

# Franšízové smlouvy v soutěžním právu Evropské unie

Tomáš Fiala

## I. Úvod

*Soutěžní právo Evropské unie se vztahuje na všechny společnosti podnikající na jednotném evropském trhu, od nejmenších firem až po největší multinationální společnosti. Proto je jistá míra znalostí tohoto práva v zájmu všech podniků, včetně českých firem obchodujících s partnery ze členských států EU.*

*Cílem tohoto článku je nastínit základní principy soutěžní politiky Evropské unie ve vztahu k distribučním, franšízovým smlouvám.*

## II. K pojmu „franšízová dohoda“

Franšízové dohody jsou relativně novou formou distribuce, jejíž význam za posledních několik let výrazně stoupl. Jako dohody o franšize jsou obvykle označovány ujednání, ve kterých vlastník ochranné známky, obchodního jména, know – how, případně dalších práv průmyslového a duševního vlastnictví využívaných při prodeji zboží nebo poskytování služeb, tj. vlastník franšizy, poskytne druhé straně, uživateli franšizy, licenci na využití tohoto souboru práv průmyslového a duševního vlastnictví. Uživatel franšizy zůstává nezávislým podnikem nesoucím vlastní podnikatelské riziko, přičemž má povinnost platit vlastníku franšizy poplatky za její využívání.

Dohody o franšize obvykle zlepšují distribuci zboží a/nebo poskytování služeb, protože umožňují vlastníkům franšizy založit s omezenými investicemi jednotnou obchodní síť, což může pomoci novým soutěžitelům, zvláště pak

malým a středním podnikům, při vstupu na trh. Uživatelům franšizy umožňují franšízové dohody zakládat vlastní prodejny rychleji a s větší nadějí na úspěch, než kdyby tak museli činit bez zkušeností a pomoci vlastníka franšizy.

Dohody o franšize také zpravidla poskytují spotřebitelům přiměřený podíl na výsledných výhodách, neboť spojují výhody jednotné sítě s existencí podnikatelů osobně zainteresovaných na efektivním fungování jejich firem. Stejnorodost sítě prodejen a trvalá spolupráce mezi vlastníkem franšizy a uživatelem franšizy zajišťuje stabilní kvalitu výrobků a služeb.

Obecně lze rozlišit čtyři druhy franšízových dohod:

- *Průmyslová franšíza*; Uživatel franšizy vyrábí zboží podle specifikací daných vlastníkem franšizy a prodává toto zboží pod jeho ochrannou známkou (např. Coca-Cola).
- *Distribuční franšíza*; Uživatel franšizy prodává určité výrobky v prodejních prostorách nesoucích obchodní jméno vlastníka franšizy a v souladu s jeho zavedenými obchodními metodami (např. luxusní kosmetika)
- *Franšíza na poskytování služeb*; Uživatel franšizy provozuje určité služby pod obchodním jménem vlastníka franšizy a v souladu s jeho zavedeným stylem (např. hotelové sítě nebo Mc Donald's).
- *Velkoobchodní franšíza*; Uživatel franšizy distribuuje určité výrobky pouze maloobchodníkům a nikoliv konečným uživatelům.

## III. Franšízová dohoda a čl. 85 Smlouvy o EHS

Vztah mezi čl. 85 odst. 1 Smlouvy o EHS<sup>1</sup> (dále jen Smlouva) a franšízovou dohodou byl poprvé formulován v rozhodnutí Soudního dvora ve věci *Pronuptia de Paris v Schillgalis*.<sup>2</sup> Soudní dvůr zde rozhodoval o předběžné otázce vznesené podle čl. 177 Smlouvy německým soudem. Tento soud rozhodoval spor mezi paní Schillgalis, uživatelkou franšizy pro prodej svatebních

<sup>1</sup>Článek 85 odst. 1 Smlouvy zakazuje dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a veškeré vzájemně sladěné praktiky mezi podniky, které mohou ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejichž cílem nebo výsledkem je vyloučit, omezit nebo zkeslit soutěž na společném trhu.

<sup>2</sup>Rozhodnutí Soudního dvora z 28. ledna 1986, ECR 1986, str. 353

šatů a doplňků v oblastech Hamburku, Oldenburku a Hannoveru, a podnikem Pronuptia, vlastníkem franšízy. Paní Schillgalis se snažila vyhnout povinnosti placení poplatků za využívání franšízy poukazem na neplatnost franšízové smlouvy z důvodu jejího rozporu s čl. 85 odst. 1 Smlouvy.

Soudní dvůr ve svém rozhodnutí judikoval, že franšízová dohoda jako taková není omezením soutěže a uznal, že závazky obsažené v dohodě, jejichž cílem je podpora základních rysů franšízové dohody nespádají pod ustanovení čl. 85 odst. 1 Smlouvy. Nicméně, v témže rozhodnutí Soudní dvůr stanovil, že určité klauzule, které mohou vést k rozdělení trhů nebo omezení svobody při určování prodejních cen, spadají do rámce čl. 85 odst. 1 Smlouvy a mohou být považovány za platné pouze na základě individuální výjimky udělené podle čl. 85 odst. 3 Smlouvy.

## 1. Klauzule nespádající do rámce čl. 85 odst. 1 Smlouvy

Soudní dvůr ve svém rozhodnutí shledal dvě základní podmínky pro efektivní fungování franšízového distribučního systému. Prvním předpokladem je schopnost vlastníka franšízy poskytnout uživateli franšízy know – how a nezbytnou součinnost umožňující řádné využití franšízy, aniž by vlastník franšízy riskoval, že z know – how a poskytnuté pomoci mohou profitovat jeho konkurenti. Za druhé, vlastník franšízy musí být schopen přijmout opatření nezbytná k zachování identity a pověsti franšízové sítě. Klauzule, které vedou k naplnění těchto znaků nejsou zakázány článkem 85 odst. 1 Smlouvy.

### *i) Ochrana know – how a poskytované pomoci*

Podle rozhodnutí Soudního dvora nebude čl. 85 odst. 1 Smlouvy porušen, jestliže je uživateli franšízy zakázáno otevřít obchod stejného nebo podobného charakteru v oblasti, kde může konkurovat jinému členu distribuční sítě. Tento závazek může být prodloužen i po přiměřenou dobu po vypršení smlouvy.<sup>3</sup> Uživateli franšízy může být rovněž zakázáno převedení svého obchodu na třetí stranu bez předchozího souhlasu vlastníka franšízy.

<sup>3</sup>Vždy se bude jednat o dobu, která je pro nového uživatele franšízy nezbytně nutná k zahájení činnosti a získání dobrého jména. Např. v případě *Computerland* se jednalo o 1 rok v okruhu 10 km od prodejny.

### *ii) Ochrana pověsti distribuční sítě*

Závazky uživatele franšízy aplikovat obchodní metody a know – how vlastníka franšízy, zařídit a upravit prodejní prostory podle specifikací daných majitelem franšízy jsou ospravedlněny potřebou ochrany pověsti distribuční sítě a jsou vyjmuty z dosahu čl. 85 odst. 1 Smlouvy.

## 2. Klauzule zakázané čl. 85 odst. 1 Smlouvy

### *i) Exkluzivita*

Franšízové dohody zpravidla obsahují klauzule poskytující uživateli franšízy ochranu před konkurencí ostatních členů distribuční sítě. Vlastník franšízy se může např. zavázat nepůsobit v oblasti, která byla smluvně přidělena uživateli franšízy nebo pro toto smluvní území nepřidělovat další franšízu. Uživatel franšízy navíc může být zavázán působit pouze na vyhrazeném smluvním území. Podle Soudního dvora je sice ze strany vlastníka franšízy nebo uživatele franšízy oprávněné požadovat určitou míru ochrany před konkurencí, ale tato otázka musí být posuzována výhradně na základě článku 85 odst. 3 Smlouvy.

### *ii) Cenová omezení*

Konkurenceschopnost distributora vždy závisí na možnosti uplatňovat vlastní cenovou politiku. V důsledku toho jsou porušením čl. 85 odst. 1 Smlouvy jakékoliv přímé nebo nepřímé zásahy do volnosti uživatele franšízy určovat vlastní prodejní ceny. Jako příklad zásahů do cenové politiky lze uvést situaci, kdy uživatel franšízy sice může stanovit vlastní prodejní cenu, ale před každou její změnou je povinen získat povolení vlastníka franšízy.

Na druhé straně pouhé doporučení prodejních cen ze strany vlastníka franšízy není považováno za zakázané čl. 85 odst. 1 Smlouvy za předpokladu, že zde neexistuje dohoda nebo alespoň sladěné praktiky zavazující uživatele franšízy dodržovat tato doporučení.

## IV. Blokovaná výjimka pro kategorie dohod o franšíze

Následně po rozhodnutí Soudního dvora v případě *Pronuptia* přijala Komise EU (dále jen Komise) řadu rozhodnutí,<sup>4</sup> v nichž rozpracovávala základní principy stanovené Soudním dvorem. Tato rozhodovací činnost Komise vyvrcholila v listopadu 1988 vydáním Nařízení Komise č. 4087/88 o aplikaci článku 85 odst. 3 Smlouvy na kategorie dohod o franšíze (dále jen nařízení).<sup>5</sup>

Nařízení obsahuje blokovanou výjimku pro distribuční franšizu a franšizu pro poskytování služeb. Nařízení je rovněž možné aplikovat na případy, kdy vztah mezi vlastníkem franšízy a uživateli franšízy je realizován prostřednictvím třetího podniku – hlavního uživatele franšízy (master franchisee). Na druhé straně však nařízení není možné aplikovat na dohody o průmyslové franšíze, neboť tyto dohody mají dle názoru Komise jiný charakter a ovlivňují vztahy mezi výrobcí navzájem. Z důvodu nedostatku zkušeností Komise se nařízení nevztahuje ani na velkoobchodní dohody o franšíze.

### 1. Článek 1: Rozsah platnosti nařízení

Nařízení lze aplikovat na dohody, ve kterých jsou stranami pouze dva podniky a v rámci kterých jedna strana, vlastník franšízy, poskytne druhé straně, uživateli franšízy, výměnou za přímou nebo nepřímou finanční úhradu právo využívat franšizu pro účely odbytu určitých typů zboží a/nebo služeb, přičemž dohoda musí obsahovat alespoň závazky vztahující se na:

- užívání společného označení nebo názvu obchodu a jednotnou prezentaci smluvních provozoven a/nebo dopravních prostředků,
- zprostředkování know – how vlastníkem franšízy jejímu uživateli,
- průběžné poskytování obchodní nebo technické pomoci uživateli franšízy ze strany vlastníka franšízy.

<sup>4</sup>Např. rozhodnutí Komise v případech *Yves Rocher* – OJ (1988) L 8/49, *Computerland* – OJ (1987) L 222/12 nebo *Charles Jourdan* – OJ (1989) L 35/31.

<sup>5</sup>Official Journal of the European Communities, L 359, 28. 12. 1988

### i) Franšiza

Franšiza je v nařízení definována jako soubor práv průmyslového a duševního vlastnictví, vztahující se na ochranné známky, obchodní jména, názvy obchodů, užitné vzory, průmyslové vzory, copyright, know – how a patenty, které mají být využívány při prodeji zboží nebo poskytování služeb konečným uživatelům.

### ii) Přímá nebo nepřímá finanční úhrada

Ve svých rozhodnutích Komise vždy zdůrazňovala závazek uživatele franšízy platit poplatky za užívací právo k franšíze. Právě finanční úhrada je jedním z podstatných rysů, který odlišuje dohody o franšíze od ostatních distribučních ujednání.

Např. v případě *Pronuptia* sestávala finanční úhrada z jednorázového poplatku vypočítaného podle počtu obyvatel daného smluvního území a z pravidelných měsíčních poplatků ve výši 4–5% z celkového obrátu prodeje daného zboží.

### iii) Společné označení nebo název obchodu a jednotná prezentace prodejních prostor

Tento závazek rovněž tvoří jednu ze základních charakteristik franšízových distribučních dohod. Nicméně, je nutné poznamenat, že nařízení současně stanoví uživateli franšízy povinnost jasně označit svůj statut jako nezávislý podnik.<sup>6</sup>

### iv) Zprostředkování know – how

Podle nařízení musí zprostředkované know – how tvořit soubor nepatentovaných praktických informací vyplývajících z praxe a testování vlastníka franšízy, který je důvěrný, podstatný a identifikovatelný.

<sup>6</sup>Např. v případě *Computerland* byl uživatel franšízy povinen na vývesním štítu uvést, že se jedná o samostatně provozovaný obchod na základě franšízy poskytnuté podnikem *Computerland*.

- *Důvěrný* znamená, že know – how, jako soubor nebo jako přesné složení a seřazení jednotlivých částí není všeobecně známé nebo není snadno dosažitelné.
- *Podstatný* znamená, že know – how obsahuje informace, které jsou důležité pro prodej zboží nebo poskytování služeb konečným uživatelům a zvláště pro prezentaci prodávaného zboží, zpracování zboží v souvislosti s poskytováním služeb, metodami jednání se zákazníky a administrativním a finančním řízením.
- *Identifikovatelný* znamená, že know – how musí být popsáno dostatečně srozumitelně, aby bylo možno ověřit, zda splňuje kritérium důvěrnosti a podstatnosti, popis know – how může být součástí dohody o franšíze nebo samostatné dohody nebo může být zaznamenáno jinou vhodnou formou.<sup>7</sup>

#### v) Průběžné poskytování obchodní a technické pomoci

Jako příklady pomoci poskytované vlastníkem franšízy jejímu uživateli lze uvést pomoc při výběru vhodné lokality a prodejních prostor, poskytování pravidelných školení, pomoc při propagaci nebo při analýzách trhu.

## 2. Článek 2 a): Povolená omezení soutěže na straně vlastníka franšízy (Bílé klauzule)

Vlastník franšízy se může zavázat, že na smluvním území:

- neposkytne právo využívat franšízu třetím stranám,
- nebude využívat franšízu sám,
- nebude zásobovat třetí strany zbožím vyrobeným jím samotným nebo zbožím, které bylo vyrobeno podle jeho instrukcí a/nebo, které nese jeho jméno nebo ochrannou známku.

<sup>7</sup>Kromě psaných dokumentů si lze představit i zaznamenání know – how např. pomocí videa.

## 3. Článek 2 c), d): Povolená omezení soutěže na straně uživatele franšízy (Bílé klauzule)

### i) Smluvní provozovny

Uživatel franšízy může být smluvně zavázán využívat franšízy pouze ve smluvní provozovně. Smluvní provozovna je v této souvislosti definována jako prostory užívané pro využívání franšízy nebo je-li franšíza využívána mimo tyto prostory, základna, ze které uživatel franšízy provozuje dopravní prostředek, užívaný k využívání franšízy.

### ii) Omezení aktivního prodeje

Uživatel franšízy se může v dohodě zavázat nevyhledávat mimo smluvní území zákazníky pro zboží nebo služby, které jsou předmětem franšízy. Pasivní prodej, tj. prodej mimo určené území, který je pouhou odpovědí na neuspokojenou poptávku na tomto území, však nesmí být omezován.

### iii) Protisoutěžní klauzule

Uživatel franšízy může být ve smlouvě zavázán nevyrábět, neprodávat ani neužívat během poskytování služeb zboží konkurující se zbožím, které je předmětem franšízy. Přestože se jedná o zjevné omezení soutěže je tento závazek opodstatněný, neboť zaručuje vlastníkově franšízy, že jeho know – how bude využíváno pouze k prodeji jeho zboží.

Tento závazek však nemůže být rozšířen na náhradní díly nebo na příslušenství k tomuto zboží.

## 4. Článek 3: Doplňkové závazky (Šedé klauzule)

Nařízení uvádí v čl. 3 demonstračním výčtem klauzule, které obecně nenarušují soutěž a v nařízení jsou výslovně uvedeny z důvodu zajištění právní jistoty podniků. Nařízení obsahuje následující dvě kategorie těchto klauzulí:

*i) Článek 3.1: Klausule nezbytné pro ochranu práv duševního a průmyslového vlastnictví*

Za omezení soutěže nebudou považovány následující závazky nabyvatele franšízy, pokud jsou nezbytné k ochraně práv průmyslového a duševního vlastnictví vlastníka franšízy nebo k zachování společné identity a pověsti franšízové sítě:

- prodávat nebo užívat při poskytování služeb výhradně zboží odpovídající minimálním objektivním požadavkům na kvalitu stanovených vlastníkem franšízy,
- je-li stanovení minimálních objektivních požadavků na kvalitu nepraktické, pak prodávat nebo užívat při poskytování služeb pouze zboží, které je vyráběno vlastníkem franšízy nebo třetími stranami jím určenými,
- neprovozovat, přímo ani nepřímo, podobnou obchodní činnost konkurující jinému členu franšízové sítě nebo vlastníku franšízy a to ani prostřednictvím získání kontroly v konkurenčním podniku,
- prodávat zboží, které je předmětem franšízy pouze konečným spotřebitelům, jiným uživatelům franšízy nebo prodejcům, kteří jsou součástí jiných distribučních sítí zásobovaných vlastníkem franšízy,
- vynakládat nejvyšší úsilí při prodeji zboží nebo poskytování služeb, které jsou předmětem franšízy, nabízet k prodeji minimální sortiment zboží, dosahovat minimální obrát, plánovat předem své objednávky, udržovat minimální zásoby a poskytovat spotřebitelský a záruční servis,
- platit poskytovateli franšízy určitou částku z příjmu na propagaci a provádět propagaci způsobem schváleným vlastníkem franšízy.

*ii) Článek 3.2 : Klausule nepředstavující omezení soutěže*

Ve franšízové smlouvě mohou být sjednány následující závazky uživatele franšízy, které nejsou považovány za omezení soutěže:

- nevyzradit třetím stranám know – how poskytnuté vlastníkem franšízy,
- předat vlastníkově franšízy zkušenosti získané využíváním franšízy,
- informovat vlastníka franšízy o porušování licencí práv průmyslového a duševního vlastnictví,

- nevyužívat poskytnuté know – how k jinému účelu než pro využívání franšízy,
- účastnit se školení organizovaných vlastníkem franšízy,
- používat obchodní metody vlastníka franšízy,
- dodržovat standardy vlastníka franšízy týkající se zařízení a prezentace smluvních prostor,
- umožnit vlastníku franšízy provádět kontroly smluvních provozoven,
- bez souhlasu poskytovatele franšízy neměnit umístění smluvních provozoven.

### 5. Článek 4: Podmínky pro aplikovatelnost nařízení

Podle ustanovení čl. 4 nařízení je možné blokovou výjimku aplikovat pouze tehdy, jsou-li splněny následující tři podmínky:

- Uživatel franšízy musí mít možnost získat zboží, které je předmětem franšízy od jiných uživatelů franšízy, tj. nesmí být omezen paralelní import.<sup>8</sup>
- Pokud vlastník franšízy uloží uživateli franšízy závazek, aby poskytoval záruky na zboží, které je předmětem franšízy, musí se tento závazek vztahovat na zboží prodané kterýmkoliv ze členů franšízové sítě.
- Uživatel franšízy musí označit svůj status jako nezávislý podnik.

### 6. Článek 5: Zakázaná omezení soutěže (Černé klauzule)

Nařízení stanoví, že blokovou výjimku není možné aplikovat v následujících případech:

- franšízová dohoda je uzavřena mezi konkurenčními podniky, tj. podniky vyrábějícími zboží nebo poskytujícími služby, které jsou identické nebo jsou uživateli považovány za rovnocenné z hlediska svých charakteristických znaků, ceny nebo zamýšleného užití,

<sup>8</sup>O paralelním importu hovoříme tehdy, jestliže kromě oficiální cesty, kterou je zboží na smluvní území dodáváno, existuje i paralelní cesta, kterou jiný obchodník na smluvním území dováží zboží získané od třetí strany.

- uživateli franšízy je neoprávněně bráněno v získání zboží, které má stejnou kvalitu jako zboží nabízené vlastníkem franšízy,
- vlastník franšízy odmítne, z důvodů jiných než je ochrana práv průmyslového a duševního vlastnictví vlastníka franšízy nebo zachování společné identity a dobré pověsti franšízové sítě jmenovat jako autorizované výrobce třetí stranu navrženou uživatelem franšízy,
- uživateli franšízy je bráněno ve využívání know – how po skončení platnosti dohody, jestliže se toto know – how stalo všeobecně známým,
- uživatel franšízy je přímo nebo nepřímo omezován poskytovatelem franšízy v určování prodejních cen zboží nebo služeb, které jsou předmětem franšízy,
- uživateli franšízy je zakázáno zpochybnit platnost práv průmyslového a duševního vlastnictví, které tvoří součást franšízy,
- uživatelé franšízy jsou zavázáni nedodávat konečným uživatelům v rámci společného trhu zboží a služby, které jsou předmětem franšízy z důvodu jejich bydliště.

## 7. Článek 6: Oponentní řízení

Článek 6 nařízení upravuje tzv. oponentní řízení, podle kterého dohoda obsahující ustanovení neuvedená ve vyjmutých, bílých nebo šedých, klauzulích může být zaslána Komisi a tím je automaticky vyjmuta ze zákazu čl. 85 odst. 1 Smlouvy za předpokladu, že Komise ne zahájí do šesti měsíců od oznámení oponentní řízení. Oponentní řízení může být využito pouze tehdy, neobsahuje-li předmětná dohoda jakoukoliv ze zakázaných, černých klauzulí.

## 8. Článek 8: Odvolání výhod blokované výjimky

Komise může odvolat výhody plynoucí z nařízení, pokud v konkrétním případě zjistí, že dohoda má účinky, které se neslučují s podmínkami čl. 85 odst. 3 Smlouvy, zejména pokud je uživateli franšízy poskytnuta teritoriální ochrana a :

- přístup na trh je značně omezen kumulativním účinkem paralelních distribučních sítí,

- výrobky nebo služby, které jsou předmětem franšízy nejsou vystaveny na podstatné části společného trhu účinné soutěži,
- strany, nebo jedna z nich, přijímají opatření k rozdělení společného trhu,
- uživatelé franšízy jednají ve vzájemné shodě při stanovení prodejních cen výrobků nebo služeb, které jsou předmětem franšízy,
- vlastník franšízy využívá svého práva kontrolovat smluvní provozovny a/nebo dopravní prostředky nebo odmítá na žádost uživatele franšízy poskytnout souhlas k přemístění smluvních provozoven nebo poskytnout určitá práva či povinnosti podle franšízové smlouvy, z důvodů jiných než je ochrana jeho práv průmyslového a duševního vlastnictví, udržení společné identity a dobré pověsti franšízové sítě nebo ověření, zda uživatel franšízy dodržuje své závazky podle dohody.

## 9. Závěrečná ustanovení

Účinnost nařízení vyprší 31. 12. 1999.

## SUMMARY

### Franchise agreements v. EC rules on competition

Franchising is a relatively new distribution method and one which has increased dramatically in popularity in the last few years. It essentially allows a manufacturer or supplier to combine the characteristics of a network of legally and financially independent distributors with an outward appearance of uniformity through that network. Competition law has had to adapt to this relatively new business method.

The application to franchising agreements of Article 85 was explored by the ECJ in *Pronuptia de Paris v Schillgalis*. The ECJ identified the crux of franchise system : that it enables a franchise to operate as an independent business while using the name and know – how of the franchisor. The

transfer of intellectual property rights from the franchisor to the franchisee is the feature of franchises that distinguishes them from more conventional distribution systems. In a franchise, the franchisee pays a fee to the franchisor for the right to use the know-how, trade marks etc. In order for the franchise system to work effectively it is essential that each franchisee should conform with the uniform commercial methods laid down by the franchisor: from the public's point of view, it is important that all franchised outlets should achieve the same standard. Therefore it is essential that franchisor should be able to impose common standards on all franchisees. Also, as the transfer of intellectual property rights is vital to the whole exercise, it is legitimate for the franchisor to impose terms on the franchisee to protect these rights. The ECJ concluded that restrictions in these two categories were not within Article 85.<sup>1</sup> However restrictions that could divide the market territorially or which imposed resale price maintenance would be within Article 85.<sup>1</sup>

The Commission published several individual decisions after this judgment in which it was able to expand upon the main principles laid down by the ECJ. These decisions culminated in the publication of a block exemption for franchise agreements in 1988 (Regulation 4087/88).

Article 1 of the Regulation provides the basic exemption for distribution, service and master franchises.

Article 2 lists various restrictions to which exemption is given. For instance franchisor can be obliged not to grant the right to exploit the franchise to third parties in the franchisee's territory and not to exploit the franchise there itself.

Some obligations are automatically compatible with the provisions of article 85<sup>1</sup> if they are necessary to protect the franchisor's industrial or intellectual property rights or to maintain the common identity and reputation of the franchise. Others are compatible with Article 85<sup>1</sup> irrespective of whether they are necessary. Article 3 of the Regulation contains a non-exhaustive list of both such clauses.

Article 4 establishes conditions that must be satisfied if the block exemption is to apply. These are the possibility of inter-franchisee sales and Community-wide guarantee.

Article 5 contains a black list of restrictions which prevent the application of the exemption. This applies in particular to market sharing between

competing manufacturers and to cases where the franchisee is restricted in determining its prices.

Provision is also made for an opposition procedure pursuant to which the exemption may be extended to agreements containing restrictions of competition which are not expressly mentioned in the Regulation.

The possibility of the withdrawal of the exemption is provided, in particular, in cases where access to, or competition within, a specific market is substantially restricted.