

REGLAMENTO (CEE) Nº 4087/88 DE LA COMISIÓN

de 30 de noviembre de 1988

relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea,

Visto el Reglamento nº 19/65/CEE del Consejo, de 2 de marzo de 1965, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos y prácticas concertadas ⁽¹⁾, modificado en último lugar por el Acta de adhesión de España y de Portugal, y, en particular, su artículo 1,

Previa publicación del proyecto de Reglamento ⁽²⁾,

Previa consulta al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y de posiciones dominantes,

Considerando lo que sigue :

- (1) El Reglamento nº 19/65/CEE autoriza a la Comisión a aplicar el apartado 3 del artículo 85 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos exclusivos bilaterales que entren dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85 y que, o bien tengan como objeto la distribución o compra exclusiva de bienes, o bien incluyan restricciones impuestas en relación con la adquisición o utilización de derechos de propiedad industrial.
- (2) Los acuerdos de franquicia son esencialmente licencias de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas comerciales, signos distintivos o « know-how », que pueden combinarse con obligaciones de suministro o compra de bienes.
- (3) Se pueden distinguir varios tipos de franquicia de acuerdo con su objeto : la franquicia industrial se refiere a la fabricación de productos ; la franquicia de distribución se refiere a la venta de productos, y la franquicia de servicios se refiere a la prestación de servicios.
- (4) Es posible, basándose en la experiencia de la Comisión, definir categorías de acuerdos de franquicia incluidos en el apartado 1 del artículo 85, pero que cumplen también normalmente las condiciones establecidas en el apartado 3 de dicho artículo ; éste es el caso de los acuerdos de franquicia en virtud de los cuales una de las partes suministra productos o

presta servicios a los usuarios finales. Por contra, los acuerdos de franquicia industrial no estarán cubiertos por el presente Reglamento ; dichos acuerdos, que suponen relaciones entre fabricantes, presentan características diferentes a las de los demás tipos de franquicia : son licencias de fabricación basadas en patentes y/o « know-how » técnico, acompañadas de licencias de marcas ; algunas de ellas pueden beneficiarse de otras exenciones por categoría si cumplen las condiciones necesarias.

- (5) El presente Reglamento cubre los acuerdos de franquicia entre dos empresas, el franquiciador y el franquiciado, relativos a la venta al por menor de productos o a la prestación de servicios a los usuarios finales o a la combinación de estas dos actividades, tal como el tratamiento o la adaptación de productos para responder a las necesidades específicas de sus clientes ; también cubre los casos en que la relación entre franquiciador y franquiciados se realiza por mediación de un tercero, el franquiciado principal. No cubre los acuerdos de franquicia al por mayor por falta de experiencia de la Comisión en este campo.
- (6) Los acuerdos de franquicia, tal como se definen en el presente Reglamento, pueden caer dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85. En especial, pueden afectar al comercio entre los Estados miembros cuando estén concluidos entre empresas de distintos Estados miembros, o cuando formen parte de una red que se extienda más allá de los límites de un solo Estado miembro.
- (7) Los acuerdos de franquicia, tal como se definen en el presente Reglamento, mejoran normalmente la distribución de productos y/o la prestación de servicios, puesto que dan a los franquiciadores la posibilidad de crear una red de distribución uniforme mediante inversiones limitadas, lo que puede favorecer la entrada de nuevos competidores en el mercado, particularmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas, aumentando así la competencia entre marcas. También permiten que los comerciantes independientes puedan establecer instalaciones más rápidamente y con más posibilidades de éxito que si tuvieran que hacerlo sin la experiencia y la ayuda del franquiciador. Por tanto, tienen la posibilidad de competir de forma más eficaz con grandes empresas de distribución.

⁽¹⁾ DO nº 36 de 6. 3. 1965, p. 533/65.

⁽²⁾ DO nº C 229 de 27. 8. 1987, p. 3.

- (6) Por lo general, los acuerdos de franquicia también reservan a los consumidores y otros usuarios finales una parte equitativa del beneficio resultante, puesto que combinan las ventajas de una red de distribución uniforme con la existencia de comerciantes personalmente interesados en el funcionamiento eficaz de su empresa. El carácter homogéneo de la red de distribución y la cooperación permanente entre el franquiciador y los franquiciados aseguran una calidad constante de los productos y servicios. El efecto favorable de la franquicia sobre la competencia entre marcas y el hecho de que los consumidores sean libres para tratar con cualquier franquiciado en la red de distribución garantizan que una parte razonable de los beneficios resultantes serán transmitidos a los consumidores.
- (9) El presente Reglamento debe definir las obligaciones restrictivas de competencia que pueden estar comprendidas en los acuerdos de franquicia. En particular, es el caso de la concesión de un territorio exclusivo a los franquiciados, en combinación con la prohibición de buscar activamente clientes fuera de dicho territorio, lo que les permite concentrar sus esfuerzos sobre el territorio que les ha sido atribuido. Es igualmente el caso de la concesión de un territorio exclusivo a un franquiciado principal, combinada con la obligación de no concluir acuerdos de franquicia con terceros fuera de dicho territorio. Cuando los franquiciados venden o utilizan en el ámbito de la prestación de servicios productos fabricados por el franquiciador o según sus instrucciones y/o que lleven su marca, la obligación de los franquiciados de no vender o utilizar en el ámbito de la prestación de servicios productos de la competencia permite establecer una red de distribución que se identifique con los productos franquiciados. Sin embargo, esta obligación sólo puede ser aceptada respecto a los productos que constituyan el objeto esencial de la franquicia; en particular, no puede aplicarse a los accesorios o a las piezas de recambio de estos productos.
- (10) De este modo, las obligaciones mencionadas no imponen restricciones que no sean necesarias para alcanzar los objetivos antes mencionados. En particular, la protección territorial limitada concedida a los franquiciados es indispensable para proteger sus inversiones.
- (11) Es aconsejable enumerar en el presente Reglamento una serie de obligaciones normalmente no restrictivas de la competencia, que se hallan generalmente en los contratos de franquicia y prever que en el caso de que pudieran caer dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85, en razón de circunstancias particulares de carácter económico o jurídico, estarían cubiertas por la exención.
- Esta lista, no exhaustiva, incluye cláusulas esenciales para la protección de la identidad común y la reputación de la red o para impedir que el «know-how» y la asistencia prestados por el franquiciador puedan beneficiar a terceros competidores.
- (12) El Reglamento debe especificar las condiciones que deben reunirse para que la exención pueda aplicarse. Para garantizar que no se suprimirá la competencia respecto a una parte importante de los productos objeto de la franquicia es necesario que sean posibles las importaciones paralelas. Por tanto, siempre deberán ser posibles las entregas cruzadas entre franquiciados. Además, cuando una red de franquicia se combine con otro sistema de distribución, los franquiciados deberán poder proveerse de dichos productos en los citados distribuidores. Para informar mejor a los consumidores, lo que ayuda a garantizar que éstos reciban una parte equitativa de los beneficios resultantes, es preciso prever que los franquiciados deben indicar su calidad de empresa independiente por cualquier medio apropiado que no ponga en peligro la identidad común de la red de distribución franquiciada; además, cuando los franquiciados estén obligados a prestar garantías sobre los productos del franquiciador, dicha obligación se aplicará también a los productos suministrados por el franquiciador, otros franquiciados u otros distribuidores autorizados.
- (13) El Reglamento debe también especificar las restricciones que no deben incluirse en los acuerdos de franquicia para que éstos puedan beneficiar de la exención por categoría, en virtud de que dichas disposiciones son restricciones que entran dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85 y para las cuales no existe la presunción de que comportarán los efectos positivos requeridos por el apartado 3 de dicho artículo. Esto se aplica, en concreto, al reparto del mercado entre productores, a las cláusulas que limitan indebidamente la elección por el franquiciado de sus proveedores o sus clientes, y a los casos en que el franquiciado está sometido a restricciones relativas a la fijación de sus precios. Sin embargo, el franquiciador debe ser libre para recomendar precios a los franquiciados cuando esto no esté prohibido por las legislaciones nacionales y a condición de que ello no dé lugar a prácticas concertadas para la aplicación efectiva de tales precios.
- (14) Los acuerdos que no estén automáticamente cubiertos por la exención, porque contengan disposiciones que no estén expresamente exentas por el Reglamento, ni estén expresamente excluidas de la exención, podrán, sin embargo, acogerse a la presunción general de compatibilidad de conformidad con el apartado 3 del artículo 85. La Comi-

sión podrá establecer en breve plazo si esto puede aplicarse a un acuerdo particular. Se podrá por lo tanto considerar que dichos acuerdos están amparados por la exención prevista en el presente Reglamento cuando sean notificados a la Comisión y ésta no se oponga a dicha exención en un plazo determinado.

- (15) Si determinados acuerdos individuales exentos por el presente Reglamento tienen, sin embargo, efectos incompatibles con el apartado 3 del artículo 85, en particular, tal como se interpreta por la práctica administrativa de la Comisión y por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, la Comisión podrá retirar el beneficio de la exención por categoría, especialmente en los casos en que la competencia venga restringida de manera significativa por la estructura del mercado en cuestión.
- (16) No deberán notificarse los acuerdos que estén automáticamente exentos con arreglo al presente Reglamento. Sin embargo, las empresas podrán, en casos particulares, solicitar una Decisión con arreglo al Reglamento nº 17 del Consejo (¹), modificado en último lugar por el Acta de adhesión de España y de Portugal.
- (17) Los acuerdos podrán beneficiarse de las disposiciones del presente Reglamento o de otro, según su particular naturaleza y a condición de que cumplan las condiciones de aplicación necesarias; no podrán beneficiarse de una combinación de las disposiciones del presente Reglamento con las de otros Reglamentos de exención por categoría.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

1. De conformidad con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 85 del Tratado, y con arreglo a las disposiciones del presente Reglamento, el apartado 1 del artículo 85 no se aplicará a los acuerdos de franquicia en los que sólo participen dos empresas y que incluyan una o más de las restricciones enumeradas en el artículo 2.

2. La exención prevista en el apartado 1 se aplicará igualmente a los acuerdos de franquicia principal en los cuales sólo participen dos empresas. Si el caso lo requiere, las disposiciones del presente Reglamento concernientes a las relaciones entre el franquiciador y el franquiciado se aplicarán *mutatis mutandis* a las relaciones entre franqui-

ciador y franquiciado principal y entre franquiciado principal y franquiciado.

3. A los efectos del presente Reglamento se entenderá por:

- a) « franquicia », un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimiento, modelos de utilidad, diseños, derechos de autor, « know-how » o patentes, que deberán explotarse para la reventa de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales;
- b) « acuerdo de franquicia », el contrato en virtud del cual una empresa, el franquiciador, cede a la otra, el franquiciado, a cambio de una contraprestación financiera directa o indirecta, el derecho a la explotación de una franquicia para comercializar determinados tipos de productos y/o servicios y que comprende por lo menos:
- el uso de una denominación o rótulo común y una presentación uniforme de los locales y/o de los medios de transporte objeto del contrato,
 - la comunicación por el franquiciador al franquiciado de un « know-how », y
 - la prestación continua por el franquiciador al franquiciado de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del acuerdo;
- c) « acuerdo de franquicia principal », un acuerdo por el cual una empresa, el franquiciador, otorga a la otra, el franquiciado principal, en contraprestación de una compensación financiera directa o indirecta el derecho de explotar una franquicia con la finalidad de concluir acuerdos de franquicia con terceros, los franquiciados;
- d) « productos del franquiciador », productos fabricados por el franquiciador o por cuenta de éste y/o que lleven el nombre o la marca del franquiciador;
- e) « locales objeto del contrato », los locales utilizados para la explotación de la franquicia o, cuando ésta sea explotada fuera de estos locales, la base desde la cual el franquiciado gestione los medios de transporte utilizados para la explotación de la franquicia (« medios de transporte objeto del contrato »);
- f) « know-how », un conjunto de conocimientos prácticos no patentados, derivados de la experiencia del franquiciador y verificados por éste, que es secreto, substancial e identificado;
- g) « secreto », el hecho de que el « know-how », en su conjunto o en la configuración y ensamblaje de sus componentes no sea generalmente conocido o fácilmente accesible; no se limita al sentido estricto de que cada componente individual del « know-how » deba ser totalmente desconocido o inobtenible fuera de los negocios del franquiciador.

(¹) DO nº 13 de 21. 2. 1962, p. 204/62.

- h) « substancial », el hecho de que el know-how deba incluir una información importante para la venta de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales, y en particular para la presentación de productos para la venta, la transformación de productos en relación con la prestación de servicios, las relaciones con la clientela y la gestión administrativa y financiera. El know-how debe ser útil para el franquiciado, al ser capaz en la fecha de la conclusión del acuerdo, de mejorar la posición competitiva del franquiciado, en particular mejorando sus resultados o ayudándole a introducirse en un mercado nuevo.
- i) « identificado », el hecho de que el « know-how » deba estar descrito de una manera suficientemente completa para permitir verificar que cumple las condiciones de secreto y substancialidad. La descripción del « know-how » puede ser hecha en el acuerdo de franquicia, en un documento separado o en cualquier otra forma apropiada.

Artículo 2

La exención prevista en el artículo 1 se aplicará a las siguientes restricciones de la competencia :

- a) la obligación del franquiciador, en una zona determinada del mercado común, el territorio contractual, de :
- no conceder el derecho de explotar la franquicia o parte de ella a terceros,
 - no explotar por sí mismo la franquicia ni comercializar por sí mismo los productos o servicios objeto de la franquicia con arreglo a una fórmula similar,
 - no suministrar por sí mismo a terceros los productos del franquiciador ;
- b) la obligación del franquiciado principal de no concluir acuerdos de franquicia con terceros fuera de su territorio contractual ;
- c) la obligación del franquiciado de explotar la franquicia únicamente a partir de los locales objeto del contrato ;
- d) la obligación del franquiciado de abstenerse, fuera del territorio objeto del contrato, de buscar clientes a los cuales vender los productos o prestar los servicios objeto de la franquicia ;
- e) la obligación del franquiciado de no fabricar, vender o utilizar en el marco de la prestación de servicios, productos competidores con los productos del franquiciador que sean objeto de la franquicia. Cuando el objeto de la franquicia sea vender o utilizar a la vez en el marco de la prestación de servicios, determinados productos y piezas de recambio o accesorios de aquellos, esta obligación no podrá imponerse en lo que respecta a las piezas de recambio o accesorios.

Artículo 3

1. El artículo 1 se aplicará sin perjuicio de cualquiera de las obligaciones siguientes, impuestas al franquiciado,

en la medida en que sean necesarias para la protección de los derechos de propiedad industrial o intelectual del franquiciador o para mantener la identidad común y la reputación de la red franquiciada :

- a) vender, o utilizar en el marco de la prestación de servicios, exclusivamente productos que cumplan las especificaciones mínimas objetivas de calidad establecidas por el franquiciador ;
- b) vender, o utilizar en el marco de la prestación de servicios, productos fabricados exclusivamente por el franquiciador o por terceros designados por éste, cuando resulte impracticable aplicar especificaciones objetivas de calidad debido a la naturaleza de los productos objeto de la franquicia ;
- c) no ejercer, ni directa ni indirectamente, un comercio similar en un territorio donde pudiera competir con un miembro de la red franquiciada, incluido el franquiciador ; el franquiciado podrá ser mantenido bajo esta obligación después de la expiración del contrato, por un período razonable no superior a un año, en el territorio donde haya explotado la franquicia ;
- d) no adquirir participaciones financieras en el capital de una empresa competidora que darían al franquiciado el poder de influenciar la conducta económica de tal empresa ;
- e) vender los productos objeto de la franquicia sólo a los usuarios finales, a otros franquiciados y a revendedores pertenecientes a otros canales de distribución aprovisionados por el fabricante de estos productos o con su consentimiento ;
- f) obrar con la máxima diligencia para vender los productos o prestar los servicios objeto de la franquicia ; ofrecer a la venta una gama mínima de productos, realizar una facturación mínima, planificar de antemano sus pedidos, mantener unas existencias mínimas y prestar el servicio de asistencia a la clientela y de garantía ;
- g) abonar al franquiciador un porcentaje determinado de sus ingresos para publicidad y efectuar directamente la propia publicidad con la aprobación del franquiciador sobre el carácter de la misma.

2. El artículo 1 se aplicará sin perjuicio de cualquiera de las obligaciones siguientes, impuestas al franquiciado :

- a) no divulgar a terceros el « know-how » comunicado por el franquiciador ; el franquiciado podrá asimismo ser mantenido bajo esta obligación después de la expiración del acuerdo ;
- b) comunicar al franquiciador toda experiencia obtenida en el marco de la explotación de la franquicia y concederle, así como a los otros franquiciados, una licencia no exclusiva sobre el « know-how » que pudiera resultar de dicha experiencia ;

- c) informar al franquiciador de toda infracción de los derechos de propiedad industrial o intelectual concedidos, emprender acciones legales contra los infractores o asistir al franquiciador en cualquier acción legal que decida interponer contra aquéllos;
- d) no utilizar el « know-how » concedido por el franquiciador para otros fines que la explotación de la franquicia; el franquiciado podrá ser mantenido bajo esta obligación con posterioridad a la expiración del acuerdo;
- e) asistir y hacer asistir a su personal a cursos de formación organizados por el franquiciador;
- f) aplicar los métodos comerciales elaborados por el franquiciador, así como sus sucesivas modificaciones y utilizar los derechos de propiedad industrial o intelectual concedidos;
- g) cumplir las normas del franquiciador en cuanto al material y a la presentación de los locales y/o medios de transporte objeto del contrato;
- h) permitir al franquiciador que éste efectúe controles en sus locales y/o medios de transporte objeto del contrato, incluyendo los productos vendidos y los servicios prestados así como los inventarios y cuentas del franquiciado;
- i) no cambiar la ubicación de los locales objeto del contrato sin el consentimiento del franquiciador;
- j) no ceder los derechos y obligaciones resultantes del acuerdo de franquicia sin consentimiento del franquiciador.

3. En el caso de que, por circunstancias particulares, las obligaciones contempladas en el apartado 2 caigan dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85, disfrutarán también de la exención, incluso cuando no estén acompañadas de ninguna de las obligaciones exentas en virtud del artículo 1.

Artículo 4

La exención prevista en el artículo 1 se aplicará a condición de que:

- a) el franquiciado sea libre de obtener los productos objeto de la franquicia de otros franquiciados; si dichos productos se distribuyeran a través de otra red de distribuidores autorizados, el franquiciado deberá tener libertad de proveerse de estos distribuidores;
- b) si el franquiciador obliga al franquiciado a prestar garantía por los productos del franquiciador, esta obligación se extenderá asimismo a los productos suministrados por cualquier miembro de la red franquiciada, u otros distribuidores que apliquen una garantía similar, en el mercado común;
- c) el franquiciado esté obligado a indicar su calidad de comerciante independiente; esta obligación no deberá sin embargo interferir la identidad común de la red franquiciada, derivada en particular del nombre o rótulo comunes y de la presentación uniforme de los locales y/o medios de transporte;

Artículo 5

La exención prevista en el artículo 1 no se aplicará cuando:

- a) empresas que fabriquen productos o presten servicios, que sean idénticos o que el usuario considere similares por razón de sus propiedades, su precio y su uso, concluyan acuerdos de franquicia relativos a esos productos o servicios;
- b) sin perjuicio de lo dispuesto en la letra e) del artículo 2 y en la letra b) del apartado 1, del artículo 3, se impida al franquiciado abastecerse de productos de calidad equivalente a los ofrecidos por el franquiciador;
- c) sin perjuicio de lo dispuesto en la letra e) del artículo 2 se obligue al franquiciado a vender, o a utilizar en el marco de la prestación de servicios, productos fabricados por el franquiciador o terceros, designados por éste y el franquiciador se niegue, por motivos distintos de la protección del « know-how » del franquiciador o del mantenimiento de la identidad común y prestigio de la red franquiciada, a considerar como fabricantes autorizados a los terceros propuestos por el franquiciado;
- d) se impida al franquiciado continuar utilizando el « know-how » concedido tras la expiración del contrato, cuando dicho « know-how » haya devenido de general conocimiento o fácilmente accesible por causas diferentes a una violación de sus obligaciones por parte del franquiciado;
- e) se impongan, directa o indirectamente, restricciones al franquiciado en la fijación de los precios de venta de los productos o servicios objeto de la franquicia, sin perjuicio de la posibilidad del franquiciador de recomendar dichos precios;
- f) el franquiciador prohíba al franquiciado impugnar la validez de los derechos de propiedad industrial o intelectual que formen parte de la franquicia, sin perjuicio de la facultad del franquiciador de rescindir en tal caso el contrato;
- g) se obligue a los franquiciados a no suministrar, en el interior del mercado común, los productos o servicios objeto de la franquicia a los usuarios finales, en razón del lugar de residencia de éstos.

Artículo 6

1. Se beneficiarán igualmente de la exención prevista en el artículo 1 los acuerdos que cumplan las condiciones del artículo 4 y que contengan obligaciones restrictivas de la competencia que no estén cubiertas por el artículo 2 ni por el apartado 3 del artículo 3, sin que les sea aplicable el artículo 5, siempre que estos acuerdos sean notificados a la Comisión, con arreglo a las disposiciones del Reglamento nº 27 de la Comisión⁽¹⁾ y que ésta, en un plazo de seis meses, no se oponga a la exención.

⁽¹⁾ DO nº 35 de 10. 5. 1962, p. 1118/62.

2. El plazo de seis meses correrá a partir del día en que la Comisión haya recibido la notificación. No obstante, cuando la notificación se envíe por carta certificada, el plazo correrá a partir de la fecha indicada por el matasellos del lugar de expedición.

3. El apartado 1 sólo será de aplicación cuando :

- a) la notificación o una comunicación que la acompañe se refieran expresamente al presente artículo, y
- b) los datos que deben facilitarse en la notificación estén completos y se ajusten a los hechos.

4. En lo que se refiere a los acuerdos notificados con anterioridad a la entrada en vigor del presente Reglamento, podrá invocarse lo dispuesto en el apartado 1 en una comunicación a la Comisión que se refiera expresamente a la notificación y al presente artículo. Será de aplicación, *mutatis mutandis*, lo dispuesto en el apartado 2 y en la letra b) del apartado 3.

5. La Comisión podrá oponerse a la exención. Deberá oponerse cuando un Estado miembro lo solicite en un plazo de tres meses a partir de la fecha de comunicación al Estado miembro de la notificación contemplada en el apartado 1, o de la comunicación contemplada en el apartado 4. Dicha solicitud deberá basarse en consideraciones relativas a las normas sobre competencia del Tratado.

6. La Comisión podrá retirar en cualquier momento su oposición a la exención. No obstante, cuando la misma sea consecuencia de la solicitud de un Estado miembro y éste la mantenga, la oposición únicamente podrá retirarse previa consulta al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y de posiciones dominantes.

7. Si la oposición es retirada por el hecho de que las empresas interesadas han demostrado que se cumplen las condiciones del apartado 3 del artículo 85, la exención entrará en vigor a partir de la fecha de la notificación.

8. Si la oposición es retirada por el hecho de que las empresas interesadas han modificado el acuerdo de manera que cumpla las condiciones del apartado 3 del artículo 85, la exención entrará en vigor en la fecha en que las modificaciones surtan efecto.

9. Si la Comisión se opone y no es retirada tal oposición, los efectos de la notificación se regirán por las disposiciones del Reglamento nº 17.

Artículo 7

1. Las informaciones recogidas en aplicación del artículo 6 no podrán utilizarse más que para los fines contemplados en el presente Reglamento.

2. La Comisión y las autoridades de los Estados miembros, así como sus funcionarios y demás agentes estarán obligados a no divulgar las informaciones de que hayan tenido conocimiento en aplicación del presente Regla-

mento y que, por su naturaleza, estén cubiertas por el secreto profesional.

3. Las disposiciones de los apartados 1 y 2 se entenderán sin perjuicio de la publicación de informaciones generales o de estudios que no incluyan indicaciones individuales sobre las empresas o asociaciones de empresas.

Artículo 8

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 del Reglamento nº 19/65/CEE, la Comisión podrá retirar el beneficio de la aplicación del presente Reglamento si comprobare que, en un caso determinado, un acuerdo exento en virtud del presente Reglamento produce, no obstante, determinados efectos incompatibles con las condiciones previstas en el apartado 3 del artículo 85 del Tratado y, en particular, cuando se haya concedido una protección territorial al franquiciado y :

- a) el acceso al mercado pertinente o la competencia dentro de éste se hallen restringidos de manera significativa por el efecto acumulativo de redes paralelas de acuerdos similares establecidas por fabricantes y distribuidores competidores ;
- b) los productos o servicios objeto de la franquicia no estén sometidos en una parte substancial del mercado común a la competencia efectiva de productos o servicios idénticos o considerados por el usuario como similares, debido a sus propiedades, su precio y su uso ;
- c) las partes, o una de entre ellas, impidan a los usuarios finales, en razón del lugar de residencia de éstos, obtener en el interior del mercado común directamente o por intermediarios los productos o servicios objeto de la franquicia, o usen las diferentes especificaciones relativas a estos productos o servicios en los diversos Estados miembros para aislar los mercados ;
- d) los franquiciados establezcan prácticas concertadas en relación con los precios de venta de los productos o servicios objeto de la franquicia ;
- e) el franquiciador utilice su derecho de inspeccionar los locales y los medios de transporte objeto del contrato, o niegue su consentimiento a solicitudes del franquiciado de trasladar las instalaciones contractuales o ceder sus derechos y obligaciones resultantes del acuerdo de franquicia por motivos diferentes de la protección de los derechos de propiedad industrial o intelectual del franquiciador, el mantenimiento de la identidad común y la reputación de la red franquiciada o del control del cumplimiento de las obligaciones que incumban al franquiciado con arreglo al contrato.

Artículo 9

El presente Reglamento entrará en vigor el 1 de febrero de 1989.

Será aplicable hasta el 31 de diciembre de 1999.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 30 de noviembre de 1988.

Por la Comisión

Peter SUTHERLAND

Miembro de la Comisión
