



프랑스의 재판매가격유지행위 금지

■ 신청기관 : 주식회사 농심

I. 들어가며

재판매가격 유지행위는 일정한 상품 또는 용역의 제조 및 공급사업자 혹은 도매유통사업자가 그 상품이나 용역의 (소매)유통사업자로 하여금 판매 가격을 제한하는 행위를 의미한다.¹⁾ 즉, 다른 유통단계에 있는 사업자들 사이에서 상위시장의 사업자가 하위시장의 사업자로 하여금 일정한 판매 가격을 부과하게 하거나 최고 가격 혹은 최저 가격을 지정하는 행위를 의미한다.

프랑스는 유럽공동체의 회원국이므로 재판매가격유지행위에 대해서 유럽공동체 법과 국내법이 동시에 적용이 된다. 따라서 여타 다른 유럽공동체 회원국과 마찬가지로 법 위반으로 의심되는 행위가 유럽공동체의 공동시장(common market)의 경쟁을 침해할 뿐만 아니라 회원국 사이의 통상에 영향을 미치는 경우에는 프랑스의 경쟁법뿐만 아니라 유럽공동체기능조약(Treaty on Functioning of the European Union: TFEU)의 관련 규정도 적용되나, 해당 행위가 단지 프랑스 국내 시장의 경쟁만을 제한하고 그 통상에만 영향을 미치는 경우에는 프랑스의 경쟁법이 적용된다. 이하에서는 재판매가격유지행위와 관련하여 프랑스의 관련 법적 구조와 그 적용 사례를 검

1) 우리나라 ‘독점규제 및 공정거래에 관한 법률(이하 ‘독점규제법’)'은 제2항 제6호는 재판매가격 유지행위를 “사업자가 상품 또는 용역을 거래함에 있어서 거래 상대방인 사업자 또는 그 다음 거래 단계별 사업자에 대하여 거래가격을 정하여 그 가격대로 판매 또는 제공할 것을 강제하거나 이를 위하여 규약 기타 구속조건을 붙여 거래하는 행위”로 정의한다.



토해 보기로 한다.

II. 법적 구조

프랑스 법은 재판매가격유지행위를 두 조항에 근거해서 규제하고 있다.²⁾ 따라서 이하에서는 각각의 조항에 근거한 규제를 살펴보기로 한다.

1. 경쟁제한행위로서의 규제

먼저, 재판매가격유지행위는 프랑스 상법(French Commercial Code: FCC) 제L420-1조에 의해 경쟁제한행위로서 규제가 된다. 이 조항은 유럽공동체기능조약(TFEU) 제101조에 대응되는 조항으로 경쟁 제한적인 수평적 공동행위와 수직적 공동행위를 포함하는 공동행위를 그 대상으로 하는데, 수직적 공동행위의 하나인 재판매가격유지행위도 그 적용대상에 포함되는 것이다.

한편, 재판매가격유지행위에 대한 제L420-1조의 적용과 관련하여 관련시장 점유율이 30% 이하인 사업자에게는 그 법 적용을 면제해 주는 Block Exemption Regulation의 혜택은 적용되지 않는다. 왜냐하면 재판매가격유지행위는 그 혜택이 적용되지 않는 소위 ‘경성위반행위(hardcore restriction)’로 인정되기 때문이다.³⁾

또한 개별적 적용 예외가 적용될 수 있는지가 문제된다. 프랑스 상법(FCC) 제L420-4-I-2조는 유럽공동체기능조약(TFEU)의 제101조 제3항에 해당하는 적용 예외 조항을 가지고 있다. 이에 따르면, 생산이나 유통의 증진 혹은 기술적 및 경제적 발전의 촉진에 기여하고 그로 인한 혜택이 소비자에게 정당하게 전달되며 이러한 목적을 위해 반드시 필요하지 않은 제한을 부과하지 않으며 경쟁을 제거할 기회를 마련하지 않는 경우에는 프랑스 상법(FCC) 제L420-1조 위반이 되는 행위라도 적용 제외되어 법 위반이 되지 않을 수 있다. 그러나 최저재판매가격유지행위의 경우 상위 시

2) 프랑스의 경쟁법 집행은 프랑스 경쟁국(French Competition Authority)에서 담당하고 있다. 2008년 8월 경제 현대화에 관한 법률(Law on the Modernization of the Economy)이 통과되어 이전 이원화되어 있던 경쟁법 집행이 일원화 되어 효율적이고 일관된 집행구조를 갖추게 된 것이다. 2008년 개혁 이전에는 Directorate-General of Competition, Consumption and the Repression of Frauds (DGCCRF)와 Competition Council (Conseil de la concurrence)의 두 기관으로 분할되어 있었다.

3) Paris Court of Appeals, 26 January 2012, RG no. 2010/23945, p.44.

장 사업자들 혹은 하위 시장 사업자들 사이에 담합을 용이하게 하거나 하위 시장 사업자들이 판매마진이 높은 브랜드의 상품의 판매를 더욱 촉진하여 다른 브랜드 상품의 시장봉쇄(market foreclosure)를 가져올 수 있다는 점과, 기존의 유통사업자들의 브랜드 내 경쟁(intra-brand competition)의 감소로 인해서 더욱 효율적인 유통사업자의 시장 진입이 감소되는 등의 이유로 개별적 적용 예외가 적용될 가능성이 매우 적은 것이 현실이다.

한편, 사업자들은 다양한 정당성을 주장해 왔으나 프랑스 경쟁국과 법원은 이를 받아들이지 않았다. 예를 들면, 소비자에게 공정한 가격을 부과하고 지나친 생산을 방지할 수 있다는 주장⁴⁾, 환율 변동과 관련된 불확실성으로 인해 필요하다는 주장⁵⁾, 지속적으로 정한 품질의 서비스가 제공될 수 있도록 하는 역할을 할 수 있다는 주장⁶⁾, 브랜드의 고급 이미지를 유지하기 위한 필요성에 대한 주장⁷⁾ 등은 모두 인용되지 않았다.

이러한 경쟁제한행위로서 최저재판매가격유지행위는 프랑스 상법(FCC) 제L464-2조에 따라 전 세계 매출액의 10% 상한의 행정벌금(또는 과징금)을 부과 받을 수 있다.⁸⁾ 프랑스 경쟁국은 어떤 사건에서는 주도적 역할을 한 제조 및 공급사업자만을 제재하였으나⁹⁾ 다른 사건들에서는 제조 및 공급사업자뿐만 아니라 가담한 유통사업자들에게도 제재를 가하였다.¹⁰⁾

프랑스 상법(FCC) 제L420-6조에 따르면 법 위반 사업자의 임직원 중 법 위반 행위에 책임이 있는 자에게는 4년 이하의 징역과 7만 5천유로의 벌금으로 구성되는 형사 제재가 부과될 수 있다. 그러나 현재까지 형사벌금이 부과된 사건은 한 건도 없다.

- 4) Competition Authority, Decision No. 05-D-55, 12 October 2005, Relating to practices in the Lavanda Essential oils production Sector, p.p. 78 to 82.
- 5) Competition Authority, Decision No. 07-D-06, 28 February 2007, Relating to practices in the video games sector, p. 107.
- 6) Competition Authority, Decision No. 00-D-75, 6 February 2001, Relating to practices in the distance flower transmission sector.
- 7) Competition Authority, Decision No. 06-D-04, 13 March 2006, Relating to practices in the luxury perfume sector, p.p. 648-650.
- 8) 프랑스 경쟁국에 따르면 재판매가가격유지행위는 카르텔과 비교하여 그 법 위반성이 심각하지는 않지만, 브랜드 내 경쟁으로 인해서 소비자가 취해야할 혜택을 가담 사업자들이 자신들의 이익을 위해서 탈취한 것이기 때문에 여전히 그 성격상 심각한 법 위반행위라고 하였다. Competition Authority, Decision No. 08-D-20, of October 1st 2008, Relating to practices implemented by subsidiaries of Compagnie Financière et de Participation Roullier, p. 103.
- 9) Competition Authority, Decision No. 07-D-06, 28 February 2007, Relating to practices in the video games sector.
- 10) Competition Authority, Decision No. 06-D-04, 13 March 2006, Relating to practices in the luxury perfumes sector.

2. 불공정거래행위로서의 규제

프랑스 상법(FCC) 제L442-5조는 불공정거래행위 중 한 유형으로서 ‘재판매가격유지행위’를 다루고 있다. 이 조항은 “어떤 누구도 상품, 용역 혹은 판매마진에 대하여 직접적 혹은 간접적¹¹⁾ 방법으로 최저재판매가격을 설정하는 행위”를 당연위법으로 금지하고 있다.¹²⁾ 즉 그 효과를 묻지 않는다.¹³⁾ 제조사업자, 공급사업자 혹은 도매유통사업자가 소매유통사업자에 대해 재판매가격을 지정하는 방식에 구속력이 없는 경우, 즉 강제성이 없는 경우는 문제가 되지 않기 때문에 구속력 혹은 강제성은 최저재판매가격유지행위의 법 위반을 가늠하는 매우 중요한 기준이 된다.¹⁴⁾

최저재판매가격을 당연위법으로 취급하는 것은 소매유통사업자의 ‘가격결정의 자유’를 보호하는 것이 법의 목적이기 때문이다. 따라서 이러한 당연위법의 원칙은 소매유통사업자에게 가격 결정에 대한 어느 정도의 자유가 있거나 제조사업자 또는 공급사업자의 압력 혹은 강요에 의하지 않은 행위인 경우에는 적용되지 않는다.

이와 관련한 사례들을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 순수한 권장소비자가격에 불과한 경우에는 법이 적용되지 않는다.¹⁵⁾ 물론 ‘권장소비자가격’이 구속성 혹은 강제성을 은닉하기 위한 편법으로 활용되는 경우에는 최저재판매가격유지행위로서 법 위반으로 취급된다. 둘째, 소매유통사업자가 시장 상황에 따라 자신의 마케팅 전략을 자유롭게 결정할 수 있다면 최고재판매가격유지행위를 하는 것도 법 위반의 문제가 되지 않는다. 그러나 최고재판매가격을 너무 낮은 수준으로 설정하여 소매유통사업자가 그 보다 낮은 가격으로 판매하는 것이 실질적으로 불가능한 경우는 법 위반의 문제가 될 수 있다.¹⁶⁾ 셋째, 프랜차이즈 사업자가 가맹점에게 권장가격표를 제공하는 것은 법 위반의 문제가 되지 않는다. 넷째, 상품에 가격표를 부착하고 이의 변경을 금지하는 행위도 소매유통사업자가 다른 가격을 부과할 수 없도록 하는 행위가 될 수 있기 때문에 이 또한 법 위반이

11) 예를 들면, 유통사업자의 판매마진이나 할인율 등을 제한하는 방법이 있다.

12) 이러한 엄격한 금지는 프랑스에서도 많은 경제학자들에 의해서 문제로 지적되어 왔다. 예를 들면, 신제품을 출시하면서 이의 판매촉진을 위해서는 소매업자들로 하여금 재판매가격을 지정하는 것이 필요하다는 것이다.

13) French Supreme Court, 31 October 2000, Bull. Crim., p. 966.

14) 이는 우리나라 공정거래위원회의 ‘재판매가격유지행위에 관한 심사지침’도 구성요건으로서 ‘강제성’을 요구하고 있다.

15) Circulaire Fontanet of 31 Mar. 1960. 또한 관련 사건은 Cass. crim., 25 Nov. 1991, LawLex200200303JBJ, Gaz. Pal., 1992, 1. Somm., 166; 22 Aug. 1995, LawLex200200302JBJ, RJDA, 1996, No 77.

16) Cass. com., 27 Jan. 1998, D, 1998, Somm., 336, RJDA, 1998, No 798 & 800.

된다.¹⁷⁾ 다섯째, 계약서에 최저재판매가격이 포함되어 있는 경우는 문제가 되지 않는다. 왜냐하면 양 당사자가 계약의 자유가 이의 강요성이나 강제성을 부인하게 되기 때문이다.¹⁸⁾ 그러나 ‘위력’ 혹은 ‘협박’의 형태로 볼 수 있는 경우에는 그러한 위력 혹은 협박의 실행 여부를 묻지 않고 최저 재판매가격유지행위로 법 위반이 된다.¹⁹⁾ 마지막으로, 소매유통사업자들이 서로 다른 지역에 위치하여 공동된 구매소비자를 상대로 영업하지 않는 경우에는 법 위반이 되지 않는다.²⁰⁾

그러나 프랑스 재판매가격유지행위에 관한 금지는 입법이나 규제 조항에 따른 재판매가격유지 행위에는 적용되지 않는다. 예를 들어, 출판물의 경우에 대한 예외를 두고 있다.²¹⁾ 이 예외에 따르면, 프랑스 내의 출판사업자나 프랑스로 도서를 수입하는 사업자의 경우 출판물에 대한 재판매가격을 지정해야만 하고 출판유통사업자는 5%의 한도 내에서 할인판매를 해야만 한다.

재판매가격유지행위로 법 위반이 되는 경우에는 가담 임직원에게 대하여 1만 5천유로 이하의 형사 벌금이 부과될 수 있다. 법 개정을 통하여 2006년 1월부터 사업자에게도 형사벌금이 부과될 수 있게 되었다.²²⁾ 한편 재판매가격유지행위로 피해를 입은 자는 손해배상을 청구할 수 있으며, 이 경우 관련 계약 조항은 무효로서 효력이 없으며, 그 조항이 계약에 있어서 필수적인 내용일 경우 계약 전체가 무효가 될 수도 있다.²³⁾ 프랑스 대법원은 이와 관련하여 유통사업자가 비록 법 위반이 되는 재판매가격유지행위에 참가했다고 하더라도 그로 인해 도덕적 피해(moral harm)를 입었다면 그에 대한 보상을 청구할 수 있다고 결정하기도 하였다. 결국 재판매가격유지행위가 불공정 거래행위로서 법 위반이 되는 경우에는 행정 제재 및 형사 제재뿐만 아니라 민사손해배상도 인정될 수 있다.²⁴⁾

17) Cass. com., 7 Oct. 1997, LawLex200200243JBJ; RJDA 1998, No 37 JCP, ed E, 1998 613; Contrats Conc. Consom 1998, No 2 obs Leveneux; Dr. & patr. No 57, 76; BRDA 1997, No 20.

18) CA Nimes, 22 May 2003, LawLex200400046JBJ.

19) CA Versailles, 28 Nov. 1990, LawLex200200263JBJ, Gaz. Pal., 1991, 2, 410.

20) 프랑스 경쟁국의 전신 중 하나인 경쟁위원회는 이와 같은 결정을 내린 적이 있다. Competition Council decision No 97-D-48 of 18 June 1997, LawLex200402657JBJ.

21) Law No 81-766 of August 10, 1981.

22) Law No 2004-204 of 9 Mar. 2004.

23) CA Paris, 17 Jan. 1995, LawLex200200317JBJ, D., 1997, Somm., 63.

24) 우리나라 독점규제법은 재판매가격유지행위로 인하여 법 위반이 되는 경우 법적 제재로서 공정거래위원회는 해당 사업자에 대하여 당해 행위의 중지, 시정명령을 받은 사실의 공표 기타 시정을 위해 필요한 조치를 할 수 있고(제31조), 관련 매출액의 100분의 2를 초과하지 않는 범위에서 과징금을 부과할 수 있으며(제31조의2), 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금에 처할 수 있다(제67조)고 규정하고 있다. 또한 피해를 입은 자에게 손해배상청구권을 인정하고 있다(제56조).

III. 최근 관련 사건

1. 향수사건(2013)

2013년 6월 프랑스 대법원(Cour de cassation)은 샤넬(Chanel), 겐랑(Guerlain) 등 13개 고급향수 제조사업자와 3개의 프랑스 시장 내 대규모(소매)유통사업자들(Marionnaud, Sephora, Nocibe)에 게 대하여 수직적 가격담합, 즉 재판매가격유지행위 혐의에 대하여 프랑스 공정거래위원회가 부과한 4천만 유로 상당의 벌금이 정당하다는 판결을 내렸다. 이 사건에서 문제가 된 행위는 고급향수 제조사업자들이 권장소비자가격(Recommended Retail Price)을 결정한 뒤, 권장소비자가격으로부터 최대 할인율을 지정하고 가격통제시스템을 통해 이를 관리 및 감독한 것이었다.

프랑스 공정거래위원회의 행정벌금 부과에 대하여 사업자들은 소위 ‘이미지이론(image theory)’의 항변을 주장하였다. 즉, 고급향수 제조사업자들과 유통사업자들은 문제가 된 재판매가격유지행위는 유통사업자들이 구매 소비자에 대한 서비스 및 판매 촉진 활동을 통해 제조사업자의 상품이나 용역의 고급 상품 이미지를 유지할 수 있도록 하는 역할을 한다고 주장하였다. 그러나 법원은 이러한 정당성 주장을 수용하지 않고 제조사업자가 자사 브랜드 이미지 보호를 위하여 재판매가격유지행위를 한다는 것은 유통사업자의 가격결정의 자유를 제약하는 재판매가격유지행위에 대한 정당화 사유가 될 수 없다고 결정하였다.

이 사건에서 프랑스 대법원은 2012년 파리 항소법원의 결정을 인용하면서 다음과 같은 두 가지 사실을 분명히 설시하였다. 첫째, 관련 상품을 판매하는 모든 유통사업자가 재판매가격유지행위에 참여해야만 하는 것은 아니라는 것이다. 프랑스 공정거래위원회가 관련된 모든 유통사업자가 재판매가격유지행위에 참여했다는 것을 입증하지 않는다고 할지라도 재판매가격이 실제로 상당한 정도로 적용되었다는 증거가 있으면 이로써 충분하다는 것이다. 따라서 재판매가격유지행위가 법 위반이 되기 위해서 모든 유통사업자가 제조사업자의 가격정책을 준수하지 않는다고 할지라도 그 중 상당한 정도가 이를 준수하고 있다면 법 위반으로 판단하는데 있어 문제가 되지 않는다는 것이다. 둘째, 재판매가격유지행위가 중도에 중단된 적이 있다고 하더라도 이는 전체적인 위반기간을 산정하는데 있어서 영향을 미치지 않는다는 것이다. 즉, 재판매가격유지행위가 위반 기간 동안 중도에 중단된 적이 있다고 할지라도 계속적인 법 위반으로 결정하는데 문제가 되지 않는다는 것이다. 따라서 법원은 경쟁법 집행기관은 법 위반을 입증하기 위해서 위반행위가 해당 기간 동안 모든 유통사업자들에 대해서 계속적으로 지속되었음을 입증할 필요는 없다고 결정하였다.

2. 개와 고양이 사료 사건(2013)

3개사의 개와 고양이 사료 제조 및 공급사업자들은((Nestle Purina Petcare France SAS, Royal Canin SAS and Hill's Pet Nutrition SNC)) 소매유통사업자들의 공동대표구매단체와 소매유통 가격에 대한 협의를 통해 그 도매가격을 결정한 후, 이를 도매유통사업자들에게 통지하였다. 이로 인해 도매유통사업자들은 정해진 도매가격으로 소매유통사업자들에게 사료를 판매 및 공급하였다.²⁵⁾

프랑스 경쟁국은 이를 최저재판매가격유지행위로서 유럽공동체연합기능조약 제101조 및 프랑스 관련법 위반이라고 결정하고 3천 5백 3십만 유로에 달하는 벌금을 부과하였다. 가담 사업자들은 항소하였으나 2013년 10월 파리 항소법원은 위 결정을 인용하였다.²⁶⁾ 즉 개와 고양이 사료 제조 및 공급사업자들이 소매유통사업자의 공동대표구매단체와 도매가격을 결정하고, 그 도매가격을 도매유통사업자로 하여금 부과하도록 함으로써 도매유통사업자들의 가격결정의 자유를 침해했다는 것이다.

IV. 결 어

프랑스 경쟁국은 재판매가격유지행위에 대하여 매우 엄격한 기준을 적용하고 있다. 미국 연방 대법원이 2007년 Leegin 사건²⁷⁾에서 최저재판매가격유지행위의 경쟁 촉진적 측면에 대한 단서를 제공하여 판단기준을 당연위법에서 합리의 원칙(rule of reason)으로 변환한 것이 유럽지역에 영향을 준 것은 사실이다. 하지만 여전히 가격경쟁에 초점을 둔 법 집행은 서비스 품질이나 브랜드 이미지 등을 통한 경쟁에 대해 소홀한 태도를 보이고 있다.

이는 아마도 경쟁제한적인 요소와 불공정거래 요소를 고려하고 있는 이원적 규제체계 속에서 특히 후자의 당연위법의 법 적용 태도가 그 법 적용의 변화에 장애로 작용하고 있는 것이 아닌가

25) 이외에도 도매유통사업자들의 판매지역제한 등의 행위가 법 위반으로 문제가 되었다.

26) Paris Court of Appeals, 10 October 2010, RG No. 2012/07909. French Competition Authority, decision No. 12-D-10 dated 20 March 2012, relating to practices in the sale of dry dog and cat food in specialist retail.

27) Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc., 551 U.S. 877 (2007). 우리나라 대법원은 최근 독점규제법 제29조의 해석과 관련하여 최저재판매가격유지행위도 정당성이 있는 경우 허용될 수 있다고 하면서 정당성 즉, 경쟁 촉진성의 입증책임을 최저재판매가격유지행위를 한 사업자에게 지우고 있다. 대법원 2010. 11. 25. 선고 2009두9543 판결.



생각된다. 특히 프랑스에서 사업을 전개하는 외국사업자들은 최저재판매가격유지행위와 관련하여 상당한 주의를 기울일 필요가 있을 것으로 생각된다.

김 남 우

(LG전자(주) 미국 변호사, SJD)

참고문헌

- French Competition Authority, Decision No. 12-D-10, 20 March 2012.
- French Competition Authority, Decision No. 07-D-06, 28 February 2007.
- French Competition Authority, Decision No. 06-D-04, 13 March 2006.
- French Competition Authority, Decision No. 05-D-55, 12 October 2005.
- French Competition Authority, Decision No. 00-D-75, 6 February 2001.
- French Supreme Court, 31 October 2000, Bull. Crim.
- Paris Court of Appeals, 26 January 2012, RG No. 2010/23945.
- Paris Court of Appeals, 10 October 2010, RG No. 2012/07909.