II

(Actos cuja publicação não é uma condição da sua aplicabilidade)

COMISSÃO

DECISÃO DA COMISSÃO

de 2 de Dezembro de 1988

relativa a um processo de aplicação do artigo 85º do Tratado CEE (IV/31.697, Charles Jourdan)

(Apenas faz fé o texto em língua francesa)

(89/94/CEE)

A COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Económica Europeia,

Tendo em conta o Regulamento nº 17 do Conselho, de 6 de Fevereiro de 1962, primeiro regulamento de execução dos artigos 85º e 86º do Tratado [1], com a última redacção que lhe foi dada pelo Acto de Adesão de Espanha e de Portugal, e, nomeadamente, os seus artigos 6º e 8º,

Tendo em conta o pedido de certificado negativo e a notificação apresentados, em 5 de Novembro de 1985, pela Société Anonyme des Chaussures Seducta Charles Jourdan et Fils, 1 Boulevard Voltaire F 26017 Romans, pela Charles Jourdan Holding AG, Spielhof 3, CH - 8750 Glarus, e pela Société Anonyme Xavier Danaud, Zone Industrielle de Charnas, F - 07100 Annonay, relativos a uma rede de contratos-tipo de franquia de distribuição e de depósito autorizado que abrangem ou se destinam a abranger os Estados-membros,

Tendo em conta o essencial do conteúdo da notificação, publicada [2] nos termos do nº 3 do artigo 19º do Regulamento nº 17 do Conselho,

Após consulta do Comité Consultivo em Matéria de Acordos, Decisões e Práticas Concertadas e de Posições Dominantes,

Considerando :

I. OS FACTOS

A. A empresa

(1) A Charles Jourdan Holding AG, é uma sociedade de direito suíço, com sede em Spielhof 3, 8750 Glarus (Confederação Helvética), propriedade da sociedade de controlo suíça Portland Cement Werke (PCW).

A sociedade Charles Jourdan Holding AG, com as suas filiais, a seguir denominada « grupo Charles Jourdan », detém, no todo ou em parte, um grande número de sociedades em França, no resto da Comunidade e fora da Comunidade. Entre elas contam-se, nomeadamente, a Société Anonyme des Chaussures Seducta Charles Jourdan et Fils e a Société Anonyme Xavier Danaud que, com a Charles Jourdan Holding AG, notificaram os contratos objecto da presente decisão.

— A Société Anonyme des Chaussures Seducta Charles Jourdan et Fils notificou os contratos de franquia e de depósito autorizado para a marca Charles Jourdan (sapatos e malas de mão), em França.

— A Société Anonyme Xavier Danaud notificou os contratos de franquia para as marcas Xavier Danaud (sapatos e malas de mão), em França, e os contratos de depósito autorizado para a marca Xavier Danaud (sapatos e malas de mão), em França.

— A Charles Jourdan Holding AG notificou os contratos de franquia para as marcas Charles Jourdan (sapatos e malas de mão) e Xavier Danaud (sapatos e malas de mão), fora de França.

(2) O grupo Charles Jourdan fabrica e comercializa principalmente sapatos e artigos de couro (cerca de 80 % do seu volume de negócios) e malas de mão (9 % do seu volume de negócios). Comercializa também pronto-a-vestir e acessórios sob a sua marca, que integram o seu volume de negócios restante.

[1] JO nº 13 de 21. 2. 1962, p. 204/62.
[2] JO nº C 220 de 24. 8. 1988, p. 2.

Em 1984, o grupo realizou 55 % do seu volume de negócios em França, tendo vendido, nomeadamente, 1 685 000 pares de sapatos e 136 000 malas de mão. Em 1987, o grupo vendeu 1,1 milhões de pares de sapatos.

O volume de negócios realizado pelo grupo elevou-se a 896 943 000 francos franceses em 1984 e a 941 774 000 em 1985.

Em 1987, o volume de negócios elevou-se a uns 700 000 000 francos franceses. O volume de negócios realizado pela Portland Cement Werkke elevou-se a 568 000 000 francos suíços em 1985.

B. O produto e o mercado

(3) — A actividade principal do grupo consiste na produção e venda de sapatos, mais precisamente de sapatos de média e alta qualidade. Os artigos da gama média correspondem, *grosso modo*, a uma gama de preços de retalho que varia entre 400 e 700 francos franceses e os artigos de alta qualidade a mais de 700 francos franceses. Apesar de aproximativa, esta distinção permite classificar na primeira categoria os artigos com a marca Seducta e na segunda os artigos com a marca Charles Jourdan, Christian Dior e Xavier Danaud.

Uma parte da produção de sapatos (cerca de 10 %) é subcontratada. As marcas de sapatos comercializadas pelo grupo Charles Jourdan são : Charles Jourdan, Seducta, Christian Dior e Xavier Danaud.

— Outra actividade do grupo é a produção em subcontratação parcial e a venda de artigos de couro : malas de mão, mas também cintos, malas de viagem, luvas, etc.

— Os acessórios comercializados pelo grupo são geralmente produzidos em subcontratação ; é o caso, nomeadamente, dos guarda-chuvas, lenços de pescoço, óculos, perfumes, *collants*, meias, gravatas, chapéus, relógios, canetas e jóias. São desenhados e concebidos por estilistas do grupo Charles Jourdan.

— Por fim, o grupo Charles Jourdan apresenta, sob a sua marca, uma colecção de pronto-a-vestir para homem e senhora, produzida inteiramente em subcontratação.

(4) O mercado do calçado

A produção comunitária elevou-se a cerca de 1,2 mil milhões de pares em 1986, dos quais cerca de metade foram fabricados em Itália e cerca de 200 milhões em França. Relativamente a 1986, as importações comunitárias elevaram-se a 345 milhões de pares e as exportações a 260 milhões de pares. Relativamente a França, os fabricantes exportaram um quarto da sua produção, mas mais de um par de sapatos em dois (54 %), calçado em França, é importado.

O mercado comunitário, e nomeadamente o francês, encontra-se, portanto, largamente aberto às exportações e às importações.

A organização da produção é dispersa, uma vez que, por exemplo, em 423 empresas francesas, em 1982, apenas 15 empregavam mais de 500 pessoas. Estas últimas produziam, contudo, 25 % da produção total francesa, com a Eram e a GEP nas primeiras posições.

Na produção de sapatos de alta gama, os concorrentes europeus da Charles Jourdan são, nomeadamente, Bally, Kelian, Carel, Manfield, Pinet, Clergerie, Maud Frison e Céline.

Na produção de sapatos de gama média, os concorrentes europeus são, nomeadamente, Mirelli, France Arno, Salamander, Heyraud, Raoul, Dressoir.

A concorrência interna dos produtores da Comunidade (Itália e Espanha), mas também dos países terceiros (Hong Kong, Taiwan, Singapura e Coreia do Sul), é muito forte.

Estas observações aplicam-se igualmente à distribuição, em que a concorrência é viva, não só entre pontos de venda como também entre redes de distribuição.

Em França, o calçado continua a ser comercializado, na sua maior parte, por retalhistas independentes. Alguns desses retalhistas independentes agruparam-se em grupos de compras (por exemplo, Cédaf, UCF, etc.) ou trabalham em franquia (por exemplo, Eram, GEP, Labelle, Charles Jourdan).

Uma outra parte do calçado é distribuída pelas filiais de empresas, quer industriais (por exemplo, Bata, Bally, Eram, Myris, André, Charles Jourdan) quer comerciais (por exemplo, Raoul, France Arno, Manfield).

Finalmente, existe um determinado número de estabelecimentos comerciais não especializados, tais como os supermercados, as sociedades de venda por correspondência, os grandes armazéns, etc.

No que diz respeito aos artigos de couro, a dispersão dos fabricantes franceses e europeus é ainda maior, dado que a profissão inclui tanto o artesanato como a indústria. A concorrência dos países asiáticos é muito forte em relação aos produtos de qualidade média. Quanto à distribuição, encontra-se consideravelmente dispersa, entre lojas especializadas, bazares, supermercados, etc.

No que diz respeito aos artigos de couro, o grupo Charles Jourdan é o terceiro produtor francês.

(5) A parte de mercado do grupo Charles Jourdan no mercado do calçado global é de cerca de 1 % no que diz respeito à França. Essa parte é insignifi-

cante a nível comunitário.

Em contrapartida, em relação ao mercado do calçado de média e alta qualidade, pode considerar-se que o grupo detém cerca de 10 % do total francês e cerca de 2 % do conjunto desse mercado na Comunidade. Esta definição do mercado não é rigorosa, mas permite excluir os sapatos que não são fabricados à base de couro e os sapatos baratos.

No que diz respeito aos outros produtos comercializados pelo grupo, a sua quota de mercado é insignificante, tanto a nível da França como a nível comunitário.

C. A distribuição dos produtos do grupo

(6) A distribuição dos produtos do grupo Charles Jourdan responde a um certo número de exigências próprias aos produtos e ao grupo. Em primeiro lugar, é integrada por comerciantes capazes de lidar com uma clientela exigente e que dispõe de um poder de compra superior à média. Por outro lado, são estabelecidos laços privilegiados entre os retalhistas e o grupo, de modo a manter uma unidade de estilo e de comportamento para com a clientela.

(7) A rede é composta por quatro tipos de estabelecimentos comerciais:

— os estabelecimentos filiais: propriedade do grupo e por ele dirigidas, têm a insígnia Charles Jourdan ou Xavier Danaud. Constituem a « montra » das actividades do grupo; comercializam também, geralmente, todos os produtos da gama Charles Jourdan;

— os estabelecimentos franqueados: independentes do grupo, assinaram com ele um contrato de distribuição em franquia que lhes permite utilizar a insígnia Charles Jourdan ou Xavier Danaud em relação a todo o estabelecimento num território determinado;

— os depósitos autorizados: pertencem a comerciantes independentes que assinaram com o grupo um contrato de distribuição que lhes assegura uma representação das marcas Charles Jourdan ou Xavier Danaud num território determinado, em relação a uma parte delimitada do estabelecimento, encontrando-se, no entanto, estes artigos em concorrência com os de outras marcas. A insígnia da marca deve estar situada no interior do estabelecimento e não no exterior, como acontece com os estabelecimentos comerciais franqueados.

Deste compromisso mais limitado do franqueado para com o grupo, resultam diferenças a nível dos direitos e deveres de cada uma das partes. Esta fórmula de depósito autorizado, que inclui determinadas características da franquia e do comércio a retalho tradicional, tem como objectivo, quer preservar uma maior independência do depositário autorizado em relação ao grupo, a pedido do comerciante retalhista, quer testar a capacidade pessoal e profissional do depositário autorizado antes de lhe atribuir uma franquia, a pedido do próprio grupo;

— os estabelecimentos comerciais tradicionais: não têm qualquer vínculo jurídico especial com o grupo, para além dos contratos de venda de artigos da marca.

A selecção destes estabelecimentos pelo grupo Charles Jourdan é feita com base em elementos objectivos, ou seja: o estabelecimento onde se exerce a actividade, a qualidade dos produtos distribuídos e o próprio comerciante, sua competência e reputação.

D. Características essenciais dos contratos-tipo notificados

(8) *Modalidades da escolha dos franqueados e depositários autorizados pelo grupo*

Os contratos são celebrados, *intuitu personae*, em função das qualidades morais e profissionais do candidato. A cessão do contrato a terceiros não é possível sem o acordo do grupo. Qualquer gerente assalariado de um estabelecimento deve ser previamente aprovado pelo grupo.

(9) *Independência jurídica dos franqueados e depositários autorizados*

Os franqueados e depositários autorizados são proprietários, jurídica e financeiramente responsáveis pelos seus estabelecimentos comerciais, bem como pela sua decoração e apresentação.

Todavia, qualquer alteração na situação geográfica, assim como na decoração interior e exterior do estabelecimento, devem ser previamente aprovadas pelo grupo.

(10) *Território exclusivo*

Cada contrato define de modo preciso o território do franqueado ou do depositário autorizado.

O franqueado beneficia, no seu território, do direito de explorar o seu estabelecimento com a insígnia exterior de uma marca do grupo e só pode comercializar nos locais comerciais definidos no contrato.

O depositário autorizado beneficia, no seu território, do direito de explorar uma parte do seu estabelecimento com a insígnia de uma marca do grupo e só pode comercializar nos locais comerciais definidos no contrato.

Podem existir vários revendedores tradicionais e/ou depositários autorizados no território de um franqueado. Em contrapartida, não pode haver mais de um franqueado no mesmo território.

(11) *Transferência de saber-fazer comercial do grupo Charles Jourdan para os franqueados e depositários autorizados*

O franqueado recebe do grupo Charles Jourdan um saber-fazer e uma assistência contínua nos seguintes domínios :

— compras (núcleo da colecção ; encomenda tipo ; tendências ; cores e materiais na moda) : é uma informação ao retalhista sobre as últimas tendências da moda,

— fornecimento da concepção de decoração : ajuda à criação ou à renovação da decoração do estabelecimento,

— realização e manutenção das existências, informações de gestão : trata-se de uma assistência em matéria de gestão interna do estabelecimento,

— comunicação de informações quanto à venda dos produtos nas redes « filiais e franqueados » : trata-se de uma informação sobre a actividade comercial dos pontos de vendas que distribuem os mesmos produtos ;

— publicidade : é uma ajuda material, ou mediante conselhos, em matéria de política publicitária dos franqueados.

O saber-fazer assim transmitido é antes de mais de natureza comercial, apesar de abranger igualmente elementos de gestão. É substancial e permite ao comerciante beneficiar de uma vantagem evidente em relação aos seus concorrentes. É esta a razão que, para além do prestígio da marca, incita comerciantes independentes, ou susceptíveis de o serem, a celebrarem acordos deste tipo com o grupo Charles Jourdan.

O depositário autorizado recebe do grupo Charles Jourdan informações unicamente em matéria de compras e tendências da moda. Estas informações são mais reduzidas e abrangem menos domínios que na franquia. Em matéria de gestão, não é prevista qualquer assistência.

Todas estas informações fornecidas ao franqueado ou ao depositário autorizado são confidenciais.

(12) *Direito de propriedade industrial*

O grupo Charles Jourdan permanece proprietário das suas marcas registadas, bem como dos modelos, denominações comerciais, insígnias, emblemas, símbolos e outros sinais comerciais distintivos. Só o grupo pode decidir da utilização destes sinais comerciais.

(13) *Direito de controlo do grupo Charles Jourdan*

O franqueado e o depositário autorizado devem manter a sua contabilidade à disposição do grupo e enviar, todos os meses, um mapa das vendas líquidas e das quantidades vendidas relativas ao mês anterior. Devem aceitar visitas de inspecção ao seu pessoal e aos seus estabelecimentos comerciais, incluindo os armazéns. O controlo pode igualmente incidir sobre o respeito, por parte do franqueado, dos padrões de qualidade ligados ao nome e à reputação dos produtos.

(14) *Obrigações financeiras para com o grupo Charles Jourdan*

Como contrapartida do fornecimento, pelo franqueador, da concepção geral de decoração, dos planos de conjunto, da preparação das amostras de materiais, do caderno de encargos e da assistência de um decorador, o franqueado deve pagar um direito de entrada de 20 000 ou 30 000 francos franceses, segundo a marca. As despesas com a decoração e apresentação material do estabelecimento ficam a cargo do comerciante franqueado ou do depositário autorizado. No que diz respeito ao depositário autorizado, não é exigido qualquer direito de entrada, devendo somente ser efectuado um depósito de garantia.

Como contrapartida dos direitos concedidos e dos serviços que lhe são prestados, o franqueado paga igualmente ao franqueador, segundo as marcas, um direito de 1,5 % ou 2 % sobre o montante das vendas líquidas totais do estabelecimento antes da tributação. Este direito é de 1 % para os depositários autorizados e incide igualmente sobre o montante total das vendas do estabelecimento antes da tributação. Na prática, estas são constituídas, pelo menos em 50 %, pela venda dos produtos das marcas do grupo.

(15) *Cláusula de não concorrência*

No que diz respeito aos contratos de franquia, a cláusula de não concorrência proíbe ao franqueado a exploração, no território concedido, de um outro estabelecimento em franquia com outras sociedades que não as do grupo Charles Jourdan, excepto se se tratar de produtos que não apresentem, em termos de preço ou natureza, qualquer relação com os do grupo Charles Jourdan.

No estabelecimento propriamente dito, o franqueado só pode comercializar os produtos com as marcas que são objecto do contrato, bem como as outras marcas do grupo. Pode, contudo, ser autorizado pelo grupo a comercializar outros artigos de origem externa.

Relativamente aos contratos de depósito autorizado, existe uma cláusula que proíbe a exposição de produtos que, pela sua marca, denominação ou apresentação, sejam susceptíveis de depreciar a imagem de marca do grupo Charles Jourdan.

Uma vez terminados os contratos, o comerciante não fica submetido a qualquer limitação nas suas actividades futuras. No caso de venda do estabelecimento franqueado, o franqueador goza do direito de preferência, de um mês, para a eventual compra do estabelecimento comercial.

(16) *Cláusula de abastecimento*

O comerciante pode abastecer-se directamente de produtos com a marca do grupo Charles Jourdan, quer junto do próprio grupo quer junto de um esta-

belecimento filial do grupo quer junto de um outro membro da rede, seja ele franqueado ou distribuidor autorizado, quer ainda junto de um revendedor tradicional dos produtos das marcas do grupo, estabelecidos ou não no mesmo Estado-membro. De modo geral, as vendas cruzadas entre distribuidores da marca são permitidas, na condição de o franqueado ou o depositário autorizado não terem como actividade principal a de comerciante por grosso. Esta possibilidade foi concedida aos parceiros do grupo Charles Jourdan, a pedido da Comissão.

(17) *Os preços de compra*

No interior de um mesmo Estado-membro, os preços de compra são os mesmos para todos os franqueados, depositários autorizados ou retalhistas tradicionais. Apenas é susceptível de ser concedido um desconto quantitativo.

As variações de preços de compra de um Estado-membro da Comunidade para outro resultam dos custos de distribuição, trânsito, câmbio, etc., ligados às operações de exportação.

(18) *O preço de venda*

O grupo Charles Jourdan estabelece listas de preços em cada estação. Estas listas de preços são apenas indicativas e os retalhistas não são obrigados a respeitá-las. Esta liberdade concedida aos retalhistas na determinação do preço de venda foi expressamente mencionada nos contratos, a pedido da Comissão.

(19) *Duração dos contratos*

Todos os contratos são celebrados com uma duração inicial de cinco anos.

(20) *Rescisão dos contratos*

O grupo Charles Jourdan pode rescindir o contrato de franquia ou de depósito autorizado em caso de administração judicial ou de liquidação do património do comerciante, em caso de transferência geográfica ou de alterações do estabelecimento ou ainda em caso da insuficiência de vendas. Em caso de violação de uma das cláusulas dos contratos, o grupo Charles Jourdan ou o seu parceiro, franqueado ou depositário autorizado, podem rescindir o contrato.

(21) *Efeitos da rescisão ou do fim do contrato*

O franqueado ou o depositário autorizado não sofrem qualquer restrição no exercício das suas actividades futuras. Podem continuar a distribuir produtos semelhantes ou concorrentes na mesma zona geográfica e no mesmo estabelecimento.

São apenas obrigados a retirar quaisquer insígnias e suportes publicitários dos seus estabelecimentos, alterar a decoração e apresentação ligada às actividades de franquia ou de depósito autorizado e devolver ao grupo Charles Jourdan os impressos, etiquetas, materiais de embalagem, etc., com as marcas registadas, com excepção dos fornecimentos necessários ao escoamento das mercadorias em armazém.

(22) *Observação dos terceiros*

Na sequência da publicação efectuada nos termos do nº 3 do artigo 19º do Regulamento nº 17 não foram apresentadas observações à Comissão.

II. APRECIAÇÃO JURÍDICA

A. Nº 1 do artigo 85º

(23) Mediante os contratos-tipo de distribuição notificados, o grupo Charles Jourdan,

— por um lado, concede aos seus franqueados e depositários autorizados, num território delimitado pelo contrato, o direito exclusivo de utilizar, num estabelecimento de venda a retalho, os seus sinais distintivos (insígnias, marca, nome comercial), bem como os seus desenhos e modelos para a venda. Daí resulta uma apresentação uniforme dos produtos comercializados no âmbito da rede. Este direito exclusivo diz respeito à insígnia no exterior do estabelecimento para os franqueados e à insígnia no interior do estabelecimento para os depositários autorizados;

— por outro lado, transfere para os franqueados e depositários autorizados um saber-fazer constituído por um conjunto de conhecimentos comerciais e de gestão previamente experimentados pelo próprio Charles Jourdan e não divulgados a terceiros, bem como uma assistência contínua. O saber-fazer técnico e comercial é actualizado em função dos resultados da experiência adquirida pelo grupo Charles Jourdan.

(24) O grupo Charles Jourdan desenvolve uma rede de venda coerente e eficaz, sem investimentos maciços, ao mesmo tempo que mantém um controlo da actividade dos pontos de venda.

No que respeita ao retalhista franqueado, esta fórmula permite-lhe, se não tiver experiência na distribuição dos artigos da marca, beneficiar do saber-fazer do franqueador e, se a tiver, para além desta vantagem, concentrar todos os seus esforços na comercialização dos produtos do grupo Charles Jourdan, cuja reputação, por si só, lhe garante uma clientela. No que respeita ao retalhista depositário autorizado, a fórmula permite-lhe beneficiar do saber-fazer do grupo e da reputação das marcas do grupo Charles Jourdan, ao mesmo tempo que conserva uma grande autonomia comercial graças à distribuição de marcas concorrentes no seu estabelecimento.

(25) Os acordos-tipo de franquia ou de depósito autorizado, que o grupo Charles Jourdan assinou ou tem intenção de assinar com os seus franqueados ou depositários autorizados, constituem acordos entre empresas, na acepção do artigo 85º, permanecendo o grupo Charles Jourdan e cada um dos seus parceiros empresas independentes.

a. *Cláusulas não abrangidas pelo nº 1 do artigo 85º*

Contratos de franquia

(26) O Tribunal de Justiça, no acórdão Pronuptia (1), e a Comissão, nas decisões Pronuptia (2), Yves Rocher (3) e Computerland (4), decidiram que não constituem restrições de concorrência, na acepção do nº 1 do artigo 85º, as cláusulas indispensáveis para impedir que o saber-fazer transmitido e a assistência dada pelo franqueador beneficie os concorrentes, bem como as que organizam o controlo indispensável à preservação da identidade e da reputação da rede simbolizada pela insígnia.

(27) As cláusulas indispensáveis para impedir que o saber-fazer transmitido beneficie os concorrentes são as seguintes:

— a cláusula de não concorrência, durante o período de vigência de contrato, proíbe ao franqueado a exploração de uma outra actividade comercial em franquia, no território concedido, salvo em caso de venda de produtos sem qualquer relação com produtos do grupo Charles Jourdan. Esta cláusula justifica-se, em relação ao franqueado, pelo facto de o saber-fazer fornecido poder ser facilmente utilizado a favor de outros produtos e de outras marcas no âmbito de um outro sistema de franquia. Não existe qualquer cláusula de não concorrência após o termo do contrato.

Uma tal cláusula de não concorrência não se justificaria, por um lado, porque o saber-fazer transmitido contém um elemento importante de técnicas comerciais gerais e, por outro lado, porque este sistema de franquia se dirige, em primeiro lugar, a comerciantes que já tinham uma experiência na distribuição de calçado;

— a proibição imposta ao franqueado de ceder o seu contrato de franquia, de subarrendar o seu estabelecimento, de atribuir uma subfranquia, de delegar os seus poderes numa gerência ou de nomear um director assalariado, sem autorização expressa do grupo Charles Jourdan, permite ao grupo Charles Jourdan assegurar-se de que o franqueado possui as qualidades profissionais necessárias ao exercício das suas funções, mas também que pessoas estranhas à rede Charles Jourdan não beneficiem das vantagens inerentes ao sistema de distribuição aqui examinado.

(28) As cláusulas que organizam o controlo indispensável à preservação da identidade e da reputação da rede, simbolizada pela insígnia, são as seguintes:

— obrigação por parte do franqueado de exercer a sua actividade comercial num local decorado e apresentado de acordo com as indicações e conselhos do grupo, o que permite assegurar a coerência e homogeneidade comercial e a reputação dos pontos de venda da rede do grupo Charles Jourdan;

— obrigação por parte do franqueado de cooperar com o grupo Charles Jourdan. Esta obrigação visa principalmente a publicidade, que deve ser feita com o acordo do grupo Charles Jourdan, de modo a manter a imagem de marca do grupo e a qualidade da gestão do ponto de venda, a fim de evitar que uma má gestão prejudique os interesses das marcas representadas;

— proibição do franqueado revender os produtos do grupo Charles Jourdan a outros comerciantes que não os franqueados, depositários autorizados ou retalhistas abastecidos pelo grupo. Esta cláusula destina-se a manter a unidade da rede e a ligação, para o consumidor, entre os produtos do grupo Charles Jourdan e os seus locais de venda;

— obrigação por parte do franqueado, salvo com autorização do grupo e tendo em conta a natureza dos produtos em causa neste caso (artigos de moda), e com o objectivo de preservar a homogeneidade da imagem de marca, de encomendar os artigos que constituem o objecto essencial da franquia unicamente ao grupo Charles Jourdan ou aos fornecedores por este indicados. Convém precisar que o franqueado pode comprar os artigos em causa a qualquer franqueado, depositário autorizado ou retalhista tradicional que faça parte da rede Charles Jourdan;

— obrigação por parte do franqueado de se submeter ao controlo do grupo Charles Jourdan. Este direito de controlo do grupo sobre a gestão dos seus retalhistas constitui uma contrapartida das responsabilidades delegadas pelo grupo Charles Jourdan nos seus parceiros.

(1) Acórdão de 28. 1. 1986 — Processo 161/84 — *Colectânea de Jurisprudência do Tribunal* 1986, p. 353.
(2) JO nº L 13 de 15. 1. 1987, p. 39.
(3) JO nº L 8 de 10. 1. 1987, p. 49.
(4) JO nº L 222 de 10. 8. 1987, p. 12.

(29) No que diz respeito aos preços de venda a retalho que são apenas indicativos, convém salientar que a simples comunicação feita pelo grupo aos seus ratalhistas não pode ser considerada como uma restrição de concorrência, desde que não conduza a uma concertação entre retalhistas da rede e entre retalhistas e o grupo Charles Jourdan.

(30) A ausência de uma obrigação, por parte do grupo, de definir e seguidamente respeitar os critérios de selecção quanto à escolha dos seus franqueados está ligada à vontade de estabelecer uma rede de distribuição integrada e solidária, à qual cada comerciante, com as suas capacidades profissionais e pessoais próprias, decidè aderir.

A assistência contínua recebida pelo franqueado durante a vigência do contrato implica uma presença importante dos representantes do grupo junto de cada um desses comerciantes. Os membros da rede de distribuição devem, portanto, ser em número limitado. Nessas condições, o grupo pode escolher, por si mesmo, os comerciantes que lhe parecem mais aptos a manter a coesão da rede.

Contratos de depósito autorizado

(31) As cláusulas não abrangidas pelo nº 1 do artigo 85º são, antes de mais, as que asseguram ao grupo o controlo indispensável à preservação da identidade e da reputação da rede simbolizada pela insígnia interior no estabelecimento : o depositário autorizado deve exercer a sua actividade na parte do estabelecimento decorado e apresentado segundo as directivas do grupo.

Deve igualmente cooperar com o grupo em matéria de publicidade e de gestão. Também não pode comprar ou revender a mercadoria a outros comerciantes que não sejam membros da rede de distribuição do grupo. O depositário autorizado deve, por fim, submeter-se aos controlos do grupo Charles Jourdan.

O depositário autorizado não está submetido a uma obrigação de não concorrência. Contudo, não pode expor ou vender no seu estabelecimento produtos susceptíveis de depreciarem a imagem de marca do grupo Charles Jourdan. É livre de comercializar outras marcas. Esta cláusula justifica-se pela qualidade dos produtos do grupo Charles Jourdan, que necessita de uma apresentação adequada. Tendo em conta a situação de grande concorrência no sector, tal limitação não é susceptível de restringir o jogo da concorrência de uma forma considerável.

O contrato termina automaticamente em caso de cessão, delegação num gerente, controlo do estabelecimento comercial por um terceiro ou em caso de nomeação de um director assalariado, sem a autorização expressa do grupo Charles Jourdan, que lhe permite assegurar-se das qualificações necessárias do depositário autorizado e de que as vantagens da fórmula não beneficiam um terceiro.

b. *Cláusulas abrangidas pelo nº 1 do artigo 85º*

Contratos de franquia

(32) As cláusulas que realizam uma partilha dos mercados entre o grupo Charles Jourdan e os seus parceiros, ou entre os próprios parceiros, constituem restrições da concorrência na acepção do nº 1 do artigo 85º. É o caso :

— da cláusula pela qual o grupo possibilita ao franqueado, em relação a uma determinada zona geográfica, o uso exclusivo dos seus sinais distintivos, e

— da obrigação, por parte do franqueado, de exercer a sua actividade unicamente no local previsto para esse efeito.

Com efeito, pelo jogo combinado destas cláusulas, cada franqueado fica relativamente protegido contra a concorrência dos outros franqueados na sua zona geográfica. Esta protecção é no entanto limitada pelo facto de, apesar de só poder existir um franqueado numa determinada zona, poderem existir vários depositários autorizados, e retalhistas tradicionais nessa mesma zona.

(33) Os contratos de franquia são susceptíveis de afectar o comércio entre Estados-membros, dado que constituem a base de uma rede que se estenderá por toda a Comunidade e que os franqueados estão impedidos de se estabelecer noutro Estado-membro.

Contratos de depósito autorizado

(34) O direito exclusivo de possuir uma insígnia no interior do estabelecimento não exclui, no território, nem os estabelecimentos filiais, nem os estabelecimentos franqueados, que têm, além disso, uma insígnia exterior. Este direito exclusivo também não exclui a presença das marcas do grupo Charles Jourdan nos estabelecimentos retalhistas tradicionais. Trata-se de contratos pouco coercivos para o retalhista, que oferecem, num mercado muito concorrencial, uma protecção muito limitada contra a concorrência no interior da rede.

(35) Tendo em conta que, além disso, o número de depósitos autorizados era muito limitado à data da notificação dos contratos, não se prevendo, segundo o grupo Charles Jourdan, um aumento considerável, afigura-se que estes contratos não são susceptíveis de afectar o comércio entre os Estados-membros, nem de impedir, restringir ou falsear sensivelmente o jogo da concorrência no mercado comum. As disposições do nº 1 do artigo 85º não se aplicam aos contratos de depósito autorizado.

B. Nº 3 do artigo 85º

(36) O Regulamento (CEE) nº 1983/83 da Comissão [1], que estabelece uma isenção por categoria dos acordos de exclusividade, não é aplicável aos contratos-tipo de franquia em causa, de natureza jurídica diferente [2]. Constituem, para além da sua natureza de contratos de distribuição, contratos pelos quais o franqueador se obriga a conceder o direito de exploração de um comércio com vista à aplicação pelo franqueado de uma fórmula de distribuição original e evolutiva. É, portanto, necessário examinar se os contratos em causa podem beneficiar de uma isenção individual nos termos do nº 3 do artigo 85º

(37) Os contratos-tipo de franquia que regulam a rede de distribuição Charles Jourdan contribuem, pelo jogo combinado do conjunto das suas disposições, para melhorar a distribuição dos produtos em causa na acepção do nº 3 do artigo 85º Com efeito, permitem :

— ao grupo Charles Jourdan, alargar a sua rede de distribuição sem proceder a investimentos na instalação material de novas filiais, que de outro modo talvez não conseguisse realizar, ou pelo menos tão rapidamente, pois são os candidatos franqueados que tomam a seu cargo os investimentos necessários,

— ao grupo Charles Jourdan, pôr à disposição dos consumidores um canal de distribuição uniforme quanto aos métodos comerciais utilizados e à gama dos produtos oferecidos. Esta uniformidade permite racionalizar os métodos comerciais normalizando-os,

— ao grupo Charles Jourdan, tendo em conta as ligações estreitas e directas que mantém com os seus parceiros, ser por estes rapidamente informado das variações nos hábitos e preferências dos consumidores, podendo tomá-las em consideração nos seus planos previsionais de venda e de produção,

— ao franqueado, que goza da exclusividade de uma insígnia exterior no território concedido, concentrar os seus esforços de venda nesse território e nas marcas do grupo,

— ao franqueado, beneficiar das consequências comerciais da imagem de marca dos produtos, bem como do saber-fazer experimentado e da assistência contínua do grupo Charles Jourdan.

(38) Os acordos em causa, que regulam a rede de distribuição Charles Jourdan, reservam aos utilizadores uma parte equitativa do lucro, resultante desta melhoria da distribuição :

— os consumidores podem adquirir os produtos da gama do grupo Charles Jourdan num maior número de pontos de venda e de países,

— o saber-fazer transmitido e a assistência prestada pelo grupo aos seus parceiros asseguram aos consumidores um serviço de alta qualidade,

— a presença de retalhistas, que permanecem proprietários dos seus estabelecimentos, é uma garantia de dinamismo comercial e de empenhamento do comerciante.

A pressão da concorrência existente no sector e a liberdade dos consumidores de comprarem os produtos em qualquer lugar, no interior da rede, são elementos susceptíveis de levarem os franqueados a repercutir nos consumidores uma parte razoável das vantagens que decorrem da racionalização da distribuição.

(39) Por outro lado, o contrato-tipo do grupo Charles Jourdan não contém restrições que não sejam indispensáveis para atingir a melhoria acima referida. Com efeito, as cláusulas restritivas, que asseguram uma certa exclusividade territorial, podem ser consideradas, neste caso, como indispensáveis, pois pode pensar-se que poucos candidatos franqueados estariam, ao que parece, prontos a realizar os investimentos necessários, a pagar um direito fixo inicial ou um depósito de garantia e a pagar direitos proporcionais aos seus volumes de negócios para se integrarem num tal sistema de distribuição sem beneficiarem de uma certa protecção territorial contra a concorrência dos outros franqueados e do próprio grupo Charles Jourdan. Convém recordar, por outro lado, que os franqueados são inteiramente livres de comprar ou de vender entre eles ou a outros retalhistas independentes da marca os produtos em causa.

(40) Os acordos-tipo Charles Jourdan e o sistema resultante da sua aplicação não são de natureza a dar às empresas interessadas a possibilidade de eliminarem a concorrência relativamente a uma parte substancial dos produtos em causa. Em relação aos produtores e distribuidores concorrentes do grupo Charles Jourdan, a rede Charles Jourdan não pode produzir efeitos anticoncorrenciais horizontais consideráveis fora da marca, tendo em conta a dispersão da oferta, tanto ao nível da produção como da distribuição.

(41) A produção e a distribuição de sapatos, que constitui a principal actividade do grupo, abrangem apenas uma parte modesta do mercado francês e uma parte ainda mais reduzida do mercado comunitário. No submercado do calçado de média e alta qualidade, o grupo Charles Jourdan detém cerca de 10 % do total francês e apenas cerca de 2 % do

[1] JO nº L 173 de 30. 6. 1983, p. 1.
[2] Pontos 15 e 33 dos fundamentos do acórdão já referido (Processo 161-84, Pronuptia)

mercado comunitário. O seu volume de negócios, inferior a mil milhões de francos franceses em 1985, é relativamente modesto em relação ao dos seus concorrentes europeus. Além disso, o mercado do calçado, tal como o dos artigos de couro, dos acessórios ou do pronto-a-vestir, é um mercado dinâmico e muito concorrencial.

(42) Além disso, os franqueados encontram-se em concorrência entre si, pois é-lhes permitido vender a qualquer consumidor residente dentro ou fora do território concedido, bem como a qualquer franqueado, depositário autorizado ou retalhista da marca, na condição de não exercer, a título principal, a actividade de grossista. Para além disso, têm inteira liberdade para fixar os seus preços de venda. Esta rede de distribuição, que agrupa vários sistemas diferentes de comercialização, cria um estímulo sadio entre retalhistas, que possibilita ao consumidor uma maior escolha e, portanto, neste caso, as melhores condições de compra.

Por fim, não existe uma cláusula de não concorrência após cessação ou rescisão dos contratos, o que permite a qualquer franqueado prosseguir no seu próprio estabelecimento o exercício da sua actividade comercial, sem qualquer restrição, após terminadas as suas relações com o grupo.

(43) Todas as condições de aplicação do nº 3 do artigo 85º estão, portanto, preenchidas neste caso.

(44) A decisão de isenção produzirá efeitos a partir da data em que as primeiras alterações aos contratos-tipo foram efectuadas, ou seja, em 17 de Dezembro de 1986. Esta isenção pode ser concedida por um período de dez anos. Este período parece, neste caso, justificar-se, tendo em conta a fraca restrição da concorrência resultante destes acordos e o contexto concorrencial em causa,

ADOPTOU A PRESENTE DECISÃO:

Artigo 1º

Nos termos do nº 3 do artigo 85º do Tratado CEE, o disposto no nº 1 do artigo 85º é declarado inaplicável, no período compreendido entre 17 de Dezembro de 1986 e 16 de Dezembro de 1996, aos contratos-tipo de franquia de distribuição que o grupo Charles Jourdan celebra com os seus franqueados na Comunidade.

Artigo 2º

Nos termos do artigo 2º do Regulamento nº 17, a Comissão declara verificada a desnecessidade de intervir no que diz respeito aos contratos-tipo de « depósito autorizado » que o grupo Charles Jourdan celebra com os seus « depositários autorizados », nos termos do nº 1 do artigo 85º do Tratado.

Artigo 3º

São destinatários da presente decisão:

1. La 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. La Société Xavier Danaud, zone industrielle de Charnas, F-07100 Annonay.

Feito em Bruxelas, em 2 de Dezembro de 1988.

Pela Comissão

Peter SUTHERLAND

Membro da Comissão