



Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)

de 6 de diciembre de 2017*

«Procedimiento prejudicial — Competencia — Prácticas colusorias — Artículo 101 TFUE, apartado 1 — Distribución selectiva de productos cosméticos de lujo — Cláusula que prohíbe a los distribuidores recurrir a un tercero no autorizado en el marco de la venta por Internet — Reglamento (UE) n.º 330/2010 — Artículo 4, letras b) y c)»

En el asunto C-230/16,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Fráncfort del Meno, Alemania), mediante resolución de 19 de abril de 2016, recibida en el Tribunal de Justicia el 25 de abril de 2016, en el procedimiento entre

Coty Germany GmbH

y

Parfümerie Akzente GmbH,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera),

integrado por la Sra. R. Silva de Lapuerta (Ponente), Presidenta de Sala, y los Sres. C.G. Fernlund, A. Arabadjiev, S. Rodin y E. Regan, Jueces;

Abogado General: Sr. N. Wahl;

Secretario: Sra. X. Lopez Bancalari, administradora;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 30 de marzo de 2017;

consideradas las observaciones presentadas:

- en nombre de Coty Germany GmbH, por los Sres. A. Lubberger y B. Weichhaus, Rechtsanwälte;
- en nombre de Parfümerie Akzente GmbH, por los Sres. O. Spieker y M. Alber, Rechtsanwälte;
- en nombre del Gobierno alemán, por los Sres. T. Henze y A. Lippstreu, en calidad de agentes;
- en nombre del Gobierno francés, por el Sr. D. Colas y la Sra. J. Bousin, en calidad de agentes;
- en nombre del Gobierno italiano, por la Sra. G. Palmieri, en calidad de agente, asistida por el Sr. D. Del Gaizo, avvocato dello Stato;

* Lengua de procedimiento: alemán.

- en nombre del Gobierno luxemburgués, por el Sr. A. Germeaux, asistido por los Sres. P.-E. Partsch y T. Evans, avocats;
- en nombre del Gobierno neerlandés, por las Sras. M. Bulterman y M. de Ree y por el Sr. J. Langer, en calidad de agentes;
- en nombre del Gobierno austriaco, por el Sr. G. Eberhard, en calidad de agente;
- en nombre del Gobierno sueco, por las Sras. A. Falk, C. Meyer-Seitz y H. Shev y por el Sr. L. Swedenborg, en calidad de agentes;
- en nombre de la Comisión Europea, por los Sres. G. Meessen, H. Leupold y T. Christoforou, en calidad de agentes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 26 de julio de 2017;

dicta la siguiente

Sentencia

- 1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación del artículo 101 TFUE, apartado 1, y del artículo 4, letras b) y c), del Reglamento (UE) n.º 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas (DO 2010, L 102, p. 1).
- 2 Esta petición se ha presentado en el contexto de un litigio entre Coty Germany GmbH, un proveedor de productos cosméticos de lujo establecido en Alemania, y Parfümerie Akzente GmbH, un distribuidor autorizado de dichos productos, en relación con la prohibición impuesta a éste, en el marco de un contrato de distribución selectiva entre Coty Germany y sus distribuidores autorizados, de recurrir de forma evidente a terceras empresas en las ventas por Internet de los productos objeto del contrato.

Marco jurídico

- 3 A tenor del considerando 10 del Reglamento n.º 330/2010, «no han de quedar exentos en virtud del presente Reglamento aquellos acuerdos verticales que contengan restricciones que puedan restringir la competencia y perjudicar a los consumidores o que no sean imprescindibles para alcanzar los efectos de mejora de la eficiencia económica. En particular, los acuerdos verticales que contengan determinados tipos de restricciones de competencia especialmente graves, como los precios de reventa mínimos y fijos y determinados tipos de protección territorial, deben quedar excluidos del beneficio de la exención por categorías establecida en el presente Reglamento, independientemente de la cuota de mercado de las empresas implicadas».
- 4 En el artículo 1, apartado 1, letra e), de dicho Reglamento se define el «sistema de distribución selectiva» como «un sistema de distribución por el cual el proveedor se compromete a vender los bienes o servicios contractuales, directa o indirectamente, sólo a distribuidores seleccionados sobre la base de criterios específicos, y los distribuidores se comprometan a no vender tales bienes o servicios a agentes no autorizados en el territorio en el que el proveedor haya decidido aplicar este sistema».

5 El artículo 2, apartado 1, del citado Reglamento dispone cuanto sigue:

«Con arreglo al artículo 101 [TFUE], apartado 3, y sin perjuicio de las disposiciones del presente Reglamento, se declara que el artículo 101 [TFUE], apartado 1, no se aplicará a los “acuerdos verticales”.

Esta exención se aplicará en la medida en que tales acuerdos contengan “restricciones verticales”.»

6 Según el artículo 3, apartado 1, del mismo Reglamento:

«La exención prevista en el artículo 2 se aplicará siempre que la parte del mercado del proveedor no supere el 30 % del mercado de referencia en el que vende los bienes o servicios contractuales y que la parte del mercado del comprador no supere el 30 % del mercado de referencia en el que compra los servicios o bienes contractuales.»

7 Bajo la rúbrica «Restricciones que retiran el beneficio de la exención por categorías (restricciones especialmente graves)», el artículo 4 del Reglamento n.º 330/2010 establece lo siguiente:

«La exención prevista en el artículo 2 no se aplicará a los acuerdos verticales que, directa o indirectamente, por sí solos o en combinación con otros factores bajo control de las partes, tengan por objeto:

[...]

b) la restricción del territorio en el que, o de la clientela a la que, el comprador parte del acuerdo, sin perjuicio de una restricción sobre su lugar de establecimiento, pueda vender los bienes o servicios contractuales [...]:

[...]

c) la restricción de las ventas activas o pasivas a los usuarios finales por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva que operen al nivel de comercio minorista al por menor [...]

[...]»

Litigio principal y cuestiones prejudiciales

8 Coty Germany vende productos cosméticos de lujo en Alemania. Comercializa determinadas marcas de este sector mediante un sistema de distribución selectiva, en virtud de un contrato de distribución selectiva que también utilizan las sociedades vinculadas a ella. Este contrato se complementa con distintos contratos especiales, destinados a organizar dicho sistema.

9 Parfümerie Akzente distribuye desde hace muchos años los productos de Coty Germany, como distribuidor autorizado, tanto en sus puntos de venta físicos como en Internet. Una parte de las ventas por Internet se realiza mediante su propia tienda en línea, y otra parte, por medio de la plataforma «amazon.de».

10 De la resolución de remisión se desprende que, en su contrato de distribución selectiva, Coty Germany justifica su sistema de distribución selectiva en estos términos: «el carácter de las marcas de Coty Prestige requiere una distribución selectiva para preservar la imagen de lujo asociada a dichas marcas».

- 11 En este sentido, por lo que se refiere al comercio físico, el contrato de distribución selectiva establece que todo punto de venta del distribuidor ha de ser autorizado por Coty Germany, lo que implica el cumplimiento de varios requisitos, recogidos en el artículo 2 de dicho contrato, relativos al entorno, acondicionamiento y disposición de esos puntos de venta.
- 12 En particular, a tenor del artículo 2, apartado 1, punto 3, de dicho contrato, «la adecuación y la disposición del punto de venta, la oferta de productos, la publicidad y la presentación de los productos para su venta deben destacar y reforzar el carácter de lujo de las marcas Coty Prestige. En la apreciación de este criterio se tendrán en cuenta, en particular, las fachadas, el acondicionamiento interior, los suelos, paredes y techos, el mobiliario, así como la superficie de venta y la iluminación, y finalmente la impresión general de orden y limpieza».
- 13 El artículo 2, apartado 1, punto 6, del referido contrato establece que «la identificación del punto de venta, mediante el nombre de la empresa o la adición de elementos o del lema de la empresa, no podrá sugerir una selección limitada de productos, un acondicionamiento mediocre o una falta de asesoramiento y, en cualquier caso, deberá estar dispuesta de modo que no oculte la decoración ni los expositores del depositario».
- 14 Por otra parte, el marco contractual que vincula a las partes incluye un acta adicional referente a la venta por Internet, cuyo artículo 1, apartado 3, establece que «el depositario no podrá utilizar un nombre diferente ni recurrir a una tercera empresa que no esté autorizada».
- 15 A raíz de la entrada en vigor del Reglamento n.º 330/2010, Coty Germany modificó los contratos del sistema de distribución selectiva así como la referida acta adicional, y estableció en la cláusula I, apartado 1, párrafo primero, de ésta que «el depositario podrá ofrecer y vender los productos en Internet, a condición no obstante de que dicha actividad de venta por Internet se realice mediante un “escaparate electrónico” del establecimiento autorizado y que se preserve el carácter de lujo de los productos». Además, la cláusula I, apartado 1, punto 3, de dicha acta adicional prohíbe expresamente el uso de una denominación comercial diferente, así como la intervención reconocible de una tercera empresa que no sea depositario autorizado de Coty Prestige.
- 16 Parfümerie Akzente se negó a firmar las modificaciones aportadas al contrato de distribución selectiva. Coty Germany interpuso recurso ante un tribunal nacional de primera instancia a fin de que prohibiera a la demandada en el litigio principal, con arreglo a la citada cláusula I, apartado 1, punto 3, la distribución de los productos de la marca controvertida a través de la plataforma «amazon.de».
- 17 Dicho tribunal, mediante sentencia de 31 de julio de 2014, desestimó el recurso debido a que la cláusula contractual controvertida era contraria al artículo 1 de la Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Ley contra las Restricciones de la Competencia) o al artículo 101 TFUE, apartado 1. Estimó que el objetivo de preservar una imagen prestigiosa de la marca no podía justificar, conforme a la sentencia de 13 de octubre de 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), la instauración de un sistema de distribución selectiva, restrictivo de la competencia por principio. Esa cláusula constituía también, según dicho tribunal, una restricción especialmente grave, en el sentido del artículo 4, letra c), del Reglamento n.º 330/2010.
- 18 Además, el tribunal nacional de primera instancia consideró que la citada cláusula tampoco cumplía los requisitos para poder acogerse a una exención individual, puesto que no se había acreditado que la prohibición general de la venta por Internet mediante plataformas de terceros que se establece en dicha cláusula generase mejoras de la eficiencia que compensaran los inconvenientes que la restricción de los modos de comercialización suponía para la competencia. En cualquier caso, dicho tribunal estimó que tal prohibición general no era necesaria, porque existían otros medios igualmente adecuados pero menos restrictivos de la competencia, como la aplicación de criterios cualitativos específicos para las plataformas de terceros.

- 19 Coty Germany apeló la sentencia dictada por el tribunal nacional de primera instancia ante el Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Fráncfort del Meno, Alemania). En este contexto, este órgano jurisdiccional se pregunta sobre la licitud, a la luz del Derecho de la Unión en materia de competencia, del dispositivo contractual existente entre ambas partes del litigio.
- 20 En estas circunstancias, el Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunal Superior Regional Civil y Penal de Fráncfort del Meno) decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:
- «1) Los sistemas de distribución selectiva relativos a la distribución de productos de lujo y de prestigio y dirigidos primordialmente a preservar la “imagen de lujo” de dichos productos, ¿constituyen un elemento de competencia compatible con el artículo 101 TFUE, apartado 1?
 - 2) En caso de respuesta afirmativa a la primera cuestión: ¿puede considerarse un elemento de competencia compatible con el artículo 101 TFUE, apartado 1, la prohibición absoluta, impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva que operan como minoristas en el mercado, de recurrir de forma evidente a terceras empresas en las ventas por Internet, independientemente de que en el caso concreto se satisfagan o no las legítimas exigencias de calidad del fabricante?
 - 3) ¿Debe interpretarse el artículo 4, letra b), del Reglamento n.º 330/2010 en el sentido de que la prohibición, impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva que operan como minoristas en el mercado, de recurrir de forma evidente a terceras empresas en las ventas por Internet constituye una restricción por objeto de la clientela del minorista?
 - 4) ¿Debe interpretarse el artículo 4, letra c), del Reglamento n.º 330/2010 en el sentido de que la prohibición, impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva que operan como minoristas en el mercado, de recurrir de forma evidente a terceras empresas en las ventas por Internet constituye una restricción por objeto de las ventas pasivas a los usuarios finales?»

Sobre las cuestiones prejudiciales

Sobre la primera cuestión prejudicial

- 21 Mediante su primera cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si el artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos puede ser conforme con dicha disposición.
- 22 A tenor del artículo 101 TFUE, apartado 1, son incompatibles con el mercado interior y quedan prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior.
- 23 Por lo que respecta a los acuerdos que constituyen un sistema de distribución selectiva, el Tribunal de Justicia ha señalado que tales acuerdos afectan necesariamente a la competencia dentro del mercado interior.
- 24 Sin embargo, el Tribunal de Justicia ha declarado que a la organización de un sistema de distribución selectiva no se aplica la prohibición del artículo 101 TFUE, apartado 1, si la elección de los revendedores se hace en función de criterios objetivos de carácter cualitativo, establecidos de modo uniforme respecto a todos los revendedores potenciales y aplicados de forma no discriminatoria, si las

propiedades del producto de que se trata requieren, para preservar su calidad y asegurar su uso apropiado, un sistema de distribución de ese tipo y, por último, si los criterios exigidos no van más allá de lo necesario (sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*, C-439/09, EU:C:2011:649, apartado 41 y jurisprudencia citada).

- 25 Por lo que se refiere, en particular, a si la distribución selectiva puede ser necesaria para los productos de lujo, es preciso recordar que el Tribunal de Justicia ya ha declarado que la calidad de tales productos resulta no sólo de sus características materiales, sino también del aura y de la imagen de prestigio que les confieren una sensación de lujo, que esta sensación constituye un elemento esencial de dichos productos para que los consumidores puedan distinguirlos de otros productos parecidos y que, por lo tanto, un perjuicio causado a dicha sensación de lujo puede afectar a la propia calidad de estos productos (véase, en este sentido, la sentencia de 23 de abril de 2009, *Copad*, C-59/08, EU:C:2009:260, apartados 24 a 26 y jurisprudencia citada).
- 26 Pues bien, a este respecto, el Tribunal de Justicia ha considerado que las características y las modalidades propias de un sistema de distribución selectiva pueden, por sí mismas, preservar la calidad y asegurar el uso apropiado de dichos productos (sentencia de 23 de abril de 2009, *Copad*, C-59/08, EU:C:2009:260, apartado 28 y jurisprudencia citada).
- 27 En este contexto, el Tribunal de Justicia ha estimado, concretamente, que la organización de un sistema de distribución selectiva que pretende garantizar una presentación que realce los productos de prestigio en el punto de venta puede contribuir a la reputación de los productos en cuestión y, por tanto, al mantenimiento de su sensación de lujo (véase, en este sentido, la sentencia de 23 de abril de 2009, *Copad*, C-59/08, EU:C:2009:260, apartado 29).
- 28 Así pues, de esta jurisprudencia se desprende que, debido a sus características y su naturaleza, los productos de lujo pueden necesitar la puesta en práctica de un sistema de distribución selectiva para preservar su calidad y asegurar su uso apropiado.
- 29 Por consiguiente, un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de esos productos resulta conforme con el artículo 101 TFUE, apartado 1, siempre que se cumplan las condiciones mencionadas en el apartado 24 de la presente sentencia.
- 30 En contra de lo que sostienen *Parfümerie Akzente* y los Gobiernos alemán y luxemburgués, esta conclusión no queda invalidada por la afirmación contenida en el apartado 46 de la sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649).
- 31 En efecto, esa afirmación debe interpretarse considerando el contexto de dicha sentencia.
- 32 A este respecto, es preciso destacar que, en el asunto que dio lugar a la citada sentencia, el tribunal remitente se preguntaba sobre la conformidad, a la luz del artículo 101 TFUE, apartado 1, no de un sistema de distribución selectiva considerado en su integridad, sino de una cláusula contractual particular impuesta a unos distribuidores autorizados, en el marco de un sistema de ese tipo, que contenía una prohibición absoluta de vender en Internet los productos objeto del contrato. Asimismo, procede precisar que los productos a los que se refería el sistema de distribución selectiva de que se trataba en dicho asunto no eran productos de lujo, sino productos cosméticos y de higiene corporal.
- 33 La afirmación recogida en el apartado 46 de la sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), se inscribe en el marco de las consideraciones efectuadas por el Tribunal de Justicia para proporcionar al tribunal remitente en dicho asunto los elementos de interpretación necesarios para que pudiera pronunciarse sobre si la restricción de la competencia resultante de dicha cláusula contractual estaba justificada por un objetivo legítimo y perseguía éste de un modo proporcionado.

- 34 En ese contexto, el Tribunal de Justicia consideró que la necesidad de preservar la imagen de prestigio de los productos cosméticos y de higiene corporal en cuestión no constituía una exigencia legítima que justificara una prohibición absoluta de venta de esos productos en Internet. Por consiguiente, la apreciación recogida en el apartado 46 de dicha sentencia se refería únicamente a los productos de que se trataba en el asunto que dio lugar a la referida sentencia y a la cláusula contractual controvertida en dicho asunto.
- 35 En cambio, de la sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649) no cabe deducir que su apartado 46 pretendía establecer una declaración de principio según la cual la protección de la imagen de lujo ya no podría justificar en lo sucesivo una restricción de la competencia, como la resultante de la existencia de un sistema de distribución selectiva, respecto de todo producto —en particular, los productos de lujo—, y modificar así la jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia, como se recuerda en los apartados 25 a 27 de la presente sentencia.
- 36 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, procede responder a la primera cuestión prejudicial que el artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos es conforme con dicha disposición, si la elección de los revendedores se hace en función de criterios objetivos de carácter cualitativo, establecidos de modo uniforme respecto a todos los revendedores potenciales y aplicados de forma no discriminatoria, y si los criterios exigidos no van más allá de lo necesario.

Sobre la segunda cuestión prejudicial

- 37 Mediante su segunda cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si el artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que se opone a una cláusula contractual, como la controvertida en el litigio principal, que prohíbe a los distribuidores autorizados de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos recurrir de manera evidente a plataformas de terceros para vender en Internet los productos objeto del contrato.
- 38 Esta cuestión prejudicial se refiere a la licitud, conforme al artículo 101 TFUE, apartado 1, de una cláusula particular de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo y de prestigio.
- 39 Con carácter preliminar, es preciso recordar que, como se desprende que las apreciaciones efectuadas en el marco de la primera cuestión prejudicial, debido a la naturaleza y a las características propias de dichos productos, el objetivo consistente en preservar su imagen de lujo puede justificar la organización de un sistema de distribución selectiva de esos productos.
- 40 En el contexto de un sistema de ese tipo, una cláusula contractual particular dirigida a preservar la imagen de lujo de los productos de que se trate es lícita a la luz del artículo 101 TFUE, apartado 1, si cumple las condiciones mencionadas en el apartado 36 de la presente sentencia.
- 41 Si bien incumbe al órgano jurisdiccional remitente comprobar si cumple dichas condiciones una cláusula contractual, como la controvertida en el litigio principal, que prohíbe recurrir a plataformas de terceros para vender en línea productos objeto del contrato, corresponde no obstante al Tribunal de Justicia facilitarle a estos efectos todos los elementos de interpretación del Derecho de la Unión que le permitirán pronunciarse (véase, en este sentido, la sentencia de 11 de diciembre de 1980, *L'Oréal*, 31/80, EU:C:1980:289, apartado 14).

- 42 A este respecto, queda acreditado que el objetivo de la cláusula contractual controvertida en el litigio principal es preservar la imagen de lujo y de prestigio de los productos de que se trata. Por otra parte, de los autos remitidos al Tribunal de Justicia se desprende que el órgano jurisdiccional remitente considera que dicha cláusula es objetiva y uniforme y que se aplica sin discriminación a todos los distribuidores autorizados.
- 43 Por consiguiente, es preciso comprobar si, en unas circunstancias como las del litigio principal, es proporcionada al objetivo perseguido la prohibición impuesta por un proveedor a sus distribuidores autorizados de recurrir de forma evidente a plataformas de terceros para vender en Internet los productos de lujo de que se trata, es decir, si tal prohibición es adecuada para preservar la imagen de lujo de dichos productos y si no va más allá de lo necesario para alcanzar dicho objetivo.
- 44 En lo referente, en primer lugar, a si la prohibición controvertida en el litigio principal resulta adecuada respecto del objetivo perseguido, es preciso manifestar, en primer término, que la obligación impuesta a los distribuidores autorizados de vender en Internet los productos objeto del contrato únicamente mediante sus propias tiendas en línea y la prohibición que pesa sobre ellos de utilizar otra denominación comercial y de recurrir de forma evidente a plataformas de terceros garantizan de entrada al proveedor que, en el marco del comercio electrónico de dichos productos, éstos se vinculan exclusivamente a los distribuidores autorizados.
- 45 Pues bien, al ser precisamente tal vinculación uno de los objetivos perseguidos cuando se recurre a un sistema de este tipo, resulta que la prohibición de la que se trata en el litigio principal supone una limitación coherente, dadas las características propias del sistema de distribución selectiva.
- 46 En consecuencia, si, como se desprende de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, dichas características hacen que el sistema de distribución selectiva sea un medio adecuado para preservar la imagen de lujo de los productos de lujo y contribuyen, por lo tanto, al mantenimiento de la calidad de esos productos (véase, en este sentido, la sentencia de 23 de abril de 2009, Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, apartados 28 y 29 y jurisprudencia citada), debe considerarse asimismo que una limitación como la derivada de la prohibición de la que se trata en el litigio principal, cuyo resultado es inherente a tales características, preserva la calidad y la imagen de lujo de dichos productos.
- 47 En segundo término, la prohibición controvertida en el litigio principal permite al proveedor de productos de lujo controlar que sus productos se venderán en línea en un entorno que corresponde a las condiciones de calidad que convino con sus distribuidores autorizados.
- 48 En efecto, el incumplimiento por un distribuidor de las condiciones de calidad establecidas por el proveedor permite a éste dirigirse contra aquél, sobre la base del vínculo contractual existente entre ambas partes. La inexistencia de relación contractual entre el proveedor y las plataformas de terceros impide, sin embargo, que el proveedor pueda exigir, sobre una base de ese tipo, que dichas plataformas cumplan las condiciones de calidad que impuso a sus distribuidores autorizados.
- 49 Pues bien, una venta en línea de productos de lujo mediante plataformas que no pertenecen al sistema de distribución selectiva de dichos productos, en cuyo marco el proveedor no puede controlar las condiciones de venta de sus productos, entraña un riesgo de deterioro en la presentación de tales productos en Internet, que puede perjudicar su imagen de lujo y, por lo tanto, su propia naturaleza.
- 50 En tercer término, habida cuenta de que dichas plataformas constituyen un canal de venta para todo tipo de producto, el hecho de que los productos de lujo no se vendan mediante tales plataformas y que su venta en línea se efectúe únicamente en las tiendas en línea de los distribuidores autorizados contribuye a esa imagen de lujo que se ofrece a los consumidores y, de este modo, al mantenimiento de una de las características principales de esos productos buscadas por los consumidores.

- 51 Por consiguiente, la prohibición impuesta por un proveedor de productos de lujo a sus distribuidores autorizados de recurrir de forma evidente a plataformas de terceros para vender en Internet esos productos resulta adecuada para preservar la imagen de lujo de dichos productos.
- 52 En lo referente, en segundo lugar, a si la prohibición de la que se trata en el litigio principal va más allá de lo necesario para alcanzar el objetivo perseguido, es preciso señalar, por un lado, que, a diferencia de la cláusula contemplada en el asunto que dio lugar a la sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), la cláusula controvertida en el litigio principal no prohíbe de manera absoluta a los distribuidores autorizados vender en Internet los productos objeto del contrato. En efecto, con arreglo a esta cláusula únicamente se prohíbe la venta en línea de los productos objeto del contrato mediante plataformas de terceros que operen de forma evidente frente a los consumidores.
- 53 Por lo tanto, los distribuidores autorizados pueden vender en línea los productos objeto del contrato tanto a través de sus propios sitios de Internet, si disponen de un escaparate electrónico de la tienda autorizada y se preserva el carácter lujoso de los productos, como mediante plataformas de terceros no autorizadas si la intervención de éstas no es evidente para los consumidores.
- 54 Por otro lado, es preciso subrayar que, como se desprende de los resultados provisionales de la investigación sectorial sobre comercio electrónico llevada a cabo por la Comisión, con arreglo al artículo 17 del Reglamento (CE) n.º 1/2003 del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos [101 TFUE y 102 TFUE] (DO 2003, L 1, p. 1), adoptados el 15 de septiembre de 2016, pese a la creciente importancia de las plataformas de terceros en la comercialización de los productos de los distribuidores, el principal canal de distribución —en el marco de la distribución en Internet— lo constituyen sin embargo las propias tiendas en línea de los distribuidores, que son explotadas por más del 90 % de los distribuidores encuestados. Este hecho fue confirmado en el informe final relativo a esta investigación, de fecha 10 de mayo de 2017.
- 55 Estos factores permiten considerar que una prohibición, como la impuesta por la demandante en el litigio principal a sus distribuidores autorizados, de recurrir de forma evidente a plataformas de terceros para vender en Internet productos de lujo no va más allá de lo necesario para preservar la imagen de lujo de dichos productos.
- 56 En particular, habida cuenta de la inexistencia de relación contractual entre el proveedor y las plataformas de terceros que le permita exigir que éstas cumplan las condiciones de calidad impuestas a sus distribuidores autorizados, no cabe considerar que la autorización concedida a dichos distribuidores de recurrir a tales plataformas a condición de que éstas respondan a las exigencias de calidad predefinidas sea tan eficaz como la prohibición de la que se trata en el litigio principal.
- 57 De lo anterior se desprende que, sin perjuicio de las comprobaciones que corresponde efectuar al órgano jurisdiccional remitente, tal prohibición resulta lícita a la luz del artículo 101 TFUE, apartado 1.
- 58 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, es preciso responder a la segunda cuestión prejudicial que el artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que no se opone a una cláusula contractual, como la controvertida en el litigio principal, que prohíbe a los distribuidores autorizados de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos recurrir de manera evidente a plataformas de terceros para vender en Internet los productos objeto del contrato, si dicha cláusula pretende preservar la imagen de lujo de esos productos, si se establece de modo uniforme y se aplica de forma no discriminatoria, y si es proporcionada al objetivo perseguido, extremo que corresponde comprobar al órgano jurisdiccional remitente.

Sobre las cuestiones prejudiciales tercera y cuarta

Observaciones preliminares

- 59 Solamente en el supuesto de que el órgano jurisdiccional remitente deba concluir que una cláusula, como la controvertida en el litigio principal, restringe la competencia en el sentido del artículo 101 TFUE, apartado 1, cabría plantearse si dicha cláusula puede acogerse, en virtud del artículo 101 TFUE, apartado 3, a una exención con arreglo al Reglamento n.º 330/2010. De la resolución de remisión se desprende que no se superan los umbrales de cuota de mercado establecidos en el artículo 3 de dicho Reglamento. Por consiguiente, la referida cláusula podría beneficiarse de la exención prevista en el artículo 2 del citado Reglamento.
- 60 Sin embargo, el Reglamento n.º 330/2010 excluye del beneficio de la exención por categorías a determinados tipos de restricciones que corren el riesgo de producir graves efectos contrarios a la competencia, con independencia de la cuota de mercado de las empresas implicadas. Se trata de las restricciones especialmente graves previstas en el artículo 4 de dicho Reglamento.
- 61 Por consiguiente, la exención por categorías prevista en el artículo 2 del Reglamento n.º 330/2010 no puede aplicarse a una prohibición como la controvertida en el litigio principal si ésta constituye una de dichas restricciones especialmente graves.

Sobre la interpretación del artículo 4, letras b) y c), del Reglamento n.º 330/2010

- 62 Mediante sus cuestiones prejudiciales tercera y cuarta, que es preciso examinar conjuntamente, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si el artículo 4 del Reglamento n.º 330/2010 debe interpretarse en el sentido de que, en unas circunstancias como las del litigio principal, la prohibición impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo, que operan como distribuidores en el mercado, de recurrir de forma evidente a terceras empresas para las ventas por Internet constituye una restricción de la clientela, en el sentido del artículo 4, letra b), de dicho Reglamento o una restricción de las ventas pasivas a los usuarios finales, en el sentido del artículo 4, letra c), del citado Reglamento.
- 63 Conforme al artículo 4, letras b) y c), del Reglamento n.º 330/2010, la exención prevista en el artículo 2 de éste no se aplica a los acuerdos verticales que tengan por objeto sea la restricción del territorio en el que, o de la clientela a la que, el comprador, parte del acuerdo, pueda vender los bienes o servicios contractuales, sea la restricción de las ventas activas o pasivas a los usuarios finales por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva que operen como minoristas en el mercado.
- 64 Por lo tanto, es preciso comprobar si una cláusula contractual como la controvertida en el litigio principal restringe la clientela a la que los distribuidores autorizados pueden vender los productos de lujo de que se trata o si restringe las ventas pasivas de los distribuidores autorizados a los usuarios finales.
- 65 A este respecto, en primer lugar, hay que recordar que, a diferencia de la cláusula contemplada en el asunto que dio lugar a la sentencia de 13 de octubre de 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), la cláusula controvertida en el presente asunto no prohíbe recurrir a Internet como modo de comercialización de los productos objeto del contrato, como ya se ha expuesto en los apartados 52 y 53 de la presente sentencia.
- 66 En segundo lugar, de los autos remitidos al Tribunal de Justicia se desprende que no resulta posible delimitar, dentro del grupo de los compradores en línea, a los clientes de plataformas de terceros.

- 67 Por último, de los autos de que dispone el Tribunal de Justicia también se desprende que el contrato de distribución selectiva controvertido en el litigio principal autoriza, bajo determinadas condiciones, a los distribuidores autorizados a hacer publicidad a través de Internet en plataformas de terceros y el uso de los motores de búsqueda en línea, de modo que, como señaló el Abogado General en el punto 147 de sus conclusiones, los clientes pueden encontrar normalmente la oferta Internet de los distribuidores autorizados, utilizando tales motores.
- 68 En estas circunstancias, aun cuando restringe una forma determinada de venta en Internet, una prohibición como la controvertida en el litigio principal no constituye una restricción de la clientela de los distribuidores, en el sentido del artículo 4, letra b), del Reglamento n.º 330/2010, ni una restricción de las ventas pasivas de los distribuidores autorizados a los usuarios finales, en el sentido del artículo 4, letra c), de dicho Reglamento.
- 69 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, procede responder a las cuestiones prejudiciales tercera y cuarta que el artículo 4 del Reglamento n.º 330/2010 debe interpretarse en el sentido de que, en unas circunstancias como las del litigio principal, la prohibición impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo, que operan como distribuidores en el mercado, de recurrir de manera evidente a terceras empresas para las ventas por Internet, no constituye una restricción de la clientela, en el sentido del artículo 4, letra b), de dicho Reglamento, ni una restricción de las ventas pasivas a los usuarios finales, en el sentido del artículo 4, letra c), del citado Reglamento.

Costas

- 70 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional remitente, corresponde a éste resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Primera) declara:

- 1) **El artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos es conforme con dicha disposición, si la elección de los revendedores se hace en función de criterios objetivos de carácter cualitativo, establecidos de modo uniforme respecto a todos los revendedores potenciales y aplicados de forma no discriminatoria, y si los criterios exigidos no van más allá de lo necesario.**
- 2) **El artículo 101 TFUE, apartado 1, debe interpretarse en el sentido de que no se opone a una cláusula contractual, como la controvertida en el litigio principal, que prohíbe a los distribuidores autorizados de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo dirigido, con carácter principal, a preservar la imagen de lujo de dichos productos recurrir de manera evidente a plataformas de terceros para vender en Internet los productos objeto del contrato, si dicha cláusula pretende preservar la imagen de lujo de esos productos, si se establece de modo uniforme y se aplica de forma no discriminatoria, y si es proporcionada al objetivo perseguido, extremo que corresponde comprobar al órgano jurisdiccional remitente.**
- 3) **El artículo 4 del Reglamento (UE) n.º 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas, debe interpretarse en el sentido de que, en unas circunstancias como las del litigio principal, la prohibición impuesta a los miembros de un sistema de distribución selectiva de productos de lujo, que operan como distribuidores en el mercado, de recurrir de manera evidente a**

terceras empresas para las ventas por Internet, no constituye una restricción de la clientela, en el sentido del artículo 4, letra b), de dicho Reglamento, ni una restricción de las ventas pasivas a los usuarios finales, en el sentido del artículo 4, letra c), del citado Reglamento.

Firmas