dei prodotti delle marche del gruppo, distributori insediati o meno nel medesimo Stato membro. In linea generale, le vendite incrociate tra distributori della marca sono autorizzate a condizione che il concessionario in franchising o il depositario autorizzato non eserciti l'attività di grossista a titolo principale. Tale possibilità è stata concessa alle controparti del gruppo Charles Jourdan su richiesta della Commissione.

(17) *I prezzi d'acquisto*

All'interno del medesimo Stato membro, i prezzi di acquisto sono identici per tutti i concessionari in franchising, depositari autorizzati o rivenditori tradizionali. È prevista soltanto la possibilità di concedere uno sconto di quantità.

Le variazioni dei prezzi d'acquisto da uno Stato membro all'altro sono dovute ai costi di distribuzione, alle spese di transito, di cambio, ecc., connessi alle operazioni di esportazione.

(18) *Il prezzo di vendita*

Il gruppo Charles Jourdan predispone listini stagionali che sono esclusivamente indicativi e i rivenditori non sono tenuti a rispettarli. La libertà concessa ai rivenditori di determinare il prezzo di vendita è stata espressamente menzionata nei contratti su richiesta della Commissione.

(19) *Durata dei contratti*

I contratti sono sempre conclusi per una durata iniziale di cinque anni.

(20) *Recesso*

Il gruppo Charles Jourdan può recedere dal contratto con il concessionario in franchising o col depositario autorizzato in caso di amministrazione giudiziaria, di liquidazione dei beni del rivenditore, in caso di trasferimento geografico o di modifiche del negozio o in caso di insufficienza delle vendite. Inoltre hanno facoltà di recedere dal contratto sia il gruppo Charles Jourdan che la sua controparte, concessionario in franchising o depositario autorizzato, in caso di inadempimento di una clausola dei contratti.

(21) *Effetti del recesso o della scadenza del contratto*

Il concessionario in franchising o il depositario autorizzato non sono sottoposti a nessuna restrizione nell'esercizio delle loro future attività. Essi possono continuare a distribuire prodotti analoghi o concorrenti nella medesima zona geografica e nello stesso negozio.

Essi sono solamente tenuti a ritirare tutte le insegne e supporti pubblicitari dai loro negozi, a modificare la sistemazione connessa all'attività in franchising o di deposito autorizzato e a rendere al gruppo Charles Jourdan gli stampati, le etichette, e il materiale d'imballaggio, ecc., recante i marchi brevettati, escluse le forniture necessarie per lo smaltimento delle giacenze.

(22) *Osservazioni dei terzi*

In seguito alla pubblicazione effettuata in conformità dell'articolo 19, paragrafo 3 del regolamento n. 17, nessuna osservazione è stata inviata alla Commissione.

II. VALUTAZIONE GIURIDICA

A. Articolo 85, paragrafo 1

(23) Grazie ai contratti tipo di distribuzione notificati, il gruppo Charles Jourdan :

— da un lato conferisce ai suoi concessionari e depositari autorizzati, su un territorio limitato dal contratto, il diritto esclusivo di utilizzare nel negozio di vendita, i suoi segni distintivi (insegne, marchio, nome commerciale), nonché i suoi disegni e modelli per la vendita. Ne deriva una presentazione uniforme dei prodotti commercializzati all'interno della rete. Tale diritto esclusivo riguarda l'insegna all'esterno del negozio per i concessionari in franchising e l'insegna all'interno del negozio per i depositari autorizzati ;

— dall'altro, trasferisce ai suoi concessionari depositari autorizzati un know how costituito dall'insieme di conoscenze commerciali e gestionali sperimentate preventivamente dal gruppo Charles Jourdan e non divulgate ai terzi, nonché un'assistenza permanente. Il know how tecnico e commerciale è aggiornato in funzione dei risultati dell'esperienza acquisita dal gruppo Charles Jourdan.

(24) Il gruppo Charles Jourdan sviluppa una rete di vendita coerente ed efficiente, senza investimenti massicci pur mantenendo un controllo sull'attività dei punti di vendita.

Al rivenditore in franchising tale formula consente, se non ha già grande esperienza nella distribuzione degli articoli della marca, di beneficiare del know how del concedente, e se possiede già tale esperienza, oltre a tale vantaggio, di concentrare tutti i suoi sforzi sulla commercializzazione dei prodotti del gruppo Charles Jourdan la cui reputazione da sola gli garantisce una clientela. Al rivenditore depositario autorizzato la formula consente di beneficiare del know how del gruppo e della reputazione dei marchi del gruppo Charles Jourdan, pur conservando grande autonomia commerciale grazie alla distribuzione di marche concorrenti nel suo negozio.

(25) Gli accordi tipo di franchising o di deposito autorizzato che il gruppo Charles Jourdan ha firmato o intende firmare con i suoi concessionari o depositari autorizzati sono accordi tra imprese ai sensi dell'articolo 85 e sia il gruppo Charles Jourdan che ciascuna delle controparti restano imprese indipendenti.

a) *Clausole cui non si applica l'articolo 85, paragrafo 1*

Contratti di franchising

(26) La Corte di giustizia nella sentenza Pronuptia [1] e la Commissione nelle decisioni Pronuptia [2], Yves Rocher [3] e Computerland [4] hanno deciso che, ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1, non costituiscono restrizioni della concorrenza le clausole che sono indispensabili per evitare che il know how trasmesso e l'assistenza fornita dal concedente vadano a vantaggio dei concorrenti, nonché le clausole che organizzano i controlli indispensabili alla salvaguardia dell'identità e della reputazione della rete simbolizzata dall'insegna.

(27) Le clausole indispensabili per evitare che il know how trasmesso vada a vantaggio dei concorrenti sono le seguenti :

— La clausola di non concorrenza durante la vigenza del contratto vieta al concessionario l'esercizio di un altro negozio in franchising nel territorio concesso, salvo in caso di vendita di prodotti che non hanno alcun rapporto con i prodotti del gruppo Charles Jourdan. La clausola è giustificata per il concessionario in quanto il know how fornito potrebbe essere facilmente utilizzato a favore di altri prodotti e di altre marche nel quadro di un diverso sistema di franchising. Alla scadenza del contratto viene meno anche la clausola di non concorrenza. Infatti tale clausola non si giustificherebbe dal momento che il know how trasmesso comporta una componente importante di tecniche commerciali a carattere generale, e perché il sistema di franchising si rivolge, in particolare, a commercianti che hanno già esperienza di distribuzione di calzature.

— Il divieto fatto al concessionario di cedere il suo contratto di franchising, di subaffittare il suo negozio, di costituire una subconcessione in franchising, di cedere la sua azienda in gestione o di nominare un direttore retribuito senza il benestare espresso del gruppo Charles Jourdan, consente al gruppo Charles Jourdan di accertare che il concessionario possieda le qualità professionali necessarie per l'esercizio delle sue funzioni e che persone estranee alla rete Charles Jourdan non beneficino dei vantaggi inerenti al sistema di distribuzione in oggetto.

(28) Le clausole che organizzano il controllo indispensabile alla salvaguardia dell identità e della reputazione della rete simbolizzata dall'insegna sono le seguenti :

— Obbligo per il concessionario di esercitare la sua attività commerciale in un locale sistemato secondo le indicazioni e i consigli del gruppo. Ciò consente di garantire la coerenza, l'omogeneità commerciale e la reputazione dei punti di vendita della rete del gruppo Charles Jourdan.

— Obbligo per il concessionario di cooperare col gruppo Charles Jourdan. Tale obbligo riguarda principalmente la pubblicità che deve essere fatta in accordo col gruppo Charles Jourdan per mantenere l'immagine di mercato del gruppo e la qualità della gestione del punto di vendita, onde evitare che una gestione carente nuoccia agli interessi delle marche rappresentate.

— Divieto fatto al concessionario di rivendere i prodotti del gruppo Charles Jourdan a rivenditori diversi dai concessionari in franchising, depositari autorizzati o rivenditori riforniti dal gruppo. La clausola è destinata a mantenere l'unità della rete e il nesso, per il consumatore, tra il prodotto del gruppo Charles Jourdan e il suo luogo di vendita.

— Obbligo per i concessionari, salvo benestare del gruppo e tenuto conto della natura dei prodotti in questione (articoli di moda) e al fine di salvaguardare l'omogeneità dell'immagine di mercato, di fare le ordinazioni degli articoli che costituiscono l'oggetto essenziale del franchising unicamente presso il gruppo Charles Jourdan o presso i fornitori da esso indicati. È opportuno precisare che il concessionario può acquistare gli articoli in questione presso qualsiasi altro concessionario, depositario autorizzato o rivenditore tradizionale che appartiene alla rete Charles Jourdan.

— Obbligo per il concessionario di sottoporsi al controllo del gruppo Charles Jourdan. Tale diritto d'ispezione del gruppo sulla gestione dei suoi rivenditori costituisce la contropartita delle responsabilità delegate dal gruppo Charles Jourdan ai suoi partner.

(1) Sentenza del 28 gennaio 1986, Pronuptia, causa 161/84, Raccolta 1986, pag. 353.
(2) GU n. L 13 del 15. 1. 1987, pag. 39.
(3) GU n. L 8 del 10. 1. 1987, pag. 49.
(4) GU n. L 222 del 10. 8. 1987, pag. 12.

(29) Per quanto riguarda i prezzi di vendita al minuto che sono esclusivamente indicativi, va sottolineato che la semplice comunicazione di prezzi indicativi effettuata dal gruppo ai suoi rivenditori non potrebbe essere considerata restrittiva della concorrenza, sempreché non sfoci su una concertazione tra rivenditori della rete e tra i rivenditori ed il gruppo Charles Jourdan.

(30) La mancanza di un obbligo del gruppo di definire e quindi di rispettare criteri di selezione per quanto riguarda la scelta dei suoi concessionari è dovuto alla volontà di costituire una rete di distribuzione integrata e solidale alla quale ciascun rivenditore, dotato delle sue capacità professionali e personali, ha scelto di aderire. L'assistenza permanente che ottiene il concessionario durante la vigenza del contratto implica una rilevante presenza dei rappresentanti del gruppo presso ciascuno di questi rivenditori. Il numero dei membri della rete di distribuzione deve dunque essere limitato. In tali condizioni il gruppo può scegliere direttamente i rivenditori che a suo parere sono maggiormente idonei a mantenere la coesione della rete.

Contratti di deposito autorizzato

(31) Le clausole cui non si applica l'articolo 85, paragrafo 1 sono anzitutto quelle che garantiscono al gruppo il controllo indispensabile al mantenimento dell'identità e della reputazione della rete simbolizzata dall'insegna interna al negozio : il depositario autorizzato deve esercitare la sua attività nella parte del negozio allestita secondo le direttive del gruppo. Inoltre deve cooperare col gruppo in materia di pubblicità e di gestione. Non ha nemmeno facoltà di acquistare o rivendere i prodotti a rivenditori diversi da quelli che sono già membri della rete di distribuzione del gruppo. Il depositario autorizzato deve infine sottoporsi ai controlli del gruppo Charles Jourdan.

Il depositario autorizzato non è soggetto all'obbligo di non concorrenza. Tuttavia, non può esporre o vendere nel suo negozio prodotti che possano svalutare l'immagine del gruppo Charles Jourdan. Egli mantiene la facoltà di commercializzare altre marche. La clausola è giustificata dalla qualità dei prodotti del gruppo Charles Jourdan, qualità che esige una presentazione adeguata. Vista la situazione di estrema concorrenza esistente nel settore, una limitazione di tale tipo non è atta a limitare il gioco della concorrenza in modo sensibile.

Il contratto si estingue di pieno diritto in caso di cessione, conferimento in gestione, controllo dell'azienda da parte di un terzo o in caso di nomina di un direttore retribuito senza il benestare espresso del gruppo Charles Jourdan che deve poter accertare le qualifiche necessarie del depositario autorizzato e evitare che i vantaggi della formula non vadano a beneficio di un terzo.

b) *Clausole cui si applica l'articolo 85, paragrafo 1*

Contratti di franchising

(32) Le clausole che realizzano una ripartizione dei mercati tra il gruppo Charles Jourdan e le sue controparti o tra le sue controparti costituiscono restrizioni della concorrenza ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 1. Trattasi :

— della clausola con la quale il gruppo conferisce al concessionario in franchising, per una zona geograficamente determinata, l'uso esclusivo dei suoi segni distintivi, e

— dell'obbligo per il concessionario in franchising di esercitare la sua attività esclusivamente nel locale indicato a tale scopo.

Invero, grazie all'effetto combinato di tali clausole, ciascun concessionario è relativamente protetto contro la concorrenza degli altri concessionari nella sua zona geografica. La tutela in questione è tuttavia limitata dal fatto che, ancorché possa esistere un unico concessionario in franchising in una zona determinata, nella medesima possono coesistere tuttavia vari depositari autorizzati e rivenditori tradizionali.

(33) I contratti di franchising possono pregiudicare il commercio tra Stati membri dal momento che costituiscono la base di una rete destinata a ricoprire tutta la Comunità e che impediscono ai concessionari di stabilirsi in un altro Stato membro.

Contratti di deposito autorizzato

(34) Il diritto esclusivo di detenere un'insegna interna nel negozio non esclude, sul territorio in questione, né i negozi affiliati, né i negozi in franchising che inoltre hanno un'insegna esterna. Tale diritto esclusivo non elimina nemmeno la presenza delle marche del gruppo Charles Jourdan nei negozi di rivendita tradizionali. Trattasi di contratti poco vincolanti per il rivenditore, che offrono su un mercato estremamente concorrenziale una tutela alquanto limitata contro la concorrenza all'interno della rete.

(35) Tenuto conto del fatto che, inoltre, il numero dei depositi autorizzati era estremamente contenuto alla data della notifica dei contratti e che tale numero, secondo il gruppo Charles Jourdan, difficilmente sarebbe aumentato in misura notevole, risulta che tali contratti non sono atti a pregiudicare gli scambi tra Stati membri né ad impedire, restringere o falsare sensibilmente il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune.

Le disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1 non sono applicabili ai contratti di deposito autorizzato.

B. Articolo 85, paragrafo 3

(36) Il regolamento (CEE) n. 1983/83 della Commissione [1] che prevede l'esenzione di categorie di accordi di distribuzione esclusiva non è applicabile ai contratti tipo di franchising in questione, la cui natura giuridica è diversa [2]. Al di là della loro natura di contratti di distribuzione, essi sono contratti con i quali il concedente si impegna a conferire al concessionario il diritto di sfruttare un negozio utilizzando una formula di distribuzione originale e atta a svilupparsi. È dunque opportuno esaminare se i contratti in questione possono beneficiare di un'esenzione individuale in applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3.

(37) I contratti tipo di franchising su cui è basata la rete di distribuzione Charles Jourdan, grazie agli effetti combinati dell'insieme delle loro disposizioni, contribuiscono a migliorare la distribuzione dei prodotti interessati ai sensi dell'articolo 85, paragrafo 3. In effetti consentono :

— al gruppo Charles Jourdan di estendere la sua rete di distribuzione senza procedere ad investimenti insediando materialmente nuove filiali che altrimenti non sarebbe forse nemmeno in grado di costituire o di costituire così rapidamente, in quanto sono i candidati concessionari in franchising che si assumono l'onere degli investimenti necessari ;

— al gruppo Charles Jourdan di porre a disposizione dei consumatori un canale di distribuzione uniforme per i metodi commerciali utilizzati e la gamma dei prodotti offerti. Tale uniformità, che consente di razionalizzare i metodi commerciali standardizzandoli ;

— al gruppo Charles Jourdan, considerati i suoi vincoli stretti e diretti con le controparti, di essere rapidamente informato, ad opera di queste ultime, delle variazioni nelle abitudini e nei gusti dei consumatori e di poterne quindi tener conto nei suoi piani previsionali di vendita e di produzione ;

— al concessionario in franchising che beneficia dell'esclusiva di un'insegna esterna nel territorio ad esso assegnato, di concentrare in tale area e sulle marche del gruppo la sua attività di vendita ;

— al concessionario in franchising di beneficiare dei vantaggi riflessi dell'immagine di marca dei prodotti, nonché del know how sperimentato e della ininterrotta assistenza del gruppo Charles Jourdan.

(38) Gli accordi in questione che sono alla base della rete di distribuzione Charles Jourdan riservano agli utenti una congrua parte dell'utile che risulta da tali miglioramenti della distribuzione :

— i consumatori possono procurarsi i prodotti della gamma del gruppo Charles Jourdan in un maggior numero di punti di vendita e di paesi ;

— il know how trasmesso e l'assistenza fornita dal gruppo alle controparti garantiscono ai consumatori una qualità elevata del servizio ;

— la presenza di rivenditori che rimangono proprietari della loro azienda è una garanzia di dinamismo commerciale e di diligenza del rivenditore.

La pressione della concorrenza esistente nel settore e la libertà dei consumatori di acquistare i prodotti dovunque all'interno della rete sono altrettanti elementi che possono indurre i concessionari a ripercuotere sui consumatori una quota ragionevole dei vantaggi dovuti alla razionalizzazione della distribuzione.

(39) I contratti tipo del gruppo Charles Jourdan inoltre non contengono restrizioni che non siano indispensabili per realizzare i miglioramenti in questione. In effetti, le clausole che garantiscono una certa esclusiva territoriale possono essere considerate nella fattispecie indispensabili poiché si può ritenere che pochi dei candidati ad ottenere la concessione in franchising verosimilmente sarebbero stati disposti ad effettuare gli investimenti necessari, a pagare un canone forfettario iniziale o un deposito di garanzia, nonché a pagare canoni proporzionali al loro fatturato per integrarsi in un tale sistema di distribuzione senza beneficiare di una certa protezione territoriale contro la concorrenza degli altri concessionari in franchising e del medesimo gruppo Charles Jourdan. È opportuno ricordare altresì che i concessionari sono completamente liberi di acquistare e di vendere tra di loro o ad altri rivenditori indipendenti della marca i prodotti in questione.

(40) Gli accordi tipo Charles Jourdan e il sistema che deriva dalla loro applicazione non sono atti a conferire alle imprese interessate la possibilità di eliminare la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi. Nei confronti dei produttori e distributori concorrenti del gruppo Charles Jourdan, la rete Charles Jourdan non può produrre effetti anticoncorrenziali orizzontali sensibili all'esterno della marca, tenuto conto della dispersione dell'offerta, sia a livello della produzione che della distribuzione.

(41) La produzione e la distribuzione delle calzature che costituisce l'attività principale del gruppo interessa soltanto una parte ridotta del mercato francese e una parte ancora più modesta del mercato comunitario. Sul sottomercato della calzatura di qualità

[1] GU n. L 173 del 30. 6. 1983, pag. 1.
[2] Vedi sentenza 28 gennaio 1986 citata al punto 26, motivazioni n. 15 e 33.

medio-alta il gruppo Charles Jourdan detiene circa il 10 % del totale della Francia e soltanto il 2 % circa del mercato comunitario. Il suo fatturato, inferiore a 1 miliardo di FF nel 1985, è relativamente modesto rispetto a quello dei suoi concorrenti europei. Inoltre il mercato delle calzature, come quello degli articoli in pelle, degli accessori o del prêt-à-porter è vivace e intensamente competitivo.

(42) I concessionari in franchising, inoltre, sono in concorrenza gli uni con gli altri visto che è loro consentito vendere a qualsiasi consumatore domiciliato all'interno o al di fuori del territorio assegnato, nonché a qualsiasi altro concessionario, depositario autorizzato o rivenditore della marca, a condizione di non operare in qualità di grossista a titolo principale. Essi sono poi assolutamente liberi di fissare i loro prezzi di vendita. Tale rete di distribuzione che raggruppa molti sistemi diversi di commercializzazione, crea una sana emulazione tra i rivenditori grazie alla quale il consumatore ha la massima scelta e dunque, nel presente caso, le migliori condizioni di acquisto.

Infine non è prevista una clausola di non concorrenza allo scadere o alla risoluzione dei contratti, cosicché qualsiasi concessionario può continuare nel proprio negozio ad esercitare la sua attività commerciale senza restrizioni, dopo aver posto termine ai suoi rapporti col gruppo.

(43) Nella fattispecie sono dunque soddisfatte tutte le condizioni di applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3.

(44) La decisione di esenzione prenderà effetto a decorrere dalla data alla quale sono state apportate le ultime modifiche ai contratti tipo, cioè il 17 dicembre 1986. L'esenzione può essere concessa per un periodo di dieci anni che nella fattispecie sembra giustificato, tenuto conto della modesta entità delle restrizioni di concorrenza derivanti da tali accordi e dal contesto del mercato in questione,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

Conformemente all'articolo 85, paragrafo 3 del trattato CEE, le disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1 sono dichiarate inapplicabili per il periodo dal 17 dicembre 1986 al 16 dicembre 1996 ai contratti tipo di distribuzione in franchising che il gruppo Charles Jourdan conclude con i suoi concessionari in franchising nella Comunità.

Articolo 2

Conformemente all'articolo 2 del regolamento n. 17, la Commissione constata che non vi è motivo di intervenire nei confronti dei contratti tipo di « deposito autorizzato » che il gruppo Charles Jourdan conclude con i suoi « depositari autorizzati » in virtù delle disposizioni dell'articolo 85, paragrafo 1 del trattato.

Articolo 3

Le seguenti imprese sono destinatarie della presente decisione:

1) Société des Chaussures Seducta Charles Jourdan et Fils, 1, boulevard Voltaire, F—26071 Romans;

2) Charles Jourdan Holding AG, Spielhof 3, CH—8750 Glarus;

3) Société Xavier Danaud, Zone Industrielle de Charnas, F—07100 Annonay.

Fatto a Bruxelles, il 2 dicembre 1988.

Per la Commissione

Peter SUTHERLAND

Membro della Commissione