



Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEHO ADVOKÁTA
NILS WAHL
prednesené 26. júla 2017¹

Vec C-230/16

**Coty Germany GmbH
proti
Parfümerie Akzente GmbH**

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Vyšší krajský súd Frankfurt nad Mohanom, Nemecko)]

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania – Hospodárska súťaž – Kartely – Článok 101 ods. 1 ZFEÚ – Selektívna distribúcia – Ustanovenie zakazujúce maloobchodným predajcom využívať v rámci predaja cez internet neautorizovanú tretiu osobu – Výhoda skupinovej výnimky stanovená nariadením (EÚ) č. 330/2010 – Článok 4 písm. b) a c)“

1. Rastúce používanie elektronických trhov (*marketplaces*) alebo platforiem nezávislých od výrobcov² niektorými distribútormi prirodzene viedlo mnoho vnútroštátnych orgánov a súdov³ k položeniu si otázky, či má dodávateľ možnosť zakázať autorizovaným predajcom v rámci selektívnej distribučnej siete využívať neautorizované tretie spoločnosti.

2. Tento návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý vyzýva k „prehodnoteniu“ zákonnosti selektívnych distribučných systémov z hľadiska pravidiel hospodárskej súťaže na základe najnovšieho vývoja v odvetví elektronického obchodu, ktorého možné hospodárske dôsledky nesmieme podceňovať⁴, je toho dokonalým príkladom.

¹ Jazyk prednesu: francúzština

² Spomedzi najznámejších subjektov spomeniem napríklad Amazon, eBay alebo tiež PriceMinister. Európska komisia však vo svojej Záverečnej správe o odvetvovom prieskume týkajúcom sa elektronického obchodu, uverejnenej 10. mája 2017 [COM(2017) 229 final], uviedla, že používanie elektronických trhov/platforiem tretích strán zohráva dôležitejšiu úlohu v niektorých krajinách, napríklad v Nemecku (62 % maloobchodných predajcov, ktorí sa zúčastnili na prieskume, používa elektronické trhy), Spojenom kráľovstve (43 %) a Poľsku (36 %) na rozdiel od iných krajín, ako napríklad Talianska a Rakúska (13 %), ako aj Belgicka (4 %). Správa tiež zdôrazňuje skutočnosť, že platformy tretích strán sú ako kanál predaja dôležitejšie pre menších a stredne veľkých maloobchodných predajcov než pre veľkých distribútorov.

³ Okrem rozhodnutí, ktoré sú základom tohto návrhu na začatie prejudiciálneho konania, spomeniem napríklad rozhodnutia skôr prijaté súdmi a orgánmi na ochranu hospodárskej súťaže v Nemecku [pozri najmä rozsudok Kammergericht Berlin (Vyšší krajský súd Berlín, Nemecko) z 19. septembra 2013 vo veci Scout (U 8/09 Kart.) a rozsudok Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Vyšší krajský súd Frankfurt nad Mohanom) z 22. decembra 2015 vo veci Deuter (U 84/14), ako aj rozhodnutia Bundeskartellamt (Spolkový úrad na ochranu hospodárskej súťaže, Nemecko) z 27. júna 2014 vo veci Adidas (B3-137/12) a z 26. augusta 2015 vo veci ASICS (B2-98/11)] a vo Francúzsku [pozri najmä rozhodnutie Autorité de la concurrence (Úrad pre hospodársku súťaž) č. 14-D-07 z 23. júla 2014 o postupoch uplatňovaných v odvetví distribúcie čiernej elektroniky, najmä televízorov, a rozsudok Cour d'appel de Paris (Odvolací súd Paríž) z 2. februára 2016, Caudalie (č. 15/01542)].

⁴ Podľa uvedenej správy Komisie sú selektívne distribučné systémy v Európskej únii veľmi rozšírené a používané mnohými výrobcami. Neobmedzujú sa len na určitú kategóriu tovarov, ale vo veľkej miere sa používajú na distribúciu „luxusného“ značkového tovaru, ako sú odevy, obuv a kozmetika. V tomto kontexte sa zdá, že mnohí distribútori poukazujú na dohody s dodávateľmi uzavreté s cieľom obmedziť prístup k elektronickým trhom alebo platformám tretích strán.

3. Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Vyšší krajský soud Frankfurt nad Mohanom, Nemecko) sa týmto návrhom pýta Súdneho dvora na výklad článku 101 ods. 1 ZFEÚ, ako aj článku 4 písm. b) a c) nariadenia (EÚ) č. 330/2010⁵.

4. Uvedený návrh bol predložený v rámci sporu medzi spoločnosťou Coty Germany GmbH, popredným dodávateľom luxusných kozmetických výrobkov v Nemecku, a spoločnosťou Parfümerie Akzente GmbH, autorizovaným distribútorom uvedených výrobkov, ktorý sa týka zákazu uloženého tomuto distribútorovi využívať na internetový predaj zmluvných výrobkov navonok viditeľným spôsobom neautorizované tretie spoločnosti.

5. Súdnemu dvoru je konkrétnejšie položená otázka, či a v akom rozsahu predstavujú selektívne distribučné systémy, ktoré sú zamerané na luxusný a prestížny tovar a slúžia primárne na zachovanie „luxusného dojmu“ tohto tovaru, aspekty hospodárskej súťaže zlučiteľné s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ. Súdny dvor má v tomto kontexte určiť, či je absolútny zákaz, uložený členom selektívneho distribučného systému, ktorí pôsobia na maloobchodnej úrovni, využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti bez ohľadu na to, či sa v konkrétnom prípade porušujú legitímne požiadavky výrobcu na kvalitu, v súlade s uvedeným ustanovením. Súdny dvor má okrem toho určiť, či sa má článok 4 písm. b) a c) nariadenia č. 330/2010 vykladať v tom zmysle, že takýto zákaz predstavuje tzv. obmedzenie „na základe cieľa“ týkajúce sa okruhu zákazníkov maloobchodníka a/alebo pasívneho predaja konečným užívateľom.

6. V tejto súvislosti táto vec poskytuje Súdnemu dvoru možnosť spresniť, či rozsudok Pierre Fabre Dermo-Cosmétique⁶, ktorý, ako uviedol vnútroštátny súd, bol orgánmi hospodárskej súťaže a vnútroštátnymi súdmi vykladaný rozdielne, s ohľadom na pravidlá Únie v oblasti hospodárskej súťaže zásadným spôsobom zmenil alebo nezmenil chápanie obmedzení špecifických pre akýkoľvek selektívny distribučný systém, ktoré sú založené na kvalitatívnych kritériách.

Právny rámec

Nariadenie č. 330/2010

7. V odôvodneniach 3 až 5 nariadenia č. 330/2010 sa uvádza:

- „(3) Do kategórie dohôd, ktoré možno považovať za dohody zvyčajne spĺňajúce podmienky stanovené v článku 101 ods. 3 [ZFEÚ], patria vertikálne dohody o nákupe alebo predaji tovarov alebo služieb, ak sú tieto dohody uzatvorené medzi nekonkurujúcimi podnikmi, medzi určitými konkurentmi alebo určitými združeniami maloobchodníkov s tovarom. Patria sem aj vertikálne dohody, ktoré obsahujú vedľajšie dojednania o poskytnutí alebo využívaní práv duševného vlastníctva. Pojem ‚vertikálne dohody‘ by mal zahŕňať aj príslušné zosúladené postupy.
- (4) Na účely uplatnenia článku 101 ods. 3 zmluvy prostredníctvom nariadenia nie je potrebné vymedziť vertikálne dohody, ktoré by mohli spadať do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 [ZFEÚ]. Pri individuálnom posudzovaní dohôd podľa článku 101 ods. 1 [ZFEÚ] sa musí zohľadniť niekoľko faktorov a najmä štruktúra trhu na strane ponuky a dopytu.
- (5) Výhoda skupinovej výnimky ustanovenej týmto nariadením by sa mala obmedziť a poskytnúť len tým vertikálnym dohodám, v prípade ktorých je možné s dostatočnou istotou predpokladať, že spĺňajú podmienky článku 101 ods. 3 [ZFEÚ].“

5 Nariadenie Komisie z 20. apríla 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov (Ú. v. EÚ L 102, 2010, s. 1).

6 Rozsudok z 13. októbra 2011 (C-439/09, EU:C:2011:649).

8. Článok 1 ods. 1 nariadenia č. 330/2010 stanovuje:

„Na účely tohto nariadenia sa uplatňujú tieto vymedzenia pojmov:

- a) ‚vertikálne dohody‘ sú dohody alebo zosúladené postupy dvoch alebo viacerých podnikov, z ktorých každý na účely tejto dohody alebo zosúladeného postupu pôsobí na inej úrovni výrobného alebo distribučného reťazca, a ktoré sa týkajú podmienok, za ktorých strany môžu kupovať, predávať alebo ďalej predávať určité tovary alebo služby;
- b) ‚vertikálne obmedzenia‘ sú obmedzenia hospodárskej súťaže vo vertikálnej dohode, ktoré spadajú do rozsahu pôsobnosti článku 101 ods. 1 [ZFEÚ];

...

- e) ‚selektívny distribučný systém‘ je distribučný systém, v ktorom sa dodávateľ zaväzuje predávať zmluvné tovary alebo služby, či už priamo alebo nepriamo, iba distribútorom vybraným na základe určených kritérií a v ktorom sa títo distribútori zaväzujú nepredávať tieto tovary alebo služby neautorizovaným distribútorom na území, ktoré dodávateľ vyhradil na prevádzku tohto systému;

...“

9. Článok 2 ods. 1 uvedeného nariadenia stanovuje:

„Podľa článku 101 ods. 3 [ZFEÚ] a s výhradou ustanovení tohto nariadenia sa týmto vyhlasuje, že článok 101 ods. 1 [ZFEÚ] sa nevzťahuje na vertikálne dohody.

Táto výnimka platí v rozsahu, v akom takéto dohody obsahujú vertikálne obmedzenia.“

10. Podľa článku 3 ods. 1 toho istého nariadenia:

„Výnimka podľa článku 2 platí pod podmienkou, že trhový podiel dodávateľa nepresahuje 30 % relevantného trhu, na ktorom predáva zmluvné tovary alebo služby, a trhový podiel kupujúceho nepresahuje 30 % relevantného trhu, na ktorom kupuje zmluvné tovary alebo služby.“

11. Článok 4 nariadenia č. 330/2010, nazvaný „Obmedzenia, ktoré vedú k odňatiu výhody skupinovej výnimky (závažné obmedzenia)“, uvádza:

„Výnimka podľa článku 2 sa nevzťahuje na vertikálne dohody, ktoré priamo alebo nepriamo, samostatne alebo v kombinácii s inými faktormi pod kontrolou strán, majú za cieľ:

...

- b) obmedzenie územia alebo okruhu zákazníkov, na ktorom alebo ktorým môže kupujúci, ktorý je stranou dohody, predávať zmluvné tovary alebo služby, pričom týmto nie je dotknuté obmedzenie kupujúceho na miesto usadenia, a s výnimkou:

...

- iii) obmedzenie predajov neautorizovaným distribútorom členmi selektívneho distribučného systému na území, ktoré dodávateľ vyhradil na prevádzku tohto systému, a

...

- c) obmedzenie aktívnych alebo pasívnych predajov konečným užívateľom členmi selektívneho distribučného systému uplatňovaného na maloobchodnej úrovni obchodu bez toho, aby bola dotknutá možnosť zakázať členovi systému pôsobiť z miesta usadenia, ktoré nebolo povolené;

...“

Usmernenia o vertikálnych obmedzeniach

12. Podľa bodu 51 usmernení o vertikálnych obmedzeniach⁷, ktoré Komisia uverejnila súbežne s prijatím nariadenia č. 330/2010, „pasívny“ predaj znamená reagovanie na nevyžiadané požiadavky jednotlivých zákazníkov vrátane dodávky tovaru alebo služieb týmto zákazníkom. Podľa toho istého bodu „pasívny“ predaj znamená reagovanie na nevyžiadané požiadavky jednotlivých zákazníkov vrátane dodávky tovaru alebo služieb týmto zákazníkom.

13. V bode 52 usmernení sa uvádza, že internet je účinným nástrojom, ktorý v porovnaní s tradičnými metódami predaja umožňuje osloviť väčší počet a rôznorodosť zákazníkov, čo vysvetľuje, prečo sú určité obmedzenia v oblasti využívania internetu považované za obmedzenia (ďalšieho) predaja. V tretej vete tohto bodu 52 sa uvádza, že ak distribútor vo všeobecnosti využíva webové stránky na predaj výrobkov, považuje sa to za formu pasívneho predaja, pretože ide o primeraný spôsob, akým môžu zákazníci osloviť distribútora.

14. Bod 54 usmernení stanovuje:

„Na základe [nariadenia č. 330/2010] však dodávateľ môže pri využívaní internetu na ďalší predaj svojho tovaru požadovať dodržiavanie noriem kvality, rovnako ako má aj právo požadovať dodržiavanie určitých noriem kvality v súvislosti s obchodom, predajom prostredníctvom katalógu alebo reklamou či propagáciou vo všeobecnosti. To môže byť dôležité najmä pri selektívnej distribúcii. Na základe skupinovej výnimky dodávateľ môže napríklad požadovať od svojich distribútorov, aby mali v prípade, že sa chcú stať členmi jeho distribučného systému, k dispozícii jeden alebo viacero kamenných obchodov alebo výstavné miestnosti. ... Podobne môže dodávateľ požadovať, aby jeho distribútori využívali na distribúciu zmluvných výrobkov platformy tretích strán, a to iba v súlade s normami a podmienkami, na ktorých sa dodávateľ a jeho distribútori dohodli v súvislosti s využívaním internetu distribútormi. Pokiaľ je napríklad webová stránka distribútora spravovaná na platforme tretej strany, dodávateľ môže požadovať, aby zákazníci nenavštevovali webové stránky distribútora cez stránku s názvom či logom platformy tretej strany.“

15. V bode 56 usmernení je vysvetlené, že závažné obmedzenie stanovené v článku 4 písm. c) nariadenia č. 330/2010 vylučuje obmedzenie aktívneho alebo pasívneho predaja konečným používateľom, či už sa jedná o profesionálnych konečných používateľov alebo konečných spotrebiteľov, členmi selektívnej distribučnej siete bez toho, aby tým bola dotknutá možnosť zakázať členovi siete, aby pôsobil z nepovoleného miesta podnikania. V tretej vete tohto bodu 56 je spresnené, že v rámci systému selektívnej distribúcie by mali mať obchodníci možnosť slobodne predávať, tak aktívne, ako aj pasívne, všetkým konečným používateľom aj prostredníctvom internetu. Komisia preto považuje za závažné obmedzenie každú povinnosť, ktorá odrádza schválených obchodníkov od používania internetu na získanie väčšieho počtu a rôznorodosti zákazníkov tým, že im stanovuje kritériá pre on-line predaj, ktoré celkovo nezodpovedajú kritériám stanoveným pre predaj z kamenného obchodu.

16. Napokon v bode 176 usmernení sa uvádza, že tak dohody o kvalitatívnej selektívnej distribúcii, ako aj dohody o kvantitatívnej selektívnej distribúcii sú predmetom výnimky podľa nariadenia č. 330/2010, pričom táto výnimka sa uplatňuje „bez ohľadu na povahu daného výrobku a bez ohľadu na povahu kritéria výberu“. Avšak tam, kde charakteristiky daného výrobku nevyžadujú selektívnu distribúciu

⁷ Ú. v. EÚ C 130, 2010, s. 1, ďalej len „usmernenia“.

alebo nevyžadujú uplatňované kritériá, ako napríklad požiadavky, aby distribútori disponovali jedným alebo viacerými kamennými obchodmi alebo aby poskytovali osobitné služby, takýto systém distribúcie spravidla nespôsobuje dostatočné pozitívne efekty, aby sa vyrovnalo výrazné obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky. Ak sa vyskytnú účinky výrazne narúšajúce hospodársku súťaž, výhody vyplývajúce z nariadenia o skupinovej výnimke sa pravdepodobne zrušia.

Spor vo veci samej, prejudiciálne otázky a konanie pred Súdnym dvorom

17. Coty Germany je jedným z hlavných dodávateľov luxusnej kozmetiky v Nemecku. Prostredníctvom selektívnej distribučnej siete predáva určité značky tohto odvetvia na základe zmluvy o distribúcii, ktorú táto spoločnosť a s ňou prepojené spoločnosti jednotne používajú v Európe. Túto zmluvu dopĺňajú rôzne osobitné zmluvy určené na organizovanie uvedenej siete.

18. Parfümerie Akzente ako autorizovaný maloobchodník už mnoho rokov predáva výrobky spoločnosti Coty Germany, a to tak v kamenných predajniach, ako aj na internete. Internetový predaj sa uskutočňuje sčasti prostredníctvom jej vlastného internetového obchodu a sčasti prostredníctvom platformy „amazon.de“.

19. Z rozhodnutia vnútroštátneho súdu vyplýva, že v úvode zmluvy o selektívnej distribúcii Coty Germany odôvodňuje svoj selektívny distribučný systém konkrétne tým, že „povaha značiek Coty Prestige vyžaduje selektívnu distribúciu, ktorej cieľom je zachovať luxusný dojem spojený s týmito značkami“.

20. V tejto súvislosti, pokiaľ ide o kamenné obchody, zmluva o selektívnej distribúcii stanovuje, že každé predajné miesto distribútora musí byť schválené spoločnosťou Coty Germany, čoho predpokladom je dodržanie určitých požiadaviek týkajúcich sa životného prostredia, vybavenia a usporiadania, ktoré sú vymenované v článku 2 uvedenej zmluvy.

21. Konkrétne podľa článku 2.1.3 zmluvy o distribúcii „vybavenie a usporiadanie predajného miesta, ponuka produktov, reklama a prezentácia produktov na predaj musí zhodnocovať a upevňovať luxusný charakter značiek Coty Prestige. Pri posudzovaní tohto kritéria sa zohľadňujú najmä fasády, vybavenie interiéru, podlahy, steny a stropy, nábytok, ako aj predajná plocha a osvetlenie, a napokon celkový dojem poriadku a čistoty“.

22. Článok 2.1.6 zmluvy o distribúcii spresňuje, že „označenie predajne, či už názvom spoločnosti alebo dodatkami či firemnými sloganmi, nemôže vzbudzovať dojem obmedzeného sortimentu, nižšej kvality vybavenia alebo nedostatočného poradenstva a v každom prípade musí byť umiestnené tak, aby výzdoba a vitríny distribútora neboli zakryté“.

23. Okrem toho zmluvný rámec spájajúci zmluvné strany obsahuje dodatok týkajúci sa predaja cez internet, ktorého článok 1.3 stanovuje, že „distribútor nie je oprávnený používať iný názov alebo využiť tretiu spoločnosť, ktorá nebola schválená“.

24. V marci 2012 Coty Germany prepracovala zmluvy upravujúce selektívnu distribučnú sieť, ako aj tento dodatok, pričom v prvom pododseku ustanovenia I.1 tohto dodatku stanovila, že „distribútor je oprávnený ponúkať a predávať produkty na internete, avšak len pod podmienkou, že sa tento internetový predaj uskutočňuje prostredníctvom „elektronického výkladu“ autorizovanej predajne a zachová sa pri tom luxusná povaha produktov“. Okrem toho bod I.1.3 uvedeného dodatku výslovne zakazuje používanie iného obchodného mena, ako aj navonok viditeľné zapojenie tretej spoločnosti, ktorá nie je autorizovaným distribútorom Coty Prestige. V poznámke k tomuto ustanoveniu sa uvádza, že „distribútorovi sa preto zakazuje nadviazať spoluprácu s tretími stranami, ak sa takáto spolupráca týka prevádzkovania webovej stránky a je viditeľná navonok“.

25. Keďže Parfümerie Akzente odmietla schváliť tieto zmeny v zmluve o distribúcii, Coty Germany podala na vnútroštátny súd prvého stupňa žalobu, ktorou sa domáhala toho, aby jej súd na základe uvedeného bodu I.1.3 uložil zákaz distribúcie produktov spornej značky prostredníctvom platformy „amazon.de“.

26. Rozsudkom z 31. júla 2014 príslušný vnútroštátny súd prvého stupňa, konkrétne Landgericht Frankfurt am Main (Krajinský súd Frankfurt nad Mohanom, Nemecko), zamietol návrh z dôvodu, že predmetné zmluvné ustanovenie je v rozpore s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ a s § 1 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (zákon proti obmedzeniam hospodárskej súťaže).

27. Tento súd sa predovšetkým domnieval, že v súlade s rozsudkom z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), cieľ zachovania dojmu prestíže značky nemôže odôvodniť zavedenie selektívneho distribučného systému, ktorý už zo svojej podstaty obmedzuje hospodársku súťaž. Podľa vnútroštátneho súdu prvého stupňa je sporné zmluvné ustanovenie aj závažným obmedzením v zmysle článku 4 písm. c) nariadenia č. 330/2010, a teda naň nemožno uplatniť skupinovú výnimku na základe tohto nariadenia.

28. Okrem toho podľa vnútroštátneho súdu prvého stupňa nie sú splnené ani podmienky individuálnej výnimky, keďže nebolo preukázané, že celkové vylúčenie internetového predaja prostredníctvom platforiem tretích strán má za následok zvýšenie efektívnosti takej povahy, aby kompenzovalo nevýhody pre hospodársku súťaž vyplývajúce zo sporného ustanovenia. Tento súd sa domnieva, že celkový zákaz stanovený týmto ustanovením nie je potrebný, keďže existujú iné rovnako vhodné prostriedky, ktoré však menej obmedzujú hospodársku súťaž, ako napríklad uplatnenie osobitných kvalitatívnych kritérií pre platformy tretích strán.

29. Za týchto podmienok a v rámci odvolania, ktoré podala Coty Germany proti rozhodnutiu vnútroštátneho súdu prvého stupňa, Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Vyšší krajinský súd Frankfurt nad Mohanom) rozhodol prerušiť konanie a položiť Súdnemu dvoru tieto prejudiciálne otázky:

„1. Môžu selektívne distribučné systémy, ktoré sú zamerané na distribúciu luxusného a prestížneho tovaru a slúžia primárne na zachovanie ‚luxusného dojmu‘ uvedeného tovaru, predstavovať aspekt hospodárskej súťaže zlučiteľný s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ?

2. V prípade kladnej odpovede na prvú prejudiciálnu otázku:

Môže ísť o aspekt hospodárskej súťaže zlučiteľný s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, keď sa členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni absolútne zakazuje, aby na internetový predaj využívali navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, bez ohľadu na to, či sa v konkrétnom prípade porušujú legitímne požiadavky výrobcu na kvalitu?

3. Má sa článok 4 písm. b) nariadenia [č. 330/2010] vykladať v tom zmysle, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, predstavuje obmedzenie okruhu zákazníkov maloobchodníka na základe cieľa?

4. Má sa článok 4 písm. c) nariadenia (EÚ) č. 330/2010 vykladať v tom zmysle, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, predstavuje obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom na základe cieľa?“

30. Spoločnosti Coty Germany, Parfümerie Akzente, nemecká, francúzska, talianska, luxemburská, holandská a rakúska vláda, ako aj Komisia predložili Súdnemu dvoru písomné pripomienky.

31. Na pojednávaní, ktoré sa uskutočnilo 30. marca 2017, sa zúčastnili spoločnosti Coty Germany, Parfümerie Akzente, nemecká, francúzska, talianska, luxemburská, holandská a švédka vláda, ako aj Komisia.

Analýza

Úvodné poznámky a všeobecné úvahy o zásadách, ktorými sa musí riadiť uplatnenie článku 101 ZFEÚ na selektívne distribučné systémy

32. Vo všeobecnosti je cieľom pravidiel hospodárskej súťaže – a osobitne článku 101 ZFEÚ – zabrániť narúšaniu hospodárskej súťaže, pričom hospodárska súťaž, ktorá sleduje cieľ podpory hospodárskej efektívnosti a *in fine* blaha spotrebiteľov, musí nielen umožniť zavedenie čo najnižších cien, ale musí byť aj prostriedkom na zabezpečenie rôznorodosti výberu produktov, optimalizácie ich kvality a poskytovaných služieb, ako aj stimulácie inovácií. Európske právo hospodárskej súťaže neupravuje hospodársku súťaž na základe cien ako jediný možný model.

33. Súdny dvor v tejto súvislosti už dávnejšie rozhodol, že hoci je hospodárska súťaž na základe cien dôležitá, nepredstavuje jedinú účinnú formu hospodárskej súťaže, ani formu, ktorej treba za každých okolností prisúdiť úplnú prioritu⁸. Existujú tak legitímne požiadavky, ako je udržanie špecializovaného obchodu schopného poskytnúť osobitné služby v súvislosti s výrobkami, ktoré sú kvalitatívne alebo technicky na vysokej úrovni, pričom ide o požiadavky, ktoré odôvodňujú obmedzenie hospodárskej súťaže na základe cien v prospech hospodárskej súťaže v súvislosti s inými prvkami⁹.

34. Pri posudzovaní selektívnych distribučných systémov treba vychádzať práve z tejto premisy.

35. Tieto systémy sú definované ako distribučné systémy, v ktorých sa na jednej strane dodávateľ (často označovaný ako „vodca siete“) zaväzuje predávať zmluvné tovary alebo služby iba distribútorom vybraným na základe určených kritérií a na druhej strane sa títo distribútori zaväzujú nepredávať tieto tovary alebo služby neautorizovaným distribútorom na území vyhradenom dodávateľom¹⁰.

36. Od vydania rozsudku Consten a Grundig/Komisia¹¹ je riadne ustálené, že dohoda vertikálnej povahy uzatvorená medzi podnikmi, ktoré nie sú na rovnakej úrovni, môže obmedzovať hospodársku súťaž medzi týmito podnikmi alebo medzi jedným z týchto podnikov a tretími stranami. Nemožno teda *a priori* vylúčiť, že zmluvné ustanovenia zahrnuté v zmluvách o selektívnej distribúcii obsahujú obmedzenia hospodárskej súťaže, na ktoré sa môže vzťahovať najmä zákaz protisúťažných kartelov. Pokiaľ ide o samotnú uplatniteľnosť kartelového práva na definíciu kritérií výberu vypracovaných v kontexte distribučných sietí, je nesporné, že keďže tento výber vyplýva zo zmluvných ustanovení zmlúv podpísaných medzi vodcom siete a jeho autorizovanými distribútormi, môže sa naň vzťahovať zákaz kartelov¹².

⁸ Pozri rozsudok z 25. októbra 1977, Metro SB-Großmärkte/Komisia (26/76, EU:C:1977:167, bod 21).

⁹ Pozri najmä rozsudky z 25. októbra 1983, AEG-Telefunken/Komisia (107/82, EU:C:1983:293, bod 33), a z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, bod 40).

¹⁰ Pozri najmä článok 1 písm. e) nariadenia č. 330/2010.

¹¹ Rozsudok z 13. júla 1966 (56/64 a 58/64, EU:C:1966:41, s. 493).

¹² Pozri najmä rozsudok z 25. októbra 1983, AEG-Telefunken/Komisia (107/82, EU:C:1983:293). V bode 38 tohto rozsudku sa tak spresňuje, že „podobný prístup zo strany výrobcu nepredstavuje jednostranné správanie podniku, na ktoré... sa nevzťahuje zákaz [kartelov]. Je súčasťou... zmluvných vzťahov, ktoré má podnik s ďalšími predajcami“.

37. Súdny dvor však vždy pristupoval k selektívnym distribučným systémom založeným na kvalitatívnych kritériách s opatrnosťou¹³. Od svojho slávneho rozsudku vydaného vo veci Metro SB-Großmärkte/Komisia¹⁴ tak jasne uznal zákonnosť selektívnych distribučných systémov založených na kvalitatívnych kritériách z hľadiska kartelového práva.

38. Súdny dvor v tomto kontexte zdôraznil, že požiadavka nenarušenej hospodárskej súťaže pripúšťa, že povaha a intenzita hospodárskej súťaže sa môžu rôzniť v závislosti od predmetných výrobkov alebo služieb a od hospodárskej štruktúry dotknutých odvetvových trhov. Predovšetkým štruktúra trhu nebráni existencii diferencovaných distribučných kanálov prispôbených špecifikám jednotlivých výrobcov a potrebám rôznych kategórií spotrebiteľov. Súdny dvor svojím odôvodnením implicitne, ale nevyhnutne uznal, že obmedzenie hospodárskej súťaže v rámci značky (*intra-brand competition*) je možné pripustiť, ak je nevyhnutné na stimulovanie hospodárskej súťaže medzi značkami (*inter-brand competition*).

39. Opakovane tak rozhodol, že tieto systémy možno vyhlásiť za zlučiteľné s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sa predávajúci rozhodujú podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom a uplatňujú sa nediskriminačne.

40. Okrem toho v nadväznosti na určité usmernenia doktríny¹⁵, ktoré samé osebe vychádzali z analýz ekonómov¹⁶, sa najmä pri vytváraní novej generácie nariadení o skupinovej výnimke postupne ustanovilo, že takéto systémy majú z hľadiska hospodárskej súťaže vo všeobecnosti pozitívne účinky.

41. Tento vývoj, ktorý nie je špecifický pre právo Únie v oblasti hospodárskej súťaže¹⁷, sa zakladá najmä na týchto zisteniach.

42. Po prvé selektívne distribučné systémy v rozsahu, v akom schvaľujú distribútorov určitých výrobkov na základe kvalitatívnych kritérií požadovaných povahou týchto výrobkov, podporujú a chránia budovanie imidžu značky (*brand image*). Sú faktorom stimulácie hospodárskej súťaže medzi dodávateľmi značkových výrobkov, t. j. hospodárskej súťaže medzi značkami, keďže umožňujú výrobcovi efektívne organizovať distribúciu ich výrobkov a uspokojovať spotrebiteľov.

43. Selektívne distribučné systémy sú najmä v prípade výrobkov s unikátnymi vlastnosťami prostriedkom prenikania na trhy. Značky a osobitne luxusné značky totiž získavajú svoju pridanú hodnotu tým, že spotrebiteľia stabilne vnímajú ich vysokú kvalitu a exkluzivitu v ich prezentácii a uvádzaní na trh. Túto stabilitu pritom nemožno zaručiť, ak distribúciu uvedených výrobkov nezabezpečuje ten istý podnik. Dôvodom existencie selektívnych distribučných systémov je, že umožňujú expandovať distribúciu určitých výrobkov, a to najmä do oblastí geograficky vzdialených od miesta ich výroby, pričom zachovávajú túto stabilitu výberom podnikov oprávnených distribuovať zmluvné výrobky.

13 Stopu tohto relatívne flexibilného prístupu voči dohodám o selektívnej distribúcii možno nájsť už vo veci, v ktorej bol vyhlásený rozsudok z 30. júna 1966, LTM (56/65, EU:C:1966:38).

14 Pozri rozsudok z 25. októbra 1977 (26/76, EU:C:1977:167, bod 20).

15 Mohlo sa zdôrazniť, že ustanovenia práva a judikatúra týkajúce sa vertikálnych dohôd boli predmetom skutočnej „doktrínalnej vzbury“ (pozri v tejto súvislosti PETIT, N.: *Droit européen de la concurrence*. Montchrestien, 2013).

16 Spomedzi množstva štúdií spomeňme najmä TIROLE, J.: *The Theory of Industrial Organization*. The MIT Press, Cambridge, 1988, najmä s. 186. Autor predovšetkým konštatoval: „It seems important for economic theorists to develop a careful classification and operative criteria to determine in which environments certain vertical restraints are likely to lower social welfare.“

17 Najvyšší súd Spojených štátov amerických totiž vo svojom rozhodnutí *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc.* [551 US 877 (2007)], upustil od judikatúry „*Dr. Miles*“, ktorá až do tej doby zakazovala *per se* určité vertikálne obmedzenia a výslovne zakotvil „zásadu logického uvažovania“. Podľa tohto rozhodnutia „[t]he Court has abandoned the rule of *per se* illegality for other vertical restraints a manufacturer imposes on its distributors. Respected economic analysts, furthermore, conclude that vertical price restraints can have procompetitive effects. We now hold that *Dr. Miles* should be overruled and that vertical price restraints are to be judged by the rule of reason“.

44. Po druhé z hľadiska hospodárskej súťaže v rámci značky môže selektívna distribúcia z dôvodu rovnosti medzi autorizovanými distribútormi, vyplývajúcej zo v zásade objektívneho a nediskriminačného uplatňovania kritérií kvalitatívnej povahy, bezpochyby viesť k tomu, že všetky členské podniky budú podliehať podobným konkurenčným podmienkam selektívnej distribučnej siete, a teda k potenciálnemu zníženiu tak počtu distribútorov zmluvných výrobkov, ako aj hospodárskej súťaže v rámci značky, najmä pokiaľ ide o cenu. Pritom paradoxne čím prísnejšie sú kritériá výberu stanovené dodávateľom, tým viac sa dodávateľ v dôsledku zníženia distribúcie výrobkov, ktoré z toho vyplýva, vystavuje strate trhu a zákazníkov. Preto ak dodávateľ, ktorý je na čele siete, disponuje významnou „trhovou silou“, v zásade je vedený k „samoregulácii“ svojho správania v súlade s pravidlami hospodárskej súťaže.

45. V dôsledku toho sa možno domnievať, že selektívne distribučné systémy majú z hľadiska hospodárskej súťaže vo všeobecnosti neutrálne alebo dokonca pozitívne účinky.

46. Treba pripomenúť, že súlad selektívnych distribučných systémov s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ sa v konečnom dôsledku zakladá na myšlienke, že môže byť legitímne nezameriavať sa na hospodársku súťaž „prostredníctvom cien“ v prospech súťaže vzťahujúcej sa na iné aspekty kvalitatívnej povahy. Uznatie tohto súladu teda nemožno obmedziť len na výrobky vyznačujúce sa osobitnými fyzickými vlastnosťami. Na účely vymedzenia existencie alebo neexistencie obmedzenia hospodárskej súťaže nie sú rozhodujúce vnútorné vlastnosti predmetných výrobkov, ale skutočnosť, že sa toto obmedzenie zdá byť potrebné pre zachovanie riadneho fungovania distribučného systému, ktorého účelom je práve zachovávať imidž značky alebo kvality zmluvných výrobkov.

47. Stručne povedané, hoci sa po skončení povrchného a zároveň formálneho preskúmania mohli určité zmluvné povinnosti uložené maloobchodným predajcom v rámci selektívnych distribučných systémov ľahko považovať za potenciálne obmedzenia hospodárskej súťaže, keďže obmedzovali obchodnú slobodu dotknutých distribútorov, tak v judikatúre vytvorenej od rozsudku Metro SB-Großmärkte/Komisia¹⁸, ako aj v právnej úprave uplatniteľnej v oblasti skupinovej výnimky sa veľmi rýchlo ustanovilo, že selektívny distribučný systém založený na kvalitatívnych kritériách môže mať za určitých podmienok účinky prospešné pre hospodársku súťaž, a teda sa naň nevzťahuje zákaz kartelov uvedený v článku 101 ods. 1 ZFEÚ.

48. V tomto kontexte je potrebné zdôrazniť, že článok 101 ZFEÚ nemá za cieľ vymedziť alebo zakázať určité slobodne dohodnuté zmluvné povinnosti, ako vyplývajú zo zmluvy medzi distribútorom a jeho dodávateľom, ale zameriava sa predovšetkým na hospodárske dôsledky uvedeného správania z hľadiska hospodárskej súťaže. Rovnako tak skutočnosť, že dohoda o selektívnej distribúcii prípadne vytvára zmluvnú nerovnováhu medzi zmluvnými stranami, a to najmä na úkor autorizovaného distribútora, nie je relevantnou okolnosťou v rámci preskúmania účinkov tejto dohody obmedzujúcich hospodársku súťaž¹⁹.

49. Ako je to potom so špecifickou analýzou opatrení prijatých v rámci selektívnych distribučných systémov z hľadiska kartelového práva?

50. Preskúmanie správania podniku rozvinutého a stanoveného v kontexte selektívnej distribúcie z hľadiska článku 101 ZFEÚ sa musí schematicky vykonávať v dvoch etapách. Najskôr je potrebné preskúmať – ako nás k tomu vyzýva vnútroštátny súd svojou prvou a druhou prejudiciálnou otázkou – či sa na toto správanie môže vzťahovať zákaz kartelov stanovený v článku 101 ods. 1 ZFEÚ.

18 Rozsudok z 25. októbra 1977 (26/76, EU:C:1977:167).

19 Pozri v tomto zmysle komentár WAELBROECK, M., FRIGNANI, A.: *Le droit de la CE – Concurrence*. Éditions de l'Université de Bruxelles, collection „Commentaire J. Mégret“, Brusel, 1997, s. 171.

V prípade kladnej odpovede, t. j. v prípade, že by sa malo rozhodnúť, že sa na sporné obmedzenia vzťahuje toto ustanovenie, je potom potrebné – čo je *in fine* predmetom tretej a štvrtej prejudiciálnej otázky – určiť, či sa na sporné správanie môže vzťahovať výnimka podľa článku 101 ods. 3 ZFEÚ alebo nie.

51. Po prvé, pokiaľ ide o otázku, či je možné hneď od začiatku vyňať podmienky, ktoré vodca siete stanovil svojim distribútorom, zo zákazu kartelov alebo nie, Súdny dvor uznal, že pokiaľ ide o spotrebný tovar vysokej kvality, diferencované distribučné kanály prispôsobené špecifikám jednotlivých výrobcov a potrebám spotrebiteľov môžu byť v súlade s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ²⁰.

52. Ako Súdny dvor pripomenul aj vo svojej novšej judikatúre, organizácia selektívnej distribučnej siete nespadá do pôsobnosti zákazu v článku 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sa predávajúci rozhodujú podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim a uplatňujú sa nediskriminačným spôsobom, ak si vlastnosti výrobku v záujme zachovania jeho kvality a zabezpečenia jeho správneho používania vyžadujú existenciu takejto distribučnej siete a napokon, ak definované kritériá neprekračujú rámec toho, čo je nevyhnutné²¹.

53. Po druhé v prípade, že by súd dospel k záveru, že sporné opatrenie patriace do rámca selektívnej distribučnej siete nemôže byť už od začiatku vylúčené z uplatňovania článku 101 ZFEÚ, bude ešte potrebné určiť, či toto opatrenie patrí medzi opatrenia, na ktoré sa môže vzťahovať výnimka, a to najmä na základe príslušného nariadenia o „skupinovej“ výnimke, ktorým je v danom prípade nariadenie č. 330/2010.

54. V tejto súvislosti je potrebné poznamenať, že toto nariadenie o výnimke nemá v úmysle stanoviť zoznam správanií, ktoré môžu spadať do pôsobnosti zákazu uvedeného v článku 101 ZFEÚ alebo správanií, ktoré sú hneď od začiatku vyňaté z uplatnenia tohto ustanovenia. Ako sa zdôrazňuje v odôvodnení 4 uvedeného nariadenia, „pri individuálnom posudzovaní dohôd podľa článku 101 ods. 1 [ZFEÚ] sa musí zohľadniť niekoľko faktorov a najmä štruktúra trhu na strane ponuky a dopytu“.

55. Uvedené nariadenie však v záujme poskytnutia určitej právnej istoty dotknutým podnikom (pozri v tomto zmysle odôvodnenie 5 nariadenia č. 330/2010) uvádza informácie o opatreniach, ktorým nemožno hneď od začiatku poskytnúť výhodu výnimky podľa nariadenia, čo však nevylučuje možnosť udeliť týmto opatreniam individuálnu výnimku. S výhradou dodržania určitých prahových hodnôt týkajúcich sa trhového podielu tak dodávateľa, ako aj jeho distribútorov, ide o opatrenia zahŕňajúce „závažné obmedzenia“ uvedené v článku 4 tohto nariadenia.

56. Hoci sú tieto dve etapy analýzy samostatné, môžu sa istým spôsobom koncepčne prekrývať. Či už z hľadiska odseku 1, alebo z hľadiska odseku 3 článku 101 ZFEÚ sa totiž analýza sporného opatrenia zakladá na preskúmaní jeho predpokladaného alebo preukázaného stupňa škodlivosti. Obmedzenie pasívnych predajov distribútorov tak možno považovať nielen za obmedzenie „na základe cieľa“ v zmysle článku 101 ods. 1 ZFEÚ, ale aj za závažné obmedzenie, na ktoré sa nemôže vzťahovať výhoda skupinovej výnimky. Nič to nemení na skutočnosti, že na účely uplatnenia tohto ustanovenia sa musí kvalifikovanie obmedzenia „na základe cieľa“ odlišovať od existencie „závažného“ obmedzenia na účely uplatnenia prípadnej výnimky v zmysle nariadenia č. 330/2010. K tomu sa ešte vrátim v ďalších úvahách.

20 Pozri najmä rozsudky z 25. októbra 1977, Metro SB-Großmärkte/Komisia (26/76, EU:C:1977:167, bod 20), ako aj z 11. decembra 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289, body 15 a 16). Pozri tiež rozsudok z 27. februára 1992, Vichy/Komisia (T-19/91, EU:T:1992:28, body 32 a nasl.).

21 Rozsudok z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, bod 41 a citovaná judikatúra).

57. Napokon považujem za dôležité zdôrazniť, že usmernenia vypracované Komisiou, a najmä usmernenia o vertikálnych obmedzeniach, ktoré majú v tomto prípade nepochybne veľký význam, nemôžu samé osebe riadiť analýzu. Tieto usmernenia totiž nie sú pre orgány hospodárskej súťaže a súdy členských štátov záväzné, ale len objasňujú spôsob, akým bude samotná Komisia ako orgán pre hospodársku súťaž Únie uplatňovať článok 101 ZFEÚ²². Nemožno však vylúčiť možnosť, že Súdny dvor sa v rámci svojej úlohy spočívajúcej vo výklade práva Únie stotožní s usmerneniami a právnymi posúdeniami obsiahnutými v týchto usmerneniach.

58. Po uvedení týchto všeobecných spresnení prejdem k preskúmaniu jednotlivých otázok, ktoré položil vnútroštátny súd.

O prvej otázke: súlad systémov selektívnej distribúcie luxusného a prestížneho tovaru, ktoré slúžia primárne na zachovanie „luxusného dojmu“ uvedeného tovaru, s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ

59. Svojou prvou prejudiciálnou otázkou, ktorá je priamym odrazom rozdielnych výkladov rozsudku z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či sa na selektívne distribučné siete, ktoré sú zamerané na distribúciu luxusných a prestížnych výrobkov a slúžia primárne na zachovanie luxusného dojmu týchto výrobkov, vzťahuje zákaz uvedený v článku 101 ods. 1 ZFEÚ alebo nie.

60. V podstate tu existujú dva protichodné prístupy.

61. Na jednej strane Parfümerie Akzente a luxemburská vláda sa domnievajú, že zmluvy organizujúce systém selektívnej distribúcie pre predaj luxusných a prestížnych výrobkov, ktorého primárnym cieľom je zachovávať luxusný dojem uvedených výrobkov, nemôžu byť vylúčené z pôsobnosti zákazu stanoveného článkom 101 ods. 1 ZFEÚ. Tento záver má podľa nich pevnú oporu vo vyhlásení uvedenom v bode 46 tohto rozsudku Pierre Fabre Dermo-Cosmétique. V rovnakom zmysle nemecká vláda navrhuje odpovedať tak, že článok 101 ods. 1 ZFEÚ sa uplatňuje na požiadavky selektívnych distribučných systémov určené na zachovanie luxusného alebo prestížneho dojmu, pričom nie je potrebné preskúmať, či vlastnosti dotknutého výrobku vyžadujú zavedenie systému selektívnej distribúcie, či sa požiadavky vyžadované systémom uplatňujú nediskriminačne a či sú primerané, pokiaľ ide o zachovanie luxusného alebo prestížneho dojmu.

62. Na druhej strane Coty Germany, francúzska, talianska, holandská, rakúska a švédka vláda, ako aj Komisia sa v podstate domnievajú, že zmluvy organizujúce systém selektívnej distribúcie pre predaj luxusných a prestížnych výrobkov, ktorého primárnym cieľom je zachovávať luxusný dojem uvedených výrobkov, môžu byť vylúčené z pôsobnosti zákazu stanoveného článkom 101 ods. 1 ZFEÚ. Títo účastníci konania sa predovšetkým domnievajú, že z judikatúry vyplýva, že výrobky vysokej kvality, ktorých luxusný dojem spotrebiteľia oceňujú, si môžu vyžadovať zavedenie selektívnej distribučnej siete najmä na „zabezpečenie ich zhodnocujúcej prezentácie“ a zachovanie ich „luxusného dojmu“. Zdôrazňujú, že uvedený rozsudok Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, ktorý sa netýkal selektívneho distribučného systému v pravom zmysle slova, ale výlučne zmluvnej podmienky dotknutej v tejto veci, nemožno vykladať v tom zmysle, že ochrana luxusného dojmu dnes už nemôže odôvodňovať existenciu selektívnej distribučnej siete.

63. Podľa môjho názoru, pokiaľ nedôjde k podstatným zmenám zásad upravujúcich chápanie selektívnych distribučných systémov podľa pravidiel v oblasti hospodárskej súťaže, možno len súhlasiť s druhým stanoviskom, a teda odpovedať na prvú prejudiciálnu otázku, ako ju formuloval vnútroštátny súd, kladne.

²² Pozri v tomto zmysle najmä rozsudky z 28. júna 2005, Dansk Rørindustri a i./Komisia (C-189/02 P, C-202/02 P, C-205/02 P až C-208/02 P a C-213/02 P, EU:C:2005:408, bod 211); zo 14. júna 2011, Pflaier (C-360/09, EU:C:2011:389, bod 21), ako aj z 13. decembra 2012, Expedia (C-226/11, EU:C:2012:795, body 24 až 31).

64. V nadväznosti na to, čo som uviedol vyššie, musí byť možné považovať selektívne distribučné systémy za zlučiteľné so zákazom kartelov stanoveným v článku 101 ods. 1 ZFEÚ z dôvodu pozitívnych alebo prinajmenšom neutrálnych účinkov, ktoré majú z hľadiska hospodárskej súťaže.

65. V súlade s ustálenou judikatúrou Súdneho dvora²³ a Všeobecného súdu²⁴, ktorej závery a poznatky boli do veľkej miery prevzaté v bode 175 usmernení, sa na systémy čisto kvalitatívnej selektívnej distribúcie nevzťahuje zákaz uvedený v článku 101 ZFEÚ, ak sú splnené tri podmienky (ďalej len „kritériá Metro“).

66. Po prvé je potrebné preukázať, že vlastnosti dotknutého výrobku vyžadujú existenciu selektívneho distribučného systému v tom zmysle, že takýto systém predstavuje legitímnu požiadavku vzhľadom na povahu dotknutých výrobkov a najmä na ich vysokú kvalitatívnu alebo technickú úroveň na účely zachovania ich kvality a zabezpečenia správneho používania. Po druhé sa vyžaduje, aby sa predávajúci rozhodovali podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim a uplatňujú sa nediskriminačným spôsobom. Po tretie je potrebné, aby definované kritériá neprekračovali rámec toho, čo je nevyhnutné.

67. Hoci musí otázku splnenia týchto podmienok objektívne posúdiť vnútroštátny súd, Súdny dvor predsa len vyvodil niekoľko parametrov, ktoré možno zohľadniť pri posúdení súladu selektívnych distribučných systémov s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ.

68. Pokiaľ ide o kritérium týkajúce sa potreby selektívneho distribučného systému najmä s ohľadom na luxusné výrobky, kritérium primárne dotknuté v prejednávanej veci, treba pripomenúť, že Súdny dvor opakovane rozhodol, že selektívne distribučné systémy založené na kvalitatívnych kritériách môžu byť v odvetví výroby spotrebného tovaru vysokej kvality akceptované bez toho, aby bol porušený článok 101 ods. 1 ZFEÚ, predovšetkým na účely zachovania špecializovaného obchodu schopného poskytovať špecifické služby pre takéto výrobky²⁵.

69. Súdny dvor spresnil, že zachovanie „kvality“ výrobku môže aj bez ohľadu na to, či sú uvedené výrobky kvalifikované ako „luxusné“ výrobky, vyžadovať existenciu selektívneho distribučného systému²⁶.

70. Súlad selektívneho distribučného systému s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ tak môže byť daný špecifickými charakteristikami alebo vlastnosťami dotknutých výrobkov. Ako som už uviedol, tieto vlastnosti môžu spočívať nielen vo fyzických vlastnostiach daných výrobkov (napríklad výrobky vysokej technologickej kvality), ale aj v „luxusnom“ dojme výrobkov²⁷.

71. Ako uviedli niekoľkí účastníci konania, ktorí predložili pripomienky v tejto veci, tento záver je porovnateľný s úvahami, ktoré boli uvedené v judikatúre rozvinutej v oblasti práva ochranných znáмок, teda práva, ktoré je z dôvodu svojej osobitnej funkcie v rámci hospodárskej súťaže nepopierateľne vzájomne prepojené so zákazom kartelov. Ochranná známka má totiž v rozsahu, v akom zaručuje, že všetky ňou označené výrobky alebo služby boli vyrobené alebo poskytnuté pod kontrolou jediného podniku, ktorému možno pripísať zodpovednosť za ich kvalitu, postavenie základného prvku systému nenarušenej hospodárskej súťaže, ktorého zriadenie a udržanie je cieľom

23 Pozri najmä rozsudky z 25. októbra 1977, Metro SB-Großmärkte/Komisija (26/76, EU:C:1977:167, body 20 a 21); z 11. decembra 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289, body 15 a 16); z 25. októbra 1983, AEG-Telefunken/Komisija (107/82, EU:C:1983:293, bod 35), ako aj z 22. októbra 1986, Metro/Komisija (75/84, EU:C:1986:399, body 37 a 40).

24 Pozri najmä rozsudky z 12. decembra 1996, Leclerc/Komisija (T-19/92, EU:T:1996:190, body 111 až 120), a z 12. decembra 1996, Leclerc/Komisija (T-88/92, EU:T:1996:192, body 106 až 117).

25 Pozri najmä rozsudky z 25. októbra 1977, Metro SB-Großmärkte/Komisija (26/76, EU:C:1977:167, bod 20), a z 25. októbra 1983, AEG-Telefunken/Komisija (107/82, EU:C:1983:293, bod 33).

26 Pozri najmä rozsudok z 11. decembra 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289).

27 Pozri najmä rozsudok z 12. decembra 1996, Leclerc/Komisija (T-88/92, EU:T:1996:192, bod 109).

Zmluvy o FEÚ²⁸. V takom systéme musia byť podniky schopné pritiahnuť zákazníkov kvalitou svojich tovarov alebo služieb, čo je možné iba vďaka existencii rozlišovacích označení umožňujúcich identifikáciu týchto výrobkov a služieb. Na to, aby ochranná známka mohla splniť túto funkciu, musí zabezpečiť, aby všetky výrobky, ktoré sa ňou označujú, boli vyrobené pod kontrolou jediného podniku, ktorému možno pripísať zodpovednosť za ich kvalitu²⁹.

72. V kontexte práva ochranných známok Súdny dvor zdôraznil, že luxusné a prestížne výrobky nie sú vymedzené výlučne na základe ich materiálových vlastností, ale aj na základe ich osobitného vnímania spotrebiteľmi a konkrétnejšie na základe „dojmu luxusu“, ktorý v nich vyvolávajú. Prestížne výrobky totiž tvoria luxusné tovary, pričom luxusný dojem, ktorý z nich vyplýva, je základným prvkom preto, aby boli rozlíšené spotrebiteľom od iných podobných tovarov. Preto môže zásah do tohto dojmu luxusu ovplyvniť samotnú kvalitu týchto výrobkov. Súdny dvor sa už pritom v tejto súvislosti domnieval, že vlastnosti a podmienky systému selektívnej distribúcie môžu samy osebe zachovávať kvalitu a zabezpečovať správne používanie takýchto výrobkov³⁰.

73. Súdny dvor dospel k záveru, že keďže sa organizácia systému selektívnej distribúcie zameriava na zabezpečenie zhodnocujúcej prezentácie takýchto výrobkov v mieste predaja, „najmä, pokiaľ ide o umiestnenie, reklamu, prezentáciu výrobkov a obchodnú politiku“, môže prispieť k dobrému menu predmetných výrobkov, a teda k zachovaniu ich dojmu luxusu³¹.

74. Z tejto judikatúry vyplýva, že luxusné výrobky môžu vzhľadom na svoje vlastnosti a povahu vyžadovať zavedenie systému selektívnej distribúcie, aby sa zachovala ich kvalita a zabezpečilo ich správne používanie. Inými slovami, selektívne distribučné siete, ktoré sú zamerané na distribúciu luxusného a prestížneho tovaru a slúžia primárne na zachovanie imidžu značky uvedeného tovaru, nespádajú do pôsobnosti zákazu uvedeného v článku 101 ods. 1 ZFEÚ.

75. V rozpore s výkladom zastávaným niektorými z účastníkov konania, ktorí predložili pripomienky, tento záver nespochybňuje ani rozsudok z 13. októbra 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), a osobitne jeho bod 46, podľa ktorého „cieľ zachovať dojem prestíže nemôže predstavovať legitímny cieľ opodstatňujúci obmedzenie hospodárskej súťaže, a teda nemôže odôvodniť záver, že zmluvná podmienka, ktorá takýto cieľ sleduje, nespadá do pôsobnosti článku 101 ods. 1 ZFEÚ“.

76. Toto vyjadrenie viedlo k veľmi rozdielnym výkladom, o čom svedčia pripomienky predložené v tejto veci, ale aj stanoviská, ktoré zaujali mnohé vnútroštátne súdy a orgány hospodárskej súťaže³².

77. Zdá sa byť teda nanajvýš vhodné, k čomu vyzýva väčšina účastníkov konania, ktorí predložili pripomienky, aby Súdny dvor v tejto veci objasnil dosah tohto rozsudku tak vo vzťahu ku kontextu, ktorý viedol k jeho vydaniu, ako aj k odôvodneniu, ktoré Súdny dvor presne použil v uvedenom rozsudku.

28 Pozri v tomto zmysle najmä rozsudky z 23. mája 1978, *Hoffmann-La Roche* (102/77, EU:C:1978:108, bod 7), ako aj z 23. apríla 2009, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260, bod 22 a citovaná judikatúra).

29 Pozri predovšetkým rozsudok zo 17. októbra 1990, *HAG GF* (C-10/89, EU:C:1990:359, bod 13).

30 Pozri najmä rozsudok z 23. apríla 2009, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260, body 24 až 28).

31 Pozri rozsudok z 23. apríla 2009, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260, bod 29).

32 Odkazujem najmä na príklady citované v poznámke pod čiarou 3 vyššie.

78. Po prvé, pokiaľ ide o *skutkový kontext* rozsudku z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), pripomínam, že predmetom danej veci bola povinnosť, ktorú uložil výrobca kozmetických výrobkov a výrobkov osobnej hygieny svojim autorizovaným distribútorom a ktorá spočívala v preukázaní, že v ich predajniach bude stále fyzicky prítomný aspoň jeden kvalifikovaný farmaceut. Podľa Súdneho dvora, ktorý podporuje posúdenie uvedené francúzskym úradom pre hospodársku súťaž, táto požiadavka *de facto* absolútne vylučuje možnosť internetového predaja dotknutých výrobkov autorizovanými distribútormi³³.

79. Ako jasne vyplýva z prejudiciálnej otázky položenej Súdnu dvorom v tejto veci, spochybnená bola výlučne zmluvná podmienka týkajúca sa všeobecného a absolútneho zákazu internetového predaja zmluvných výrobkov konečným používateľom, uloženého autorizovaným distribútorom v rámci selektívnej distribučnej siete. Selektívny distribučný systém ako celok však nebol predmetom danej veci.

80. Po druhé, pokiaľ ide o *odôvodnenie* výslovne použité Súdny dvorom v tomto rozsudku Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, to sa týka len samotnej zmluvnej podmienky, ktorá zakazuje najmä predaj cez internet uvedený spoločnosťou Pierre Fabre. Súdny dvor nepovažoval samotnú skutočnosť, že zahrnutie uvedenej podmienky bolo odôvodnené potrebou zachovania dojmu prestíže dotknutých výrobkov, za legitímny cieľ opodstatňujúci obmedzenie hospodárskej súťaže. To však neznamená, že Súdny dvor mal v úmysle podrobiť hneď od začiatku zákazu kartelov uvedenému v článku 101 ods. 1 ZFEÚ distribučné systémy, ktorých cieľom je práve zachovávať imidž značky dotknutých výrobkov.

81. Treba uviesť, že Súdny dvor sa predovšetkým neodklonil od zásady, podľa ktorej má vodca selektívnej distribučnej siete v zásade voľnosť organizovať túto sieť, a teda od posúdenia, podľa ktorého sa podmienky uložené autorizovaným distribútorom musia považovať za zlučiteľné s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak spĺňajú podmienky sformulované Súdny dvorom.

82. Je ešte dôležitejšie uviesť, že nič vo vyjadrení použitom Súdny dvorom nenasvedčuje tomu, že by mal Súdny dvor v úmysle zmeniť alebo prinajmenšom obmedziť rozsah pôsobnosti zásad, ktoré boli dodnes vyvedené a rozvinuté v súvislosti s posudzovaním podmienok uložených autorizovaným distribútorom selektívnej distribučnej siete z hľadiska článku 101 ods. 1 ZFEÚ.

83. Inými slovami, rozsudok z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), sa nesmie vykladať ako odklon od predchádzajúcej judikatúry, keďže vyhlásenie uvedené v bode 46 tohto rozsudku je zasadené do kontextu preskúmania primeranosti zmluvnej podmienky konkrétne dotknutej vo veci samej (pozri najmä bod 43 uvedeného rozsudku).

84. Všetky tieto úvahy ma vedú k záveru, že selektívne distribučné systémy, ktorých cieľ spočíva v zachovaní luxusného dojmu výrobkov, môžu stále predstavovať aspekty hospodárskej súťaže zlučiteľné s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ. Z tohto rozsudku však treba vyvodiť, ako správne uviedla Komisia, že v závislosti od vlastností dotknutých výrobkov alebo v prípade mimoriadne závažných obmedzení, akým je celkový zákaz predaja cez internet vyplývajúci zo zmluvnej podmienky spornej v tom istom rozsudku Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, je možné, že cieľ sledujúci zachovanie dojmu prestíže dotknutých výrobkov nie je legitímny, čo by malo za následok neodôvodnenosť udelenia výnimky selektívnemu distribučnému systému alebo zmluvnej podmienke sledujúcej takýto cieľ.

85. Odlišný záver by mal podľa mňa dve hlavné nevýhody.

³³ Francúzsky Úrad pre hospodársku súťaž v konaní vo veci samej predovšetkým uviedol, že tento zákaz predaja cez internet predstavuje obmedzenie obchodnej slobody distribútorov spoločnosti Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, keďže vylučuje prostriedok predaja jej výrobkov. Tento zákaz okrem toho obmedzuje výber spotrebiteľov, ktorí chcú nakupovať cez internet, a napokon bráni predaju konečným kupujúcim, ktorí sa nenachádzajú v oblasti „fyzického“ obchodného dosahu autorizovaného distribútora.

86. Predovšetkým by viedol k odkloneniu sa od zásad ustálených v judikatúre Súdneho dvora, pokiaľ ide o posudzovanie selektívnych distribučných systémov z hľadiska pravidiel hospodárskej súťaže. Pripomínam, že tieto zásady zohľadňujú práve pozitívne účinky takýchto systémov v snahe o efektívnu hospodársku súťaž.

87. V tomto kontexte musím pripomenúť, že je dôležité zachovávať práve vlastnosti dotknutých výrobkov, či už spočívajú v ich materiálových vlastnostiach alebo v dojme luxusu či prestíže. Či už sa dotknuté výrobky vyznačujú určitými fyzickými vlastnosťami, ako sú výrobky vysokej kvality alebo technologicky vyspelé výrobky, alebo sa s predmetnými výrobkami spája dojem luxusu, selektívnu distribúciu možno považovať za legítimnú vzhľadom na jej účinky prospešné pre hospodársku súťaž.

88. Ďalej výklad rozsudku z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), podľa ktorého už selektívny distribučný systém, ktorého cieľom je zachovať luxusný dojem dotknutých výrobkov, nemožno vyňať z pôsobnosti zákazu uvedeného v článku 101 ods. 1 ZFEÚ, by bol v rozpore s usmerneniami prijatými v oblasti duševného vlastníctva, a najmä s judikatúrou rozvinutou v oblasti práva ochranných známok.

89. Súdny dvor tak v rozsudku z 23. apríla 2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260), prirovnal distribútora v rámci selektívneho distribučného systému k majiteľovi licencie a uznal, že sú obaja v situácii uvádzania na trh tretími stranami so súhlasom majiteľa ochrannej známky. V dôsledku toho by sa zákaz kartelov nemal uplatňovať v prípadoch, keď opatrenia prijaté výrobcom/majiteľom ochrannej známky voči autorizovanému distribútorovi v konečnom dôsledku predstavujú len výkon jeho práv na uvádzanie na trh.

90. Rovnako tak v rozsudku z 3. júna 2010, Coty Prestige Lancaster Group (C-127/09, EU:C:2010:313), Súdny dvor zdôraznil, že v dôsledku výlučnosti práva majiteľa ochrannej známky je každé použitie ochrannej známky bez súhlasu jej majiteľa porušením práva ochranných známok.

91. Selektívna distribučná sieť, akú upravuje zmluva dotknutá vo veci samej, ktorá je zameraná na distribúciu luxusného a prestížneho tovaru a slúži primárne na zachovanie „luxusného dojmu“, preto môže predstavovať aspekt hospodárskej súťaže zlučiteľný s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sú splnené kritériá Metro.

92. Tento záver platí tak pre tzv. „luxusné“ výrobky, ako aj pre tzv. „kvalitné“ výrobky. Rozhodujúca je potreba vodcu siete zachovať dojem prestíže.

93. Navrhujem teda odpovedať na prvú otázku tak, že selektívne distribučné systémy, ktoré sú zamerané na distribúciu luxusného a prestížneho tovaru a slúžia primárne na zachovanie „luxusného dojmu“ uvedeného tovaru, predstavujú aspekt hospodárskej súťaže zlučiteľný s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sa predávajúci rozhodujú podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom pre všetkých a uplatňujú sa nediskriminačným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim, ak si vlastnosti predmetného výrobku, vrátane dojmu prestíže, vyžadujú v záujme zachovania jeho kvality a zabezpečenia jeho správneho používania selektívnu distribúciu a ak definované kritériá neprekračujú rámec toho, čo je nevyhnutné.

O druhej otázke: súlad zákazu využívať na on-line predaj navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, uloženého členom systému selektívnej distribúcie luxusných výrobkov pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ

94. Svojou druhou otázkou sa vnútroštátny súd pýta, či a v akom rozsahu sa má článok 101 ods. 1 ZFEÚ vykladať v tom zmysle, že bráni zakazu uloženému členom systému selektívnej distribúcie luxusných výrobkov, pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán na predaj dotknutých výrobkov cez internet.

95. Táto otázka, ktorá úzko súvisí s prvou otázkou, sa týka súladu konkrétnej osobitnej podmienky selektívneho distribučného systému spornej v konaní vo veci samej s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ.

96. Ako som pritom predtým uviedol v odpovedi na prvú prejudiciálnu otázku, naďalej platí, že selektívna distribúcia založená na parametroch kvalitatívnej povahy nespadá do pôsobnosti článku 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sú splnené kritériá Metro.

97. V súlade so štruktúrou analýzy vyplývajúcou z rozsudku Metro SB-Großmärkte/Komisia, ktorú rozsudok Pierre Fabre Dermo-Cosmétique nijakým spôsobom nespochybnil³⁴, je potrebné preskúmať, či sa predávajúci rozhodujú podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim a uplatňujú sa nediskriminačným spôsobom, ďalej či si vlastnosti dotknutého výrobku alebo výrobkov vyžadujú v záujme zachovania ich kvality a zabezpečenia ich správneho používania existenciu takejto distribučnej siete, a napokon či sú definované kritériá v súlade so zásadou proporcionality.

98. Prvá z týchto podmienok skutočne nie je predmetom diskusie v prejednávanej veci, takže sústredím svoju analýzu na otázku, či je zákaz viditeľným spôsobom využívať platformy tretích strán uložený autorizovaným distribútorom legítimný z hľadiska sledovaných cieľov kvalitatívnej povahy, a prípadne či je primeraný.

99. Pritom pokiaľ ide po prvé o legitimitu sporného zákazu, cieľ zachovania luxusného a prestížneho dojmu výrobkov je, ako som už uviedol vo svojom návrhu odpovede na prvú otázku, stále legítimným cieľom odôvodňujúcim existenciu selektívneho distribučného systému kvalitatívnej povahy, akým je systém dotknutý v konaní vo veci samej.

100. Je teda potrebné určiť, či je možné odôvodniť sporné ustanovenie, t. j. ustanovenie, ktoré zakazuje autorizovaným distribútorom využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, práve potrebou zachovania luxusného dojmu dotknutých výrobkov.

101. V tejto súvislosti sa domnievam, že zákaz používať obchodné mená tretích spoločností môže byť odôvodnený cieľom zachovania a kontroly kritérií kvality, ktorý vyžaduje najmä poskytovanie určitých služieb pri predaji výrobkov, ako aj špecifickú prezentáciu predávaných výrobkov.

102. Musí byť totiž prípustné, aby mohol vodca distribučnej siete v záujme zachovania imidžu značky alebo prestíže³⁵ výrobkov, ktoré uvádza na trh, zakázať svojim distribútorom, a to aj autorizovaným, využívať navonok viditeľným spôsobom služby tretích spoločností. Takýto zákaz môže byť schopný zachovávať záruky kvality, bezpečnosti a identifikácie pôvodu výrobkov tým, že ukladá maloobchodným predajcom povinnosť poskytovať pri predaji zmluvných výrobkov služby na určitej úrovni. Tento zákaz zároveň umožňuje zachovávať ochranu a umiestnenie ochranných známkov vzhľadom na fenomény napodobňovania a príživovania, ktoré môžu mať účinky obmedzujúce hospodársku súťaž.

103. Ako uviedla Komisia v bode 54 svojich usmernení, dodávateľ môže pri využívaní internetu na ďalší predaj svojho tovaru požadovať dodržiavanie noriem kvality, rovnako ako má aj právo požadovať dodržiavanie určitých noriem kvality v súvislosti s obchodom, predajom prostredníctvom katalógu alebo reklamou či propagáciou vo všeobecnosti.

³⁴ Rozsudok z 13. októbra 2011 (C-439/09, EU:C:2011:649, body 41 a 43).

³⁵ V konaní vo veci samej z bodu 1.1. zmluvy o selektívnej distribúcii uzavretej medzi spoločnosťami Coty Germany a Parfümerie Akzente vyplýva, že cieľom zákazu využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán bolo práve zachovanie „luxusného dojmu“ zmluvných výrobkov.

104. Pri využívaní platforiem tretích strán v rámci distribúcie výrobkov pritom autorizovaní distribútori – a vodca siete už vôbec – nemajú viac kontrolu najmä nad prezentáciou a imidžom týchto výrobkov, najmä preto, že tieto platformy často veľmi viditeľným spôsobom zobrazujú svoje logá vo všetkých etapách nákupu zmluvných výrobkov.

105. Absolútny zákaz uložený členom selektívneho distribučného systému využívať pri ich predaji prostredníctvom internetu navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti tak predstavuje obmedzenie úplne obdobné obmedzeniu, ktoré je podľa Súdneho dvora odôvodnené na zabezpečenie fungovania selektívneho distribučného systému založeného len na kamenných obchodoch, a teda podľa judikatúry³⁶ legitímne z hľadiska práva hospodárskej súťaže.

106. Na záver uvádzam, že zákaz využívať on-line platformy tretích strán uložený autorizovaným distribútorom môže byť vylúčený z pôsobnosti článku 101 ods. 1 ZFEÚ v rozsahu, v akom môže zlepšiť hospodársku súťaž založenú na kvalitatívnych kritériách. V nadväznosti na úvahy doposiaľ uvedené v oblasti selektívnej distribúcie môže tento zákaz zachovávať luxusný dojem dotknutých výrobkov v rôznych ohľadoch: nielen že zaručuje, že sa tieto výrobky predávajú v prostredí spĺňajúcom kvalitatívne požiadavky stanovené vodcom distribučnej siete, ale zároveň umožňuje chrániť sa pred fenoménom priživovania sa tým, že zabraňuje tomu, aby z investícií a úsilia, ktoré dodávateľ a ostatní autorizovaní distribútori vynakladajú na posilnenie kvality a imidžu dotknutých výrobkov, profitovali iné podniky.

107. Tento zákaz sa jasne líši od zmluvnej podmienky spornej vo veci, v ktorej bol vyhlásený rozsudok z 13. októbra 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649).

108. Pripomínam, že Súdny dvor v rozsudku *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* rozhodol, že zmluvná podmienka, ktorá absolútne zakazuje autorizovaným distribútorom predávať zmluvné výrobky cez internet, môže predstavovať obmedzenie na základe cieľa, a teda byť v rozpore s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak „z individuálneho a konkrétneho preskúmania obsahu a cieľa tejto zmluvnej podmienky, ako aj z hospodárskeho a právneho kontextu, do ktorého spadá, vyplýva, že vzhľadom na vlastnosti dotknutého výrobku táto podmienka nie je objektívne odôvodnená“.

109. V prejednávanej veci treba konštatovať, že Coty Germany ani zďaleka nestanovila absolútny zákaz on-line predaja, ale len uložila svojim autorizovaným distribútorom povinnosť nepredávať zmluvné výrobky prostredníctvom platforiem tretích strán, keďže tieto platformy nie sú podľa vodcu siete povinné dodržiavať kvalitatívne požiadavky, ktoré stanovuje svojim autorizovaným distribútorom.

110. Ustanovenie sporné v konaní vo veci samej totiž zachováva možnosť autorizovaných distribútorov predávať zmluvné výrobky prostredníctvom ich vlastných webových stránok. Rovnako tak nezakazuje týmto distribútorom využívať na predaj tých istých zmluvných výrobkov platformy tretích strán navonok neviditeľným spôsobom.

111. Ako pritom mohla uviesť Komisia opierajúca sa najmä o výsledky svojho odvetvového prieskumu, zdá sa, že v tejto etape vývoja elektronického obchodu predstavujú on-line obchody patriace distribútorom preferovaný distribučný kanál predaja na internete. Bez ohľadu na rastúci význam tretích strán v obchodovaní s výrobkami maloobchodníkov tak zákaz využívať navonok viditeľným spôsobom tieto platformy uložený distribútorom nemožno v súčasnej etape vývoja elektronického obchodu prirovnávať k úplnému zákazu alebo podstatnému obmedzeniu predaja cez internet.

112. Po druhé mám dojem, že spis predložený Súdnemu dvoru neumožňuje dospieť k záveru, že takýto zákaz treba v súčasnosti považovať vo všeobecnosti za neprimeraný sledovanému cieľu.

³⁶ Pozri najmä rozsudky z 25. októbra 1977, *Metro SB-Großmärkte/Komisija* (26/76, EU:C:1977:167); z 11. decembra 1980, *L'Oréal* (31/80, EU:C:1980:289); z 25. októbra 1983, *AEG-Telefunken/Komisija* (107/82, EU:C:1983:293), a z 23. apríla 2009, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260).

113. Treba zdôrazniť, že hoci dodávateľ ako vodca siete môže svojim autorizovaným distribútorom ukladať určité povinnosti na základe ich zmluvného vzťahu a vykonávať tak určitú kontrolu nad distribučnými kanálmi svojich výrobkov, nemá možnosť vykonávať kontrolu nad distribúciou výrobkov, ktorá prebieha prostredníctvom platforiem tretích strán. Z tohto hľadiska sa sporná povinnosť môže javiť ako primeraný prostriedok na dosiahnutie cieľov sledovaných spoločnosťou Coty Germany.

114. Samozrejme, nemožno poprieť, že on-line platformy, akými sú platformy dotknuté v konaní vo veci samej, môžu vytvárať a zabezpečovať zhodnocujúcu prezentáciu dotknutých výrobkov rovnako, ako to robia autorizovaní distribútori. Dodržiavanie kvalitatívnych požiadaviek, ktoré môžu byť legitímne stanovené v rámci selektívneho distribučného systému, však možno účinne zabezpečiť iba vtedy, ak prostredie internetového predaja vytvárajú autorizovaní distribútori zmluvne prepojení s dodávateľom/vodcom siete a nie tretí prevádzkovateľ, na ktorého obchodné postupy nemá tento dodávateľ nijaký dosah.

Predbežný záver

115. Spornú podmienku teda možno za predpokladu, že sa uplatňuje nediskriminačne a je objektívne odôvodnená povahou zmluvných výrobkov – čo sú aspekty, ktoré sa v prejednávanej veci nejavia byť nijako spochybnené, ale v každom prípade ich musí overiť vnútroštátny súd – považovať za zlučiteľnú s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ.

116. Aj za predpokladu, že by sa v tomto prípade mohlo dospieť k záveru, že sa na spornú podmienku môže vzťahovať článok 101 ods. 1 ZFEÚ najmä z dôvodu nesplnenia kritérií Metro, bude ešte potrebné preskúmať, či má táto podmienka účinok obmedzujúci hospodársku súťaž, a najmä určiť, či predstavuje obmedzenie „na základe cieľa“ v zmysle tohto ustanovenia.

117. V tejto súvislosti a na rozdiel od zmluvnej podmienky dotknutej vo veci, v ktorej bol vyhlásený rozsudok z 13. októbra 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), zákaz sporný v tejto veci nie je podľa mňa možné v nijakom prípade kvalifikovať ako „obmedzenie na základe cieľa“ v zmysle článku 101 ods. 1 ZFEÚ, pričom spresňujem, že tento pojem treba vykladať reštriktívne. Je totiž ustálené, že pojem obmedzenie hospodárskej súťaže „na základe cieľa“ možno uplatniť len na určité typy koordinácie medzi podnikmi, ktoré majú *dostatočný stupeň škodlivosti* na hospodársku súťaž, aby bolo možné sa domnievať, že preskúmanie ich účinkov nie je nevyhnutné³⁷.

118. Na rozdiel od absolútneho zákazu využívať internet na distribúciu zmluvných výrobkov, uloženého autorizovaným distribútorom, však zákaz využívať platformy tretích strán nemá – prinajmenšom v tomto štádiu vývoja elektronického obchodu, ktorý sa môže vo viac či menej dlhodobom horizonte meniť – takýto stupeň škodlivosti pre hospodársku súťaž.

119. Okrem toho v prípade, že by sa muselo dospieť k záveru, že sporná podmienka spadá do pôsobnosti článku 101 ZFEÚ a navyše obmedzuje hospodársku súťaž, pripomínam, že bude ešte potrebné preskúmať, či sa na spornú podmienku môže vzťahovať výnimka podľa odseku 3 tohto článku, a najmä skupinová výnimka na základe nariadenia č. 330/2010, ako navrhuje tretia a štvrtá prejudiciálna otázka.

³⁷ Pozri najmä rozsudok z 11. septembra 2014, *CB/Komisia* (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, bod 58).

120. Keďže totiž, ako vyplýva z rozhodnutia vnútroštátneho súdu, prahové hodnoty stanovené v článku 3 nariadenia č. 330/2010 nie sú prekročené, keby musel vnútroštátny súd dospieť k záveru, že sporná podmienka nie je zlučiteľná s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, mohla by sa na ňu vzťahovať výnimka podľa článku 2 uvedeného nariadenia (pozri odôvodnenie 8 nariadenia č. 330/2010). Takáto možnosť by však nebola v nijakom prípade možná, keby sporný zákaz predstavoval závažné obmedzenie v zmysle článku 4 tohto nariadenia.

121. Keby teda vnútroštátny súd musel dospieť k záveru, že zákaz využívať platformy tretích strán nie je vyňatý z pôsobnosti článku 101 ods. 1 ZFEÚ a že *a priori* obmedzuje hospodársku súťaž, sporná podmienka selektívneho distribučného systému by mohla byť ešte odôvodnená podľa článku 101 ods. 3 ZFEÚ, a to buď na základe nariadenia o skupinovej výnimke, alebo v nadväznosti na analýzu prípad od prípadu, ktorá sa týka práve prípadov výnimiek stanovených nariadením č. 330/2010.

Návrh

122. Preto navrhujem odpovedať na druhú prejudiciálnu otázku tak, že na účely určenia toho, či je zmluvná podmienka, ktorá zakazuje autorizovaným distribútorom v rámci distribučnej siete využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, zlučiteľná s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ alebo nie, vnútroštátnemu súdu prináleží preskúmať, či je táto zmluvná podmienka podmienená povahou výrobku, či je stanovená jednotne a uplatňuje sa bez rozdielu a či neprekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné.

O tretej a štvrtej otázke: uplatniteľnosť skupinovej výnimky podľa článku 4 písm. b) a c) nariadenia č. 330/2010

123. Svojou treťou a štvrtou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta Súdneho dvora, či sa má článok 4 nariadenia č. 330/2010 vykladať v tom zmysle, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, predstavuje obmedzenie okruhu zákazníkov v zmysle článku 4 písm. b) uvedeného nariadenia a/alebo obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom v zmysle článku 4 písm. c) tohto nariadenia.

124. Hoci totiž vnútroštátny súd v znení svojej tretej a štvrtej prejudiciálnej otázky spomenul problematiku identifikácie obmedzení okruhu zákazníkov a pasívnych predajov „na základe cieľa“, jeho otázky sa v skutočnosti týkajú toho, ako sa jasne uvádza v rozhodnutí vnútroštátneho súdu, či by sa v prípade, že by sa sporný distribučný systém považoval za obmedzujúci hospodársku súťaž v zmysle článku 101 ods. 1 ZFEÚ, mohla naň aj tak vzťahovať výnimka podľa nariadenia č. 330/2010.

125. Vzniká tu teda jedine otázka, či sa sporná podmienka môže analyzovať ako obmedzenie územia a/alebo okruhu zákazníkov alebo tiež ako obmedzenie pasívneho predaja v zmysle nariadenia č. 330/2010.

Úvodné úvahy o rozsahu pôsobnosti a ratio legis nariadenia č. 330/2010

126. Ako sa spomína v odôvodnení 5 nariadenia č. 330/2010, výhoda skupinovej výnimky ustanovenej týmto nariadením by sa mala poskytnúť len tým vertikálnym dohodám, „v prípade ktorých je možné s dostatočnou istotou predpokladať, že splňajú podmienky článku 101 ods. 3 [ZFEÚ]“.

127. Na účely určenia možnosti poskytnúť určitému obmedzeniu výhodu „skupinovej“ výnimky sa od podnikov najskôr vyžaduje vykonať prvé posúdenie spornej dohody najmä na základe určitých domnienok nezlučiteľnosti stanovených nariadením č. 330/2010.

128. Článok 4 nariadenia č. 330/2010 tak zostavuje zoznam zjavných obmedzení, najčastejšie kvalifikovaných ako „závažné obmedzenia“, v prípade ktorých sa musí výhoda skupinovej výnimky vylúčiť.

129. Súdny dvor tak rozhodol, že vzhľadom na to, že podnik má možnosť sa za každých okolností dovolávať zákonnej výnimky uvedenej v článku 101 ods. 3 ZFEÚ, nie je potrebné extenzívne vykladať ustanovenia, na základe ktorých sa na dohody alebo postupy uplatňuje skupinová výnimka³⁸.

130. Okrem toho v zhode s prístupom Komisie je ešte v záujme predvídateľnosti a právnej istoty potrebné, aby boli výnimky zo skupinovej výnimky, upravené najmä v článku 4 písm. b) a c) nariadenia č. 330/2010, ľahko identifikovateľné, a teda nezáviseli na hĺbkovej analýze trhových podmienok a účinkov obmedzujúcich hospodársku súťaž pozorovaných na danom trhu v danom čase.

131. Netreba totiž zabúdať na to, že cieľ sledovaný nariadeniami o výnimkách prijatými na základe nariadenia č. 19/65/EHS³⁹ spočíva predovšetkým v potrebe umožniť dotknutým podnikom, aby samy posúdili súlad svojho správania s pravidlami hospodárskej súťaže.

132. Sledovanie tohto cieľa by bolo ohrozené, keby sa na účely kvalifikovania opatrení prijatých podnikmi v rámci vertikálnych dohôd, ktorých „cieľom“ je obmedziť určité typy predaja v zmysle článku 4 písm. b) a c) nariadenia č. 330/2010, vyžadovalo, aby tieto podniky vykonávali sofistikované a podrobné preskúmanie účinkov uvedených opatrení obmedzujúcich hospodársku súťaž so zreteľom na situáciu na trhu a postavenie uvedených podnikov.

133. Ako som už predtým spomenul, treba rozlišovať medzi identifikáciou „obmedzenia hospodárskej súťaže na základe cieľa“ v zmysle článku 101 ods. 1 ZFEÚ a kategorizáciou určitého správania ako závažných obmedzení na účely uplatnenia nariadenia o skupinovej výnimke – v tomto prípade závažných obmedzení upravených v článku 4 písm. b) a c) nariadenia č. 330/2010.

134. Nič to však nemení na skutočnosti, že v oboch prípadoch ide o identifikáciu správania, o ktorom sa predpokladá, že je mimoriadne škodlivé pre hospodársku súťaž s ohľadom na posúdenie *bezprostredného* hospodárskeho a právneho kontextu, do ktorého sú opatrenia podnikov zasadené.

135. V tejto súvislosti treba pripomenúť, že rozlišovanie medzi „porušeniami na základe cieľa“ a „porušeniami na základe následku“ spočíva v tom, že určité formy dohôd medzi podnikmi možno považovať za škodlivé pre dobré fungovanie hospodárskej súťaže už z dôvodu ich povahy a s ohľadom na nadobudnuté skúsenosti⁴⁰. Pokiaľ ide o účel existencie článku 4 nariadenia č. 330/2010, ktorý identifikuje určité množstvo závažných obmedzení, ten sa zakladá na myšlienke uvedenej v odôvodnení 10 tohto nariadenia, podľa ktorého „vertikálne dohody obsahujúce určité typy závažných obmedzení hospodárskej súťaže ako sú minimálne a fixné ceny ďalšieho predaja, ako aj určité typy teritoriálnej ochrany, by mali byť vyňaté z výhody skupinovej výnimky zavedenej týmto nariadením, a to bez ohľadu na trhový podiel dotknutých podnikov“.

136. Rovnako ako v prípade prístupu zaujatého pri identifikácii obmedzenia na základe cieľa v zmysle článku 101 ods. 1 ZFEÚ bude na účely určenia toho, či má zmluvná podmienka „za cieľ obmedziť“ územie alebo okruh zákazníkov, na ktorom alebo ktorým môže distribútor predávať [článok 4 písm. b) nariadenia č. 330/2010], alebo aktívny alebo pasívny predaj distribútora konečným užívateľom [článok 4 písm. c) tohto nariadenia], potrebné vychádzať zo znenia dotknutých zmluvných ustanovení a ich

38 Rozsudok z 13. októbra 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, bod 57).

39 Nariadenie Rady z 2. marca 1965 o uplatňovaní článku 85 ods. 3 Zmluvy na určité kategórie dohôd a zosúladených postupov (Ú. v. ES 1965, 36, s. 533; Mim. vyd. 08/001, s. 11).

40 Pozri v tomto zmysle rozsudok z 11. septembra 2014, CB/Komisija (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, body 49 až 52 a citovaná judikatúra, ako aj bod 57). Súdny dvor predovšetkým spresnil, že základné právne kritérium pre určenie, či koordinácia medzi podnikmi zahŕňa takéto obmedzenie hospodárskej súťaže „z hľadiska cieľa“, spočíva v zistení, že takáto koordinácia má sama osebe dostatočný stupeň škodlivosti pre hospodársku súťaž.

cieľov, ktoré treba preskúmať v ich bezprostrednom hospodárskom a právnom kontexte. Pripomínam totiž, že cieľ uľahčenia výkonu vlastného posúdenia, ktoré sa vyžaduje od dotknutých podnikov, by bol ohrozený, keby museli na identifikáciu závažných obmedzení v zmysle článku 4 nariadenia č. 330/2010 vykonať pomocou hypotetickej porovnávacej analýzy podrobné preskúmanie účinkov zamýšľaných opatrení na štruktúru a podmienky fungovania dotknutého trhu alebo trhov.

137. Okrem toho, ako správne uviedla Komisia, treba zdôrazniť, že tak článok 4 písm. b) nariadenia č. 330/2010, ako aj článok 4 písm. c) tohto nariadenia treba podobne ako ustanovenia predtým uplatniteľného nariadenia o skupinovej výnimke chápať v rámci globálnejšieho a základnejšieho cieľa, ktorým je *bojovať proti fenoménu rozdelenia trhov*.

138. Tieto ustanovenia tak treba chápať v tom zmysle, že ich cieľom je vyňať z výhody skupinovej výnimky určité zmluvné ustanovenia, ktoré smerujú k obmedzeniu *územia alebo okruhu zákazníkov, na ktorom alebo ktorým* môže distribútor predávať. Domnievam sa však, že tieto ustanovenia nemožno vykladať tak, že z tejto výhody vynímajú obmedzenia vymedzujúce spôsoby predaja výrobkov⁴¹. Podľa mňa treba pripomenúť, že vodca selektívnej distribučnej siete musí mať možnosť disponovať veľkou voľnosťou pri definovaní spôsobov distribúcie svojich výrobkov, ktoré sú stimulačnými prvkami inovácie a kvality služieb poskytovaných zákazníkom, spôsobilými vyvolať účinky prospešné pre hospodársku súťaž. Ako sa uvádza v bode 54 usmernení, na základe skupinovej výnimky teda dodávateľ môže pri využívaní internetu na ďalší predaj svojho tovaru požadovať dodržiavanie noriem kvality, rovnako ako má aj právo požadovať dodržiavanie určitých noriem kvality v súvislosti s kamenným obchodom.

139. Práve s prihliadnutím na tieto úvodné spresnenia budem postupne analyzovať tretiu a štvrtú prejudiciálnu otázku.

O tretej otázke: existencia obmedzenia okruhu zákazníkov maloobchodného predajcu

140. Podľa článku 4 písm. b) nariadenia č. 330/2010 sa výnimka podľa článku 2 tohto nariadenia nevzťahuje na dohody, „ktoré priamo alebo nepriamo, samostatne alebo v kombinácii s inými faktormi pod kontrolou strán, majú za cieľ... obmedzenie územia alebo okruhu zákazníkov, na ktorom alebo ktorým môže kupujúci, ktorý je stranou dohody, predávať zmluvné tovary alebo služby, pričom týmto nie je dotknuté obmedzenie kupujúceho na miesto usadenia“.

141. Ako sa spomína v bode 50 usmernení, toto ustanovenie sa týka opatrení na rozdelenie trhu alebo zákazníkov, ktoré majú viesť k rozdeleniu trhov.

142. V tomto prípade nič v znení formulácie sporného ustanovenia, ktoré jednoducho len zakazuje autorizovaným distribútorom využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, nenaznačuje, že ho treba takto kvalifikovať.

143. Ako spomenul vnútroštátny súd, nie je *a priori* možné identifikovať skupinu zákazníkov alebo konkrétny trh, ktorému by zodpovedali používatelia platforiem tretích strán.

144. Obmedzenie okruhu zákazníkov alebo trhu je pritom podľa mňa možné identifikovať iba v prípade, keď je zrejmé, že autorizovaný distribútor je z dôvodu sporného zákazu a napriek zachovaniu možnosti prístupovať k svojim výrobkom prostredníctvom vlastnej internetovej stránky vystavený strate trhu alebo zákazníkov.

⁴¹ Rovnako ako v prípade prístupu zaujatého v rámci uplatnenia pravidiel v oblasti voľného pohybu tovaru nie je najmä preukázané, že sporné opatrenia majú významnejší vplyv na uvádzanie na trh výrobkov pochádzajúcich z iných členských štátov (pozri rozsudky z 11. decembra 2003, Deutscher Apothekerverband, C-322/01, EU:C:2003:664, bod 74, ako aj z 2. decembra 2010, Ker-Optika, C-108/09, EU:C:2010:725, bod 54 a citované judikatúry).

145. Pokiaľ ide v prvom rade o obsah ustanovenia, toto stanovuje, že internetový predaj sa uskutočňuje prostredníctvom elektronického výkladu patriaceho maloobchodnej predajni alebo na stránke tretej strany za predpokladu, že to nie je navonok viditeľné. Toto ustanovenie teda nevylučuje akýkoľvek on-line predaj, ale len jeden zo spôsobov oslovenia zákazníkov prostredníctvom internetu. Obsah ustanovenia ako takého nemá účinok rozdelenia trhu.

146. Na rozdiel od zmluvnej podmienky, ktorá bola dotknutá vo veci, v ktorej bol vyhlásený rozsudok z 13. októbra 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), sporné ustanovenie povoľuje používať internet ako distribučný kanál, pokiaľ maloobchodný predajca uskutočňuje svoj on-line predaj prostredníctvom „elektronického výkladu“ autorizovanej predajne alebo navonok neviditeľným spôsobom prostredníctvom stránky tretej strany a dodržiava súbor pravidiel na zachovanie luxusnej povahy výrobkov.

147. Ako spomenul vnútroštátny súd, tento zákaz v skutočnosti nezabránil autorizovaným distribútorom spolupracovať s tretími stranami na reklamné účely na internete. Keďže tento zákaz nezabránil uvádzaniu odkazov na týchto on-line distribútorov na internete, ich potenciálni zákazníci mali stále možnosť pristupovať cez internet k ponuke autorizovaných maloobchodníkov, napríklad pomocou vyhľadávačov.

148. Pokiaľ ide ďalej o deklarovaný *cieľ*, tohto ustanovenia, ten spočíva v zachovaní luxusnej povahy zmluvného tovaru tým, že ukladá povinnosť uskutočňovať internetový predaj prostredníctvom „elektronického výkladu“ predajne maloobchodníka. Ani v tomto prípade nie je *a priori* cieľom zákazu využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, uloženého autorizovaným distribútorom, rozdelenie trhu obmedzením územia alebo okruhu zákazníkov, na ktorom alebo ktorým je alebo sú autorizovaný(í) distribútor(í) oprávnený(í) predávať.

149. Pokiaľ ide napokon o *hospodársky a právny kontext*, z informácií predložených Súdnemu dvoru a najmä z výsledkov odvetvového prieskumu týkajúceho sa elektronického obchodu vyplýva, že na rozdiel od elektronických obchodov patriacich autorizovaným distribútorom nie je využívanie obchodov alebo platforiem tretích strán, hoci sa v jednotlivých krajinách a pre jednotlivé produkty výrazne líši, nevyhnutne významným distribučným kanálom. Zákaz uložený maloobchodným predajcom využívať takéto platformy nie je porovnateľný s úplným zákazom on-line predaja, o aký išlo vo veci *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*.

150. Okrem toho v prejednávanej veci nič neumožňuje dospieť k záveru, že sporné ustanovenie má za účinok rozdelenie územia alebo obmedzenie prístupu k určitým zákazníkom. V tomto kontexte nebolo v tomto štádiu „nadobudnutých skúseností“ preukázané, že používatelia dotknutých platforiem tretích strán predstavujú vo všeobecnosti a bez ohľadu na špecifiká daného trhu vymedziteľný okruh zákazníkov, takže je možné dospieť k záveru, že sporné ustanovenie vedie k rozdeleniu okruhu zákazníkov v zmysle článku 4 písm. b) nariadenia č. 330/2010.

151. Vzhľadom na všetky tieto úvahy navrhujem odpovedať na tretiu otázku tak, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, nepredstavuje obmedzenie okruhu zákazníkov maloobchodníka v zmysle článku 4 písm. b) nariadenia č. 330/2010.

O štvrtej otázke: existencia obmedzenia pasívnych predajov konečným užívateľom

152. Svojou štvrtou otázkou sa vnútroštátny súd pýta, či sa má článok 4 písm. c) nariadenia č. 330/2010 vykladať v tom zmysle, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, predstavuje obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom.

153. V nadväznosti na úvahy uvedené vyššie je na určenie toho, či sa sporné zmluvné ustanovenie môže analyzovať ako podmienka, ktorej cieľom je obmedziť aktívny predaj konečným užívateľom, potrebné overiť, či toto ustanovenie možno s ohľadom na jeho znenie, cieľ a hospodársky a právny kontext, ktorého je súčasťou, považovať za podmienku, ktorá zo svojej podstaty môže škodiť realizácii pasívneho predaja, t. j. predaja, ktorý sa uskutočňuje v reakcii na nevyžiadané požiadavky jednotlivých zákazníkov.

154. Domnievam sa, že zo spisu predloženého Súdnu dvoru nemožno nijako vyvodiť, že uvedené ustanovenie treba analyzovať takýmto spôsobom.

155. Ako som už uviedol, sporné zmluvné ustanovenie na rozdiel od ustanovenia dotknutého vo veci, v ktorej bol vyhlásený rozsudok z 13. októbra 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), nezakazuje všetok on-line predaj. V skutočnosti povoľuje tento distribučný kanál, pokiaľ distribútor predáva dotknuté výrobky prostredníctvom elektronického výkladu patriaceho autorizovanej spoločnosti alebo pokiaľ tieto výrobky predáva navonok neviditeľným spôsobom na stránke tretej strany a dodržiava určité pravidlá zamerané na zachovávanie imidžu značky výrobcu.

156. Vzhľadom na tieto úvahy navrhujem odpovedať na štvrtú prejudiciálnu otázku tak, že zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, nepredstavuje obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom v zmysle článku 4 písm. c) nariadenia č. 330/2010.

Návrh

157. Vzhľadom na predchádzajúce úvahy navrhujem, aby Súdny dvor odpovedal na prejudiciálne otázky, ktoré položil Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Vyšší krajský súd Frankfurt nad Mohanom, Nemecko), takto:

1. Selektívne distribučné systémy, ktoré sú zamerané na distribúciu luxusného a prestížneho tovaru a slúžia primárne na zachovanie „luxusného dojmu“ uvedeného tovaru, predstavujú aspekt hospodárskej súťaže zlučiteľný s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ, ak sa predávajúci rozhodujú podľa objektívnych kritérií, ktoré majú kvalitatívnu povahu, sú stanovené jednotným spôsobom pre všetkých a uplatňujú sa nediskriminačným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim, ak si vlastnosti predmetného výrobku, vrátane dojmu prestíže, vyžadujú v záujme zachovania jeho kvality a zabezpečenia jeho správneho používania selektívnu distribúciu a ak definované kritériá neprekračujú rámec toho, čo je nevyhnutné.
2. Na účely určenia toho, či je zmluvná podmienka, ktorá zakazuje autorizovaným distribútorom v rámci distribučnej siete využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, zlučiteľná s článkom 101 ods. 1 ZFEÚ alebo nie, vnútroštátnemu súdu prináleží preskúmať, či je táto zmluvná podmienka podmienená povahou výrobku, či je stanovená jednotne a uplatňuje sa bez rozdielu a či neprekračuje rámec toho, čo je nevyhnutné.
3. Zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, nepredstavuje obmedzenie okruhu zákazníkov maloobchodníka v zmysle článku 4 písm. b) nariadenia Komisie (EÚ) č. 330/2010 z 20. apríla 2010 o uplatňovaní článku 101 ods. 3 Zmluvy o fungovaní Európskej únie na kategórie vertikálnych dohôd a zosúladených postupov.
4. Zákaz využívať na internetový predaj navonok viditeľným spôsobom tretie spoločnosti, uložený členom selektívneho distribučného systému pôsobiacim na maloobchodnej úrovni, nepredstavuje obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom v zmysle článku 4 písm. c) nariadenia č. 330/2010.