



Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK SOUDNÍHO DVORA (prvního senátu)

6. prosince 2017*

„Řízení o předběžné otázce – Hospodářská soutěž – Kartelové dohody – Článek 101 odst. 1 SFEU – Selektivní distribuce luxusních kosmetických výrobků – Ustanovení, které distributorům zakazuje využívat v rámci internetového prodeje služeb neschválené třetí strany – Nařízení (EU) č. 330/2010 – Článek 4 písm. b) a c)“

Ve věci C-230/16,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná na základě článku 267 SFEU rozhodnutím Oberlandesgericht Frankfurt am Main (vrchní zemský soud ve Frankfurtu nad Mohanem, Německo) ze dne 19. dubna 2016, došlým Soudnímu dvoru dne 25. dubna 2016, v řízení

Coty Germany GmbH

proti

Parfümerie Akzente GmbH,

SOUDNÍ DVŮR (první senát),

ve složení R. Silva de Lapuerta (zpravodajka), předsedkyně senátu, C.G. Fernlund, A. Arabadžev, S. Rodin a E. Regan, soudci,

generální advokát: N. Wahl,

vedoucí soudní kanceláře: X. Lopez Bancalari, rada,

s přihlédnutím k písemné části řízení a po jednání konaném dne 30. března 2017,

s ohledem na vyjádření předložená:

- za Coty Germany GmbH A. Lubbergerem a B. Weichausem, Rechtsanwälte,
- za Parfümerie Akzente GmbH O. Spiekerem a M. Alberem, Rechtsanwälte,
- za německou vládu T. Henzem a A. Lippstreuem, jako zmocněnci,
- za francouzskou vládu D. Colasem a J. Bousin, jako zmocněnci,
- za italskou vládu G. Palmieri, jako zmocněnkyní, ve spolupráci s D. Del Gaizem, avvocato dello Stato,

* Jednací jazyk: němčina.

- za lucemburskou vládu A. Germeauxem, ve spolupráci s P. E. Partschem a T. Evansem, avocats,
 - za nizozemskou vládu M. Bulterman a M. de Ree, jakož i J. Langerem, jako zmocněnci,
 - za rakouskou vládu G. Eberhardem, jako zmocněncem,
 - za švédskou vládu A. Falk, C. Meyer-Seitz a H. Shev, jakož i L. Swedenborgem, jako zmocněnci,
 - za Evropskou komisi G. Meessenem, H. Leupoldem a T. Christoforouem, jako zmocněnci,
- po vyslechnutí stanoviska generálního advokáta na jednání konaném dne 26. července 2017,

vydává tento

Rozsudek

- 1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu čl. 101 odst. 1 SFEU a čl. 4 písm. b) a c) nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě (Úř. věst. 2010, L 102, s. 1).
- 2 Tato žádost byla předložena v rámci sporu mezi společností Coty Germany GmbH, která je dodavatelem luxusních kosmetických výrobků se sídlem v Německu, a společností Parfümerie Akzente GmbH, která je schváleným distributorem těchto výrobků, ohledně zákazu využívat k internetovému prodeji smluvních výrobků navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků, který byl uložen posledně jmenované společnosti ve smlouvě o selektivní distribuci uzavřené mezi společností Coty Germany a jejími schválenými distributory.

Právní rámec

- 3 Podle bodu 10 odůvodnění nařízení č. 330/2010 platí, že „[t]oto nařízení by nemělo znamenat výjimku pro vertikální dohody obsahující omezení, která pravděpodobně omezují hospodářskou soutěž nebo poškozují spotřebitele nebo nejsou nezbytná k dosažení účinků podporujících hospodářskou účinnost. Především by bez ohledu na tržní podíl dotyčných podniků měly být vyloučeny z možnosti blokových výjimek podle tohoto nařízení vertikální dohody obsahující určitá závažná omezení hospodářské soutěže, jakými jsou stanovení nejnižších nebo pevných prodejních cen nebo některé typy územní ochrany“.
- 4 Článek 1 odst. 1 písm. e) tohoto nařízení definuje „systém selektivní distribuce“ jako „distribuční systém, ve kterém se dodavatel zavazuje přímo nebo nepřímo k prodeji smluvního zboží nebo služeb pouze distributorům vybraným na základě stanovených kritérií a ve kterém se tito distributoři zavazují, že nebudou prodávat toto zboží nebo tyto služby neschváleným distributorům na území, které je dodavatelem vyhrazeno pro provoz systému“.
- 5 Článek 2 odst. 1 uvedeného nařízení stanoví:

„Podle čl. 101 odst. 3 [SFEU] a s výhradou ustanovení tohoto nařízení se čl. 101 odst. 1 [SFEU] prohlašuje za nepoužitelný pro vertikální dohody.

Toto udělení výjimky se použije v míře, v jaké tyto dohody obsahují vertikální omezení.“

6 Článek 3 odst. 1 téhož nařízení stanoví:

„Výjimka podle článku 2 se použije za podmínky, že tržní podíl dodavatele nepřesahuje 30 % relevantního trhu, na kterém prodává smluvní zboží nebo služby, a tržní podíl kupujícího nepřesahuje 30 % relevantního trhu, na kterém nakupuje smluvní zboží nebo služby.“

7 V článku 4 nařízení č. 330/2010, nadepsaném „Omezení, jež vedou k odebrání výhody blokové výjimky – tvrdá omezení“, je uvedeno:

„Výjimka podle článku 2 se nevztahuje na vertikální dohody, jejichž účelem je přímo nebo nepřímo, samostatně nebo společně s jinými faktory pod kontrolou stran:

[...]

b) omezení území, na kterém kupující, který je stranou dohody, může prodávat smluvní zboží nebo služby, nebo omezení okruhu zákazníků, kterým kupující, který je stranou dohody, může prodávat smluvní zboží nebo služby, aniž je dotčeno omezení ohledně místa usazení, [...]

[...]

c) omezení aktivních nebo pasivních prodeju konečným uživatelům členy systému selektivní distribuce působícími na maloobchodní úrovni, [...]

[...]“

Spor v původním řízení a předběžné otázky

8 Společnost Coty Germany prodává v Německu luxusní kosmetické výrobky. Prostřednictvím systému selektivní distribuce uvádí na trh určité značky tohoto odvětví, a to na základě smlouvy o selektivní distribuci, kterou používají i k ní přidružené podniky. Tuto smlouvu doplňují různé zvláštní smlouvy, jejichž účelem je organizace tohoto systému.

9 Společnost Parfümerie Akzente nabízí již řadu let výrobky společnosti Coty Germany jakožto schválený distributor v kamenných prodejnách i na internetu. Prodej na internetu probíhá jednak prostřednictvím vlastního internetového obchodu výše uvedené společnosti, jednak prostřednictvím platformy „amazon.de“.

10 Z předkládacího rozhodnutí plyne, že společnost Coty Germany odůvodňuje ve smlouvě o selektivní distribuci svůj systém selektivní distribuce takto: „povaha značek Coty Prestige vyžaduje selektivní distribuci, která zajistí ochranu luxusní image těchto značek“.

11 Pokud jde o kamenné provozovny, ve smlouvě o selektivní distribuci je v tomto ohledu uvedeno, že společnost Coty Germany musí každou prodejnu distributora schválit, což předpokládá dodržení určitých požadavků na prostředí, vybavení a zařízení těchto prodejen, které jsou uvedeny v článku 2 zmíněné smlouvy.

12 Podle čl. 2 odst. 1 bodu 3 této smlouvy konkrétně platí, že „vybavení a zařízení obchodů, nabízené zboží, reklama a prezentace prodávaných výrobků musí zdůrazňovat a posilovat luxusní charakter značek Coty Prestige. Při posuzování tohoto kritéria se přihlíží zejména k úpravě průčelí, k vnitřnímu vybavení, úpravě podlahy, zdí a stropů, ke vzhledu vnitřního vybavení a prodejní plochy, dále též k osvětlení a k celkovému dojmu čistého a uspořádaného prostředí“.

- 13 V článku 2 odst. 1 bodu 6 zmíněné smlouvy je uvedeno, že „označení prodejen, ať už obsahuje pouze název podniku, nebo i další prvky či firemní slogany, nesmí vzbuzovat dojem omezeného výběru zboží, vybavení podprůměrné kvality nebo nedostatečného poradenství a musí být v každém případě umístěno tak, aby nezakrývalo dekorace a prezentační plochy schovatele“.
- 14 Součástí smluvního rámce existujícího mezi smluvními stranami je kromě toho dodatek o prodeji na internetu, jehož čl. 1 odst. 3 stanoví, že „schovatel není oprávněn používat jiný název nebo využívat neschváleného třetího podniku“.
- 15 Poté, co vstoupilo v platnost nařízení č. 330/2010, společnost Coty Germany pozměnila smlouvy uzavřené v rámci systému selektivní distribuce i výše uvedený dodatek, v jehož ustanovení I odst. 1 prvním pododstavci uvedla, že „schovatel je oprávněn nabízet a prodávat výrobky na internetu, avšak může tak činit pouze pod podmínkou, že internetový prodej probíhá prostřednictvím ‚elektronické výkladní skříně‘ schválené prodejny a že je zajištěna ochrana luxusní povahy výrobků“. Ustanovení I odst. 1 bod 3 zmíněného dodatku kromě toho výslovně zakazuje používání jiného obchodního označení, jakož i navenek viditelného zapojení třetích podniků, které nejsou schválenými schovatelem Coty Prestige.
- 16 Společnost Parfümerie Akzente se změnami smlouvy o selektivní distribuci nesouhlasila. Společnost Coty Germany podala u vnitrostátního soudu prvního stupně žalobu, kterou se domáhala, aby bylo žalované v původním řízení podle uvedeného ustanovení I odst. 1 bodu 3 zakázáno distribuovat výrobky sporné značky prostřednictvím platformy „amazon.de“.
- 17 Uvedený soud rozsudkem ze dne 31. července 2014 tuto žalobu zamítl s odůvodněním, že je sporné smluvní ustanovení v rozporu s článkem 1 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (zákon proti omezování hospodářské soutěže) nebo čl. 101 odst. 1 SFEU. Měl za to, že cíl spočívající v zajištění ochrany prestižní image značky podle rozsudku ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), nemůže odůvodnit zavedení systému selektivní distribuce, který v zásadě omezuje hospodářskou soutěž. Toto ustanovení podle zmíněného soudu zároveň představuje tvrdé omezení ve smyslu čl. 4 písm. c) nařízení č. 330/2010.
- 18 Vnitrostátní soud prvního stupně kromě toho konstatoval, že uvedené ustanovení rovněž nesplňuje podmínky, na jejichž základě by se na něj mohla vztahovat individuální výjimka, jelikož nebylo prokázáno, že obecný zákaz prodeje na internetu prostřednictvím platform třetích stran, který toto ustanovení ukládá, má účinky podporující hospodářskou soutěž, které by mohly vyvážit nevýhody pro hospodářskou soutěž plynoucí z omezení způsobů uvádění výrobků na trh. Tento soud měl v každém případě za to, že takový obecný zákaz není nutný, protože existují i jiné vhodné prostředky, které jsou pro hospodářskou soutěž méně omezující, jako je například stanovení zvláštních kvalitativních kritérií pro platformy třetích stran.
- 19 Společnost Coty Germany podala proti rozsudku vnitrostátního soudu prvního stupně odvolání u Oberlandesgericht Frankfurt am Main (vrchní zemský soud ve Frankfurtu nad Mohanem, Německo). Tento soud se za uvedených okolností táže na legalitu předmětného ustanovení smlouvy uzavřené mezi účastníky sporu z hlediska unijního práva hospodářské soutěže.
- 20 Za těchto podmínek se Oberlandesgericht Frankfurt am Main (vrchní zemský soud ve Frankfurtu nad Mohanem) rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:
- „1) Představují systémy selektivní distribuce, které se zaměřují na distribuci luxusních a prestižních výrobků a jejich hlavním účelem je zajistit ochranu ‚luxusní image‘ těchto výrobků, prvek hospodářské soutěže, který je v souladu s čl. 101 odst. 1 SFEU?

- 2) Lze v případě kladné odpovědi na první otázku považovat stav, kdy je členům systému selektivní distribuce působícím na maloobchodní úrovni zcela zakázáno využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků, za prvek hospodářské soutěže, který je v souladu s čl. 101 odst. 1 SFEU, aniž se přitom přihlíží k tomu, zda jsou v konkrétním případě porušeny legitimní požadavky výrobce na kvalitu?
- 3) Musí být čl. 4 písm. b) nařízení č. 330/2010 vykládán v tom smyslu, že zákaz využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků uložený členům systému selektivní distribuce působícím na maloobchodní úrovni představuje omezení okruhu zákazníků maloobchodníka z hlediska účelu?
- 4) Musí být čl. 4 písm. c) nařízení č. 330/2010 vykládán v tom smyslu, že zákaz využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků uložený členům systému selektivní distribuce působícím na maloobchodní úrovni představuje omezení pasivních prodejů konečným uživatelům z hlediska účelu?

K předběžným otázkám

K první otázce

- 21 Podstatou první otázky předkládajícího soudu je, zda musí být čl. 101 odst. 1 SFEU vykládán v tom smyslu, že systém selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, může být v souladu s tímto ustanovením.
- 22 Podle čl. 101 odst. 1 SFEU jsou s vnitřním trhem neslučitelné, a proto zakázané, veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejich účelem nebo důsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu.
- 23 Pokud jde o dohody, které tvoří systém selektivní distribuce, Soudní dvůr uvedl, že takové dohody nutně ovlivňují hospodářskou soutěž na vnitřním trhu.
- 24 Soudní dvůr ovšem rozhodl, že zákaz stanovený v čl. 101 odst. 1 SFEU se na zřízení systému selektivní distribuce nevztahuje, pokud jsou prodejci vybíráni na základě objektivních kritérií kvalitativní povahy, která jsou pro všechny potenciální prodejce stanovena jednotně a nejsou uplatňována diskriminačním způsobem, pokud vlastnosti dotčeného výrobku vyžadují takový distribuční systém k zajištění ochrany jeho kvality a jeho správného používání a konečně pokud stanovená kritéria nepřekračují meze toho, co je nezbytné (rozsudek ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, C-439/09, EU:C:2011:649, bod 41 a citovaná judikatura).
- 25 Co se týče zejména otázky, zda může být selektivní distribuce nutná ve vztahu k luxusním výrobkům, je třeba připomenout, že Soudní dvůr již konstatoval, že kvalita takových výrobků nevyplývá pouze z jejich materiálních vlastností, ale též z prestižní povahy a image, jež jim propůjčuje dojem luxusu, že tento dojem představuje podstatný prvek uvedených výrobků, který je v očích spotřebitelů odlišuje od ostatních obdobných produktů, a že tudíž narušení zmíněného dojmu luxusu může ovlivnit i samotnou kvalitu těchto výrobků (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 23. dubna 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, body 24 až 26 a citovaná judikatura).
- 26 Soudní dvůr přitom v tomto ohledu dovodil, že vlastnosti a podmínky systému selektivní distribuce mohou samy o sobě zajistit ochranu kvality takových výrobků a jejich správné používání (rozsudek ze dne 23. dubna 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, bod 28 a citovaná judikatura).

- 27 Soudní dvůr měl v této souvislosti zejména za to, že zřízení systému selektivní distribuce, který má zajistit zhodnocující prezentaci prestižních výrobků v místě prodeje, může prospět dobrému jménu daných výrobků, a tudíž i k zachování dojmu luxusu, který vyvolávají (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 23. dubna 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, bod 29).
- 28 Z této judikatury tedy vyplývá, že luxusní výrobky mohou vzhledem ke svým vlastnostem a povaze vyžadovat zavedení systému selektivní distribuce, který zajistí ochranu jejich kvality a správné používání.
- 29 Systém selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, je tudíž v souladu s čl. 101 odst. 1 SFEU, pokud jsou dodrženy podmínky uvedené v bodě 24 tohoto rozsudku.
- 30 Na rozdíl od toho, co tvrdí společnost Parfümerie Akzente a německá a lucemburská vláda, je třeba uvést, že konstatování obsažené v bodě 46 rozsudku ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), tento závěr nikterak nevyvrací.
- 31 Toto konstatování je totiž nutno vykládat s ohledem na kontext zmíněného rozsudku.
- 32 V tomto ohledu je třeba uvést, že ve věci, v níž byl vydán zmíněný rozsudek, se předkládající soud tázal na to, zda je v souladu s čl. 101 odst. 1 SFEU nikoli systém selektivní distribuce jako celek, nýbrž konkrétní smluvní ustanovení vztahující se na schválené distributory, které se v rámci tohoto systému týkalo úplného zákazu prodeje smluvních výrobků na internetu. Je rovněž třeba upřesnit, že výrobky, na které se vztahoval systém selektivní distribuce dotčený v uvedené věci, nebyly luxusní výrobky, nýbrž kosmetické výrobky a výrobky osobní hygieny.
- 33 Konstatování uvedené v bodě 46 rozsudku ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), Soudní dvůr učinil v rámci úvah, kterými poskytl předkládajícímu soudu v této věci výkladová vodítka nezbytná k tomu, aby se mohl vyjádřit k otázce, zda je omezení hospodářské soutěže plynoucí z tohoto smluvního ustanovení odůvodněno legitimním cílem a tento cíl přiměřeným způsobem sleduje.
- 34 Soudní dvůr v této souvislosti konstatoval, že nutnost zajistit ochranu prestižní image dotčených kosmetických výrobků a výrobků osobní hygieny nepředstavuje pro účely odůvodnění úplného zákazu prodeje těchto výrobků na internetu legitimní požadavek. Závěr učiněný v bodě 46 uvedeného rozsudku se tudíž vztahoval pouze na výrobky dotčené ve věci, v nichž byl vydán zmíněný rozsudek, a na smluvní ustanovení dotčené ve zmíněné věci.
- 35 Z rozsudku ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), naproti tomu nelze dovozovat, že by v jeho bodě 46 byla zakotvena zásada, podle které již ochrana luxusní image nemůže odůvodnit takové omezení hospodářské soutěže, jaké vyplývá z existence systému selektivní distribuce, a to z hlediska všech výrobků a zejména výrobků luxusních, a došlo tak ke změně ustálené judikatury Soudního dvora, jak byla připomenuta v bodech 25 až 27 tohoto rozsudku.
- 36 S ohledem na výše uvedené úvahy je třeba na první otázku odpovědět tak, že čl. 101 odst. 1 SFEU musí být vykládán v tom smyslu, že systém selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, je s tímto ustanovením v souladu, pokud jsou prodejci vybíráni na základě objektivních kritérií kvalitativní povahy, která jsou pro všechny potenciální prodejce stanovena jednotně a nejsou uplatňována diskriminačním způsobem, a pokud stanovená kritéria nepřekračují meze toho, co je nezbytné.

Ke druhé otázce

- 37 Podstatou druhé otázky předkládajícího soudu je, zda musí být čl. 101 odst. 1 SFEU vykládán v tom smyslu, že brání takovému smluvnímu ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, které zakazuje schváleným distributorům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, aby k internetovému prodeji smluvních výrobků navenek viditelným způsobem využívali platformem třetích stran.
- 38 Tato otázka se týká legality specifického ustanovení v rámci systému selektivní distribuce luxusních a prestižních výrobků z hlediska čl. 101 odst. 1 SFEU.
- 39 Nejprve je třeba připomenout, že jak vyplývá ze závěrů učiněných v souvislosti s první otázkou, cíl spočívající v zajištění ochrany luxusní image může vzhledem k povaze a vlastnostem těchto výrobků odůvodnit zřízení systému selektivní distribuce těchto výrobků.
- 40 Specifické smluvní ustanovení, jehož cílem je zajistit ochranu luxusní image dotčených výrobků je v rámci takového systému z hlediska článku 101 odst. 1 SFEU přípustné, pokud splňuje podmínky uvedené v bodě 36 tohoto rozsudku.
- 41 Ačkoliv je na předkládajícím soudu, aby ověřil, zda takové smluvní ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, které zakazuje využívat k internetovému prodeji smluvních výrobků služeb platformem třetích stran, tyto podmínky splňuje, Soudní dvůr mu za tímto účelem musí poskytnout všechny prvky výkladu unijního práva, které mu umožní ve věci rozhodnout (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 11. prosince 1980, L'Oréal, 31/80, EU:C:1980:289, bod 14).
- 42 V tomto ohledu je nesporné, že účelem smluvního ustanovení, o které se jedná ve věci v původním řízení, je zajistit ochranu luxusní a prestižní image dotčených výrobků. Ze spisu předloženého Soudnímu dvoru kromě toho vyplývá, že předkládající soud má za to, že je toto ustanovení objektivní a vztahuje se jednotně a nediskriminačně na všechny schválené distributory.
- 43 Je tudíž třeba ověřit, zda za takových okolností, jaké nastaly ve věci v původním řízení, je zákaz, kterým dodavatel svým schváleným distributorům zapovídá využívat navenek viditelným způsobem k internetovému prodeji dotčených luxusních výrobků platformem třetích stran, přiměřený sledovanému cíli, tedy zda je takový zákaz vhodný k zajištění ochrany luxusní image těchto výrobků a zda nepřekračuje meze toho, co je nezbytné k dosažení tohoto cíle.
- 44 Co se v prvé řadě týče vhodnosti zákazu dotčeného ve věci v původním řízení z hlediska sledovaného cíle, je třeba zaprvé poznamenat, že povinnost schválených distributorů prodávat smluvní výrobky na internetu pouze prostřednictvím vlastních internetových obchodů a zákaz používat jiné obchodní označení a navenek viditelným způsobem využívat platformem třetích stran, který je uložen uvedeným distributorům, dodavatelé bez dalšího zaručují, že tyto výrobky budou v rámci elektronického obchodování spojovány výhradě se schválenými distributory.
- 45 Vzhledem k tomu, že takové spojování je právě jedním z cílů využívání takového systému, zákaz dotčený ve věci v původním řízení podle všeho představuje z hlediska vlastností systému selektivní distribuce logické omezení.
- 46 Pokud je tudíž – jak vyplývá z judikatury Soudního dvora – systém selektivní distribuce na základě těchto vlastností vhodným prostředkem k zajištění ochrany luxusní image luxusních výrobků a tyto vlastnosti přispívají k zachování jejich kvality (v tomto smyslu viz rozsudek ze dne 23. dubna 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, body 28 a 29, jakož i citovaná judikatura), je třeba mít za to, že takové omezení, jaké vyplývá ze zákazu dotčeného ve věci v původním řízení a jehož výsledek je logickým důsledkem uvedených vlastností, rovněž může zajistit ochranu kvality a luxusní image uvedených výrobků.

- 47 Zadruhé zákaz, o který se jedná ve věci v původním řízení, umožňuje dodavateli luxusních výrobků dohlížet na to, aby byly jeho výrobky na internetu prodávány v takovém prostředí, které odpovídá kvalitativním podmínkám, na nichž se dohodl se schválenými distributory.
- 48 Pokud totiž distributor kvalitativní podmínky stanovené dodavatelem nedodrží, dodavatel se může na tohoto distributora obrátit na základě smluvního vztahu mezi těmito dvěma stranami. Skutečnost, že mezi dodavatelem a platformami třetích stran smluvní vztah neexistuje, ovšem brání tomu, aby od nich dodavatel mohl na takovém základě vyžadovat dodržování kvalitativních podmínek, které stanovil pro schválené distributory.
- 49 Internetový prodej luxusních výrobků prostřednictvím platform, které nepatří do systému selektivní distribuce těchto výrobků, v jehož rámci nemá dodavatel možnost dohlížet na podmínky prodeje svých výrobků, přitom skýtá riziko zhoršení úrovně prezentace uvedených výrobků na internetu, které může poškodit jejich luxusní image, a tedy narušit jejich samotnou povahu.
- 50 Zatřetí vzhledem k tomu, že uvedené platformy představují prodejní kanál pro všechny druhy výrobků, skutečnost, že luxusní výrobky nejsou prodávány prostřednictvím takových platform a k jejich prodeji na internetu dochází pouze v internetových obchodech schválených distributorů, v očích spotřebitelů přispívá k této luxusní image, a tudíž k zachování jedné z hlavních vlastností těchto výrobků, které spotřebitelé vyhledávají.
- 51 Zákaz, kterým dodavatel luxusních výrobků schváleným distributorům zapovídá navenek viditelným způsobem využívat k internetovému prodeji těchto výrobků platform třetích stran, je tudíž vhodný k zajištění ochrany luxusní image uvedených výrobků.
- 52 Co se ve druhé řadě týče otázky, zda zákaz dotčený ve věci v původním řízení překračuje meze toho, co je nezbytné pro dosažení sledovaného cíle, je třeba uvést, že na rozdíl od ustanovení, o které se jednalo ve věci, v níž byl vydán rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), ustanovení, o které se jedná ve věci v původním řízení, nezakazuje schváleným distributorům prodávat smluvní výrobky na internetu za všech okolností. Podle tohoto ustanovení je totiž zakázán pouze internetový prodej smluvních výrobků prostřednictvím platform třetích stran, které vůči spotřebitelům působí navenek viditelným způsobem.
- 53 Schválení distributori tedy mohou prodávat smluvní výrobky na internetu jak prostřednictvím vlastních internetových stránek, mají-li k dispozici elektronickou výkladní skříň schválené prodejny a je-li zajištěna ochrana luxusní povahy výrobků, tak prostřednictvím neschválených platform třetích stran, není-li jejich zapojení navenek viditelné pro spotřebitele.
- 54 Dále je třeba zdůraznit, že jak vyplývá z předběžných výsledků šetření v oblasti elektronického obchodu, které provedla Komise na základě článku 17 nařízení Rady (ES) č. 1/2003 ze dne 16. prosince 2002 o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích [101 a 102 SFEU] (Úř. věst. 2003, L 1, s. 1; Zvl. vyd. 08/02, s. 205), které Rada přijala dne 15. září 2016, bez ohledu na rostoucí význam platform třetích stran v rámci obchodování s výrobky distributorů jsou nejvýznamnějším distribučním kanálem v rámci distribuce na internetu internetové obchody distributorů, které provozuje více než 90 % dotázaných distributorů. Tato okolnost byla potvrzena i v závěrečné zprávě o tomto šetření ze dne 10. května 2017.
- 55 Na základě těchto informací lze konstatovat, že takový zákaz využívat k internetovému prodeji luxusních výrobků navenek viditelným způsobem platform třetích stran, který uložila žalobkyně v původním řízení schváleným distributorům, nepřekračuje meze toho, co je nezbytné k zajištění ochrany luxusní image uvedených výrobků.

- 56 Vzhledem k tomu, že mezi dodavatelem a platformami třetích stran neexistuje smluvní vztah, na jehož základě by mohl dodavatel od těchto platform vyžadovat, aby dodržovaly kvalitativní podmínky, které stanovil pro schválené distributory, zejména nelze mít za to, že stejně účinný jako zákaz dotčený ve věci v původním řízení by byl souhlas udělený uvedeným distributorům k využívání takových platform podmíněný tím, že by tyto platformy splňovaly předem stanovené požadavky na kvalitu.
- 57 Z toho vyplývá, že s výhradou ověření, která musí provést předkládající soud, je takový zákaz podle všeho z hlediska čl. 101 odst. 1 SFEU přípustný.
- 58 S ohledem na výše uvedené úvahy je třeba na druhou otázku odpovědět tak, že čl. 101 odst. 1 SFEU musí být vykládán v tom smyslu, že nebrání takovému smluvnímu ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, které zakazuje schváleným distributorům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, aby k internetovému prodeji smluvních výrobků navenek viditelným způsobem využívali platformy třetích stran, pokud má toto ustanovení zajistit ochranu luxusní image uvedených výrobků, je stanoveno jednotně a není uplatňováno diskriminačním způsobem a je přiměřené sledovanému cíli, což musí ověřit předkládající soud.

Ke třetí a čtvrté otázce

Úvodní poznámky

- 59 Pouze za předpokladu, že by předkládající soud musel dospět k závěru, že takové ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, omezuje hospodářskou soutěž ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU, by mohla vyvstat otázka, zda se na toto ustanovení může na základě čl. 101 odst. 3 SFEU vztahovat výjimka podle nařízení č. 330/2010. Z předkládacího rozhodnutí plyne, že nejsou překročeny prahové hodnoty tržního podílu stanovené v článku 3 uvedeného nařízení. Na uvedené ustanovení by se tudíž mohla vztahovat výjimka upravená v článku 2 zmíněného nařízení.
- 60 Podle nařízení č. 330/2010 se však bloková výjimka nemůže vztahovat na některé druhy omezení, která mohou vyvolat závažné protisoutěžní účinky, a to bez ohledu na tržní podíl dotčených podniků. Jedná se o tvrdá omezení uvedená v článku 4 zmíněného nařízení.
- 61 Blokovou výjimku podle článku 2 nařízení č. 330/2010 tudíž nelze uplatnit na takový zákaz, o jaký se jedná ve věci v původním řízení, pokud představuje jedno z uvedených tvrdých omezení.

K výkladu čl. 4 písm. b) a c) nařízení č. 330/2010

- 62 Podstatou třetí a čtvrté otázky předkládajícího soudu, které je třeba posoudit společně, je, zda musí být článek 4 nařízení č. 330/2010 vykládán v tom smyslu, že za takových okolností, jaké nastaly ve věci v původním řízení, představuje zákaz využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků uložený členům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, kteří působí na trhu jakožto distributoři, omezení okruhu zákazníků ve smyslu čl. 4 písm. b) tohoto nařízení, nebo omezení pasivních prodejů konečným uživatelům ve smyslu čl. 4 písm. c) uvedeného nařízení.
- 63 Podle čl. 4 písm. b) a c) nařízení č. 330/2010 platí, že výjimka podle článku 2 tohoto nařízení se nevztahuje na vertikální dohody, jejichž účelem je buď omezení území, na kterém kupující, který je stranou dohody, může prodávat smluvní zboží nebo služby, nebo omezení okruhu zákazníků, kterým kupující, který je stranou dohody, může prodávat smluvní zboží nebo služby, nebo omezení aktivních nebo pasivních prodejů konečným uživatelům členy systému selektivní distribuce působícími na maloobchodní úrovni.

- 64 Je tedy třeba ověřit, zda takové smluvní ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, omezuje okruh zákazníků, kterým schválení distributoři mohou prodávat dotčené luxusní výrobky, nebo omezuje pasivní prodeje schválených distributorů konečným uživatelům.
- 65 V tomto ohledu je třeba nejprve připomenout, že na rozdíl od ustanovení, o které se jednalo ve věci, v níž byl vydán rozsudek ze dne 13. října 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), ustanovení dotčené v posuzované věci nezakazuje používat internet jako způsob uvádění smluvních výrobků na trh, jak bylo vysvětleno v bodech 52 a 53 tohoto rozsudku.
- 66 Ze spisu předloženého Soudnímu dvoru dále vyplývá, že v rámci skupiny kupujících na internetu podle všeho nelze vymežit zákazníky platform třetích stran.
- 67 Ze spisu, který má Soudní dvůr k dispozici, nakonec rovněž vyplývá, že smlouva o selektivní distribuci dotčená ve věci v původním řízení za určitých podmínek umožňuje schváleným distributorům, aby prostřednictvím internetu umísťovali na platformy třetích stran reklamu a využívali internetové vyhledávače, takže jak uvedl generální advokát v bodě 147 svého stanoviska, zákazníci jsou s pomocí takových vyhledávačů obvykle schopni nabídku schválených distributorů na internetu najít.
- 68 Za těchto podmínek je třeba uvést, že ačkoliv takový zákaz, o jaký se jedná ve věci v původním řízení, omezuje specifickou formu internetového prodeje, nepředstavuje ani omezení okruhu zákazníků distributorů ve smyslu čl. 4 písm. b) nařízení č. 330/2010, ani omezení pasivních prodejů schválených distributorů konečným uživatelům ve smyslu čl. 4 písm. c) tohoto nařízení.
- 69 S ohledem na výše uvedené úvahy je třeba na třetí a čtvrtou otázku odpovědět tak, že článek 4 nařízení č. 330/2010 musí být vykládán v tom smyslu, že za takových okolností, jaké nastaly ve věci v původním řízení, nepředstavuje zákaz využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků uložený členům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, kteří působí na trhu jakožto distributoři, ani omezení okruhu zákazníků ve smyslu čl. 4 písm. b) tohoto nařízení, ani omezení pasivních prodejů konečným uživatelům ve smyslu čl. 4 písm. c) uvedeného nařízení.

K nákladům řízení

- 70 Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení ve vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud. Výdaje vzniklé předložením jiných vyjádření Soudnímu dvoru než vyjádření uvedených účastníků řízení se nenahrazují.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (první senát) rozhodl takto:

- 1) Článek 101 odst. 1 SFEU musí být vykládán v tom smyslu, že systém selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, je s tímto ustanovením v souladu, pokud jsou prodejci vybíráni na základě objektivních kritérií kvalitativní povahy, která jsou pro všechny potenciální prodejce stanovena jednotně a nejsou uplatňována diskriminačním způsobem, a pokud stanovená kritéria nepřekračují meze toho, co je nezbytné.
- 2) Článek 101 odst. 1 SFEU musí být vykládán v tom smyslu, že nebrání takovému smluvnímu ustanovení, o jaké se jedná ve věci v původním řízení, které zakazuje schváleným distributorům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, jehož hlavním účelem je zajistit ochranu luxusní image těchto výrobků, aby k internetovému prodeji smluvních výrobků navenek viditelným způsobem využívali platform třetích stran, pokud má toto

ustanovení zajistit ochranu luxusní image uvedených výrobků, je stanoveno jednotně a není uplatňováno diskriminačním způsobem a je přiměřené sledovanému cíli, což musí ověřit předkládající soud.

- 3) Článek 4 nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě musí být vykládán v tom smyslu, že za takových okolností, jaké nastaly ve věci v původním řízení, nepředstavuje zákaz využívat k internetovému prodeji navenek viditelným způsobem služeb třetích podniků uložený členům systému selektivní distribuce luxusních výrobků, kteří působí na trhu jakožto distributoři, ani omezení okruhu zákazníků ve smyslu čl. 4 písm. b) tohoto nařízení, ani omezení pasivních prodejů konečným uživatelům ve smyslu čl. 4 písm. c) uvedeného nařízení.

Podpisy.