



## Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (pierwsza izba)

z dnia 6 grudnia 2017 r.\*

Odesłanie prejudycjalne – Konkurencja – Porozumienia, decyzje i uzgodnione praktyki – Artykuł 101 ust. 1 TFUE – Selektywna dystrybucja luksusowych artykułów kosmetycznych – Postanowienie umowne zakazujące dystrybutorom włączania nieautoryzowanych osób trzecich do sprzedaży przez Internet – Rozporządzenie (UE) nr 330/2010 – Artykuł 4 lit. b) i c

W sprawie C-230/16

mającej za przedmiot wniosek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Oberlandesgericht Frankfurt am Main (wyższy sąd regionalny we Frankfurcie nad Menem, Niemcy) postanowieniem z dnia 19 kwietnia 2016 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 25 kwietnia 2016 r., w postępowaniu:

**Coty Germany GmbH**

przeciwko

**Parfümerie Akzente GmbH,**

TRYBUNAŁ (pierwsza izba),

w składzie: R. Silva de Lapuerta (sprawozdawca), prezes izby, C.G. Fernlund, A. Arabadjiev, S. Rodin i E. Regan, sędziowie,

rzecznik generalny: N. Wahl,

sekretarz: X. Lopez Bancalari, administrator,

uwzględniając pisemny etap postępowania i po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 30 marca 2017 r.,

rozważywszy uwagi przedstawione:

- w imieniu Coty Germany GmbH przez A. Lubbergera oraz B. Weichhaus, Rechtsanwälte,
- w imieniu Parfümerie Akzente GmbH przez O. Spiekera oraz M. Albera, Rechtsanwälte,
- w imieniu rządu niemieckiego przez T. Henzego oraz A. Lippstreu, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu rządu francuskiego przez D. Colasa oraz J. Bousin, działających w charakterze pełnomocników,

\* Język postępowania: niemiecki.

- w imieniu rządu włoskiego przez G. Palmieri, działającą w charakterze pełnomocnika, wspieraną przez D. Del Gaizę, avvocato dello Stato,
- w imieniu rządu luksemburskiego przez A. Germeaux, wspieranego przez P.E. Partscha oraz T. Evansa, avocats,
- w imieniu rządu niderlandzkiego przez M. Bulterman, M. de Reego oraz J. Langera, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu rządu austriackiego przez G. Eberharda, działającego w charakterze pełnomocnika,
- w imieniu rządu szwedzkiego przez A. Falk, C. Meyer-Seitz i H. Shev, a także przez L. Swedenborga, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu Komisji Europejskiej przez G. Meessena, H. Leupolda oraz T. Christoforou, działających w charakterze pełnomocników,

po zapoznaniu się z opinią rzecznika generalnego na posiedzeniu w dniu 26 lipca 2017 r.,

wydaje następujący

### **Wyrok**

- 1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni art. 101 ust. 1 TFUE, a także art. 4 lit. b) i c) rozporządzenia Komisji (WE) nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych (Dz.U. 2010, L 102, s. 1).
  - 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu między spółką Coty Germany GmbH, dostawcą luksusowych artykułów kosmetycznych w Niemczech, a spółką Parfümerie Akzente GmbH, autoryzowanym dystrybutorem rzeczonych artykułów, w przedmiocie nałożonego na tę spółkę w umowie depozytowej zawieranej między Coty Germany a jej autoryzowanymi dystrybutorami zakazu włączania w sposób rozpoznawalny na zewnątrz przedsiębiorstw trzecich do sprzedaży przez Internet produktów objętych umową.
- Ramy prawne**
- 3 Zgodnie z motywem 10 rozporządzenia nr 330/2010 „[n]iniejsze rozporządzenie nie powinno wyłączać porozumień wertykalnych zawierających ograniczenia, które najprawdopodobniej będą ograniczać konkurencję i szkodzić konsumentom lub które nie są niezbędne do osiągnięcia wyżej wymienionych skutków wzmacniających efektywność. Wyłączone z przywileju wyłączenia grupowego ustalonego niniejszym rozporządzeniem powinny być w szczególności porozumienia wertykalne zawierające niektóre rodzaje poważnych ograniczeń konkurencji, takich jak minimalne i stałe ceny odsprzedaży, jak również niektóre rodzaje ochrony terytorialnej, niezależnie od udziałów w rynku przedsiębiorstw biorących udział w porozumieniu”.
  - 4 W art. 1 ust. 1 lit. e) tego rozporządzenia „system dystrybucji selektywnej” zdefiniowano jako „system dystrybucji, w którym dostawca zobowiązuje się sprzedawać bezpośrednio lub pośrednio towary lub usługi objęte porozumieniem tylko dystrybutorom wybranym według określonych kryteriów, a dystrybutorzy ci zobowiązują się nie sprzedawać tych towarów lub usług nieautoryzowanym dystrybutorom na terytorium, na którym dostawca postanowił stosować system”.

5 Artykuł 2 ust. 1 wskazanego rozporządzenia stanowi:

„Zgodnie z art. 101 ust. 3 [TFUE] oraz z zastrzeżeniem przepisów niniejszego rozporządzenia niniejszym uznaje się, że art. 101 ust. 1 [TFUE] nie ma zastosowania do porozumień wertykalnych.

Niniejsze wyłączenie stosuje się w zakresie, w jakim takie porozumienia zawierają ograniczenia wertykalne”.

6 Artykuł 3 ust. 1 tego rozporządzenia przewiduje:

„Wyłączenie przewidziane w art. 2 ma zastosowanie pod warunkiem, że udział dostawcy nie przekracza 30% rynku właściwego, na którym sprzedaje on towary lub usługi objęte porozumieniem, a udział nabywcy nie przekracza 30% rynku właściwego, na którym nabywa on produkty lub usługi objęte porozumieniem”.

7 Artykuł 4 rozporządzenia nr 330/2010, zatytułowany „Ograniczenia powodujące wycofanie przywileju wyłączenia grupowego – najpoważniejsze ograniczenia”, stanowi:

„Wyłączenie przewidziane w art. 2 nie ma zastosowania do porozumień wertykalnych, które bezpośrednio lub pośrednio, niezależnie od innych kontrolowanych przez strony czynników lub w połączeniu z nimi, mają na celu:

[...]

b) ograniczenie terytorium lub kręgu klientów, [odpowiednio] na którym lub którym nabywca – bez uszczerbku dla ograniczenia dotyczącego jego miejsca prowadzenia działalności – może sprzedawać towary lub usługi objęte porozumieniem, z wyjątkiem:

[...]

c) ograniczenie dystrybutorom detalicznym działającym w systemie dystrybucji selektywnej możliwości prowadzenia aktywnej lub pasywnej sprzedaży na rzecz użytkowników ostatecznych  
[...]

[...]”.

***Postępowanie główne i pytania prejudycjalne***

8 Spółka Coty Germany prowadzi sprzedaż luksusowych artykułów kosmetycznych w Niemczech. Niektóre marki należące do tego sektora sprzedaje ona za pośrednictwem sieci dystrybucji selektywnej na podstawie umowy depozytowej, która stosowana jest także przez powiązane z nią przedsiębiorstwa. Umowę tę uzupełniają różne umowy szczegółowe, których przedmiotem jest organizacja tego systemu.

9 Spółka Parfümerie Akzente prowadzi od wielu lat dystrybucję produktów Coty Germany jako autoryzowany dystrybutor, zarówno w stacjonarnych miejscach sprzedaży, jak i przez Internet. Sprzedaż przez Internet prowadzona jest częściowo za pośrednictwem jej własnego sklepu internetowego, a po części poprzez platformę „amazon.de”.

10 Z postanowienia odsyłającego wynika, że w umowie dystrybucji selektywnej spółka Coty Germany uzasadnia swój system dystrybucji selektywnej następująco: „charakter marek Coty Prestige wymaga dystrybucji selektywnej w celu zachowania luksusowego wizerunku związanego z tymi markami”.

- 11 W tym względzie w odniesieniu do handlu stacjonarnego umowa depozytowa przewiduje, że każdy lokal handlowy dystrybutora musi podlegać autoryzacji przez spółkę Coty Germany, która wymaga poszanowania szeregu wymogów wymienionych w klauzuli 2 rzeczonyj umowy, dotyczących otoczenia, wyposażenia i wystroju lokali handlowych.
- 12 W szczególności zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 3 tej umowy „wyposażenie i wystrój lokalu handlowego, oferta produktów, reklama i prezentacja sprzedawanych produktów powinny unaoczniać wartość i wzmacniać luksusowy charakter marek Coty Prestige. Przy ocenie tego kryterium należy w szczególności wziąć pod uwagę fasady, urządzenie wnętrza, podłogi, ściany i sufity, umeblowanie, a także powierzchnię sprzedaży i oświetlenie, a wreszcie ogólne wrażenie porządku i czystości”.
- 13 Artykuł 2 ust. 1 pkt 6 omawianej umowy stanowi, że „oznaczenie lokalu handlowego za pomocą nazwy przedsiębiorstwa lub przez dodanie elementów dotyczących przedsiębiorstwa lub jego sloganu nie może sprawiać wrażenia ograniczonej oferty produktów, wyposażenia gorszego gatunku lub braku doradztwa i musi poza tym być umieszczone w taki sposób, aby nie zasłaniać dekoracji i witryny depozytariusza”.
- 14 Ponadto dokumenty umowy wiążące strony obejmują załącznik z dodatkowym porozumieniem o sprzedaży przez Internet, którego art. 1 ust. 3 stanowi, że „depozytariusz nie ma prawa używać innej nazwy ani korzystać z usług trzeciego przedsiębiorstwa, które nie zostało autoryzowane”.
- 15 Po wejściu w życie rozporządzenia nr 330/2010 spółka Coty Germany zmieniła umowy regulujące system dystrybucji selektywnej oraz ów załącznik, przewidując w jego klauzuli I ust. 1 akapit pierwszy, że „depozytariusz jest uprawniony do oferowania i sprzedaży produktów przez Internet, pod warunkiem jednak, że działalność w zakresie sprzedaży przez Internet jest prowadzona za pośrednictwem »witryny elektronicznej« autoryzowanego sklepu i że zachowany jest luksusowy charakter produktów”. Ponadto klauzula I ust. 1 pkt 3 tego załącznika wyraźnie zabrania zarówno używania innego oznaczenia handlowego, jak i rozpoznawalnego udziału przedsiębiorstwa trzeciego, które nie jest autoryzowanym depozytariuszem spółki Coty Prestige.
- 16 Spółka Parfümerie Akzente odmówiła zaakceptowania zmian w umowie depozytowej. Spółka Coty Germany wniosła pozew do sądu krajowego pierwszej instancji, żądając, aby ten zakazał pozwanej w postępowaniu głównym dystrybucji produktów spornej marki poprzez platformę „amazon.de”, zgodnie z rzeczoną klauzulą I ust. 1 pkt 3.
- 17 Wyrokiem z dnia 31 lipca 2014 r. sąd ten oddalił ową skargę, uzasadniając to tym, że sporne postanowienie umowne było sprzeczne z art. 101 ust. 1 TFUE i art. 1 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (ustawy o zwalczaniu ograniczeń konkurencji) lub z art. 101 ust. 1 TFUE. Uznał on, że cel w postaci ochrony prestiżowego wizerunku marki nie może, zgodnie z wyrokiem dnia 13 października 2011 r., Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), uzasadniać wprowadzenia systemu dystrybucji selektywnej, który z zasady stanowi ograniczenie konkurencji. W ocenie tego sądu wskazane postanowienie umowne stanowi także najpoważniejsze ograniczenie w rozumieniu art. 4 lit. c) rozporządzenia nr 330/2010.
- 18 Ponadto sąd krajowy pierwszej instancji uznał, że rzeczony postanowienie umowne nie spełnia również przesłanek umożliwiających skorzystanie z wyłączenia indywidualnego, ponieważ nie zostało wykazane, że przewidziane w nim generalne wyłączenie sprzedaży przez Internet za pośrednictwem platform osób trzecich powoduje zwiększenie efektywności mogące zrekompensować negatywne skutki dla konkurencji wynikające z ograniczenia sposobów sprzedaży. Sąd ten uznał w każdym razie, że tego rodzaju ogólny zakaz nie jest konieczny, ponieważ istnieją inne środki równie odpowiednie, lecz w mniejszym stopniu ograniczające konkurencję, takie jak stosowanie konkretnych wymogów jakościowych w odniesieniu do platform osób trzecich.

- 19 Spółka Coty Germany wniosła odwołanie od wyroku wydanego przez sąd krajowy pierwszej instancji do Oberlandesgericht Frankfurt am Main (wyższego sądu regionalnego we Frankfurcie nad Menem, Niemcy). W tym kontekście sąd ten stawia sobie pytanie dotyczące dopuszczalności w świetle prawa konkurencji Unii postanowienia umownego, którym związały się strony sporu.
- 20 W takich okolicznościach Oberlandesgericht Frankfurt am Main (wyższy sąd regionalny we Frankfurcie nad Menem) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującymi pytaniami prejudycjalnymi:
- „1) Czy systemy dystrybucji selektywnej, które dotyczą dystrybucji artykułów luksusowych i prestiżowych i służą przede wszystkim zapewnieniu »luksusowego wizerunku« towarów, stanowią element konkurencji zgodny z art. 101 ust. 1 TFUE?
- 2) W razie udzielenia odpowiedzi twierdzącej na pytanie pierwsze: czy elementem konkurencji zgodnym z art. 101 ust. 1 TFUE może być to, że uczestnikom systemu dystrybucji selektywnej działającym na poziomie handlu detalicznego w przypadku sprzedaży przez Internet generalnie zakazuje się włączania w rozpoznawalny na zewnątrz sposób przedsiębiorstw trzecich, niezależnie od tego, czy w konkretnym przypadku naruszone zostają uzasadnione wymogi producenta w zakresie jakości?
- 3) Czy art. 4 lit. b) rozporządzenia nr 330/2010 należy interpretować w ten sposób, że nałożony na działających na poziomie handlu detalicznego uczestników systemu dystrybucji selektywnej w przypadku sprzedaży przez Internet zakaz włączania w rozpoznawalny na zewnątrz sposób przedsiębiorstw trzecich stanowi ograniczenie ze względu na cel grupy klientów detalisty?
- 4) Czy art. 4 lit. c) rozporządzenia nr 330/2010 należy interpretować w ten sposób, że wobec działających na poziomie handlu detalicznego uczestników systemu dystrybucji selektywnej w przypadku sprzedaży przez Internet zakaz włączania w rozpoznawalny na zewnątrz sposób przedsiębiorstw trzecich stanowi zamierzone ograniczenie biernej sprzedaży na rzecz konsumentów końcowych?”.

### ***W przedmiocie pytań prejudycjalnych***

#### *W przedmiocie pytania pierwszego*

- 21 Poprzez pytanie pierwsze sąd odsyłający dąży zasadniczo do ustalenia, czy art. 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że zgodny z tym postanowieniem może być system dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych służący głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów.
- 22 Zgodnie z art. 101 ust. 1 TFUE niezgodne z rynkiem wewnętrznym i zakazane są wszelkie porozumienia między przedsiębiorstwami, wszelkie decyzje związków przedsiębiorstw i wszelkie praktyki uzgodnione, które mogą wpływać na handel między państwami członkowskimi i których celem lub skutkiem jest zapobieżenie, ograniczenie lub zakłócenie konkurencji wewnątrz rynku wewnętrznego.
- 23 Odnośnie do porozumień, które stanowią system dystrybucji selektywnej, Trybunał stwierdził, że takie porozumienia nieuchronnie oddziałują na konkurencję na rynku wewnętrznym.
- 24 Trybunał orzekł jednak, że organizacja systemu dystrybucji selektywnej nie podlega zakazowi z art. 101 ust. 1 TFUE, pod warunkiem że wybór podmiotów zajmujących się dalszą sprzedażą dokonuje się w oparciu o kryteria obiektywne o charakterze jakościowym, ustalone w sposób jednolity względem wszystkich podmiotów mających zajmować się dalszą sprzedażą i stosowane w sposób

niedyskryminacyjny, że właściwości danego produktu wymagają dla zachowania jakości i zapewnienia odpowiedniego używania takiej sieci dystrybucji, i wreszcie że zdefiniowane kryteria nie wykraczają poza to, co jest konieczne (wyrok z dnia 13 października 2011 r., *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*, C-439/09, EU:C:2011:649, pkt 41 i przytoczone tam orzecznictwo).

- 25 Co się tyczy w szczególności kwestii, czy dystrybucja selektywna może być konieczna w odniesieniu do artykułów luksusowych, należy przypomnieć, że Trybunał stwierdził już, iż o jakości takich towarów świadczą nie tylko ich cechy materialne, ale również prezencja i wizerunek prestiżu, nadające tym towarom aurę luksusu, że owa aura jest jednym z zasadniczych elementów pozwalających konsumentom na odróżnienie ich od innych podobnych towarów i że wobec tego działanie pomniejszające tę aurę luksusu może wpłynąć na samą jakość tych towarów (zob. podobnie wyrok z dnia 23 kwietnia 2009 r., *Copad*, C-59/08, EU:C:2009:260, pkt 24–26 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 26 Trybunał uznał w tym względzie, że cechy selektywnego systemu dystrybucji i regulujące go zasady mogą same w sobie wpływać na zachowanie jakości danych towarów i zapewnienie ich właściwego wykorzystania (wyrok z dnia 23 kwietnia 2009 r., *Copad*, C-59/08, EU:C:2009:260, pkt 28 i przytoczone tam orzecznictwo).
- 27 W tym kontekście Trybunał uznał w szczególności, że sposób, w jaki zorganizowany jest selektywny system dystrybucji, który ma na celu zapewnienie, by towary prestiżowe były eksponowane w punktach sprzedaży w sposób uwydatniający ich wartość, może wpływać na reputację danych towarów, a co za tym idzie – na utrzymanie związanego z nimi poczucia luksusu (zob. podobnie wyrok z dnia 23 kwietnia 2009 r., *Copad*, 59/08, EU:C:2009:260, pkt 29).
- 28 Z orzecznictwa tego wynika zatem, że artykuły luksusowe – ze względu na swoje cechy szczególne i charakter – mogą wymagać wprowadzenia systemu dystrybucji selektywnej w celu zachowania ich jakości i zapewnienia odpowiedniego używania.
- 29 Tak więc system dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych służący głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów jest zgodny z art. 101 ust. 1 TFUE, pod warunkiem że spełnione są wymogi określone w pkt 24 niniejszego wyroku.
- 30 Wbrew stanowisku prezentowanemu przez spółkę *Parfümerie Akzente*, a także przez rządy niemiecki i luksemburski, wniosku tego nie podważa twierdzenie zawarte w pkt 46 wyroku z dnia 13 października 2011 r., *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649).
- 31 Twierdzenie to należy bowiem interpretować z uwzględnieniem kontekstu wskazanego wyroku.
- 32 W tym względzie należy zaznaczyć, że w sprawie, w której zapadł rzeczony wyrok, sąd odsyłający podniósł kwestię zgodności z art. 101 ust. 1 TFUE nie systemu dystrybucji selektywnej w ujęciu całościowym, ale konkretnego postanowienia umownego obowiązującego autoryzowanych dystrybutorów w ramach takiego systemu, które to postanowienie dotyczyło bezwzględnego zakazu sprzedaży objętych umową towarów za pośrednictwem Internetu. Należy także wyjaśnić, że towary objęte systemem dystrybucji selektywnej, których dotyczyła tamta sprawa, nie były artykułami luksusowymi, lecz artykułami kosmetycznymi i pielęgnacyjnymi.
- 33 Twierdzenie zawarte w pkt 46 wyroku z dnia 13 października 2011 r., *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649) wpisuje się w kontekst rozważań przedstawionych przez Trybunał w celu dostarczenia sądowi odsyłającemu w tamtej sprawie elementów wykładni niezbędnych do tego, aby mógł on rozstrzygnąć kwestię, czy wynikające z tego postanowienia umownego ograniczenie konkurencji jest uzasadnione zgodnym z prawem celem i czy jest ono proporcjonalne do realizacji takiego celu.

- 34 W tym kontekście Trybunał uznał, że konieczność ochrony prestiżowego wizerunku artykułów kosmetycznych i pielęgnacyjnych, których dotyczyła owa sprawa, nie stanowi uzasadnionego wymogu, który mógłby usprawiedliwiać bezwzględny zakaz sprzedaży towarów przez Internet. Ocena przedstawiona w pkt 46 tego wyroku odnosiła się zatem jedynie do towarów będących przedmiotem sprawy, w której zapadł ów wyrok, oraz do rozpatrywanego w owej sprawie postanowienia umownego.
- 35 Z wyroku z dnia 13 października 2011 r., Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649) nie można natomiast wyciągać wniosku, że w jego pkt 46 miała zostać ustanowiona zasada, w myśl której ochrona luksusowego wizerunku nie może odtąd uzasadniać ograniczenia konkurencji takiego jak ograniczenie wynikające z istnienia systemu dystrybucji selektywnej w odniesieniu do wszelkich towarów, w tym w szczególności towarów luksusowych, co stanowiłoby zmianę utrwalonego orzecznictwa Trybunału, przypomnianego w pkt 25–27 niniejszego wyroku.
- 36 W świetle powyższych rozważań na pytanie pierwsze należy udzielić odpowiedzi, że art. 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że system dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych służący głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów jest zgodny z tym postanowieniem, pod warunkiem że wybór podmiotów zajmujących się dalszą sprzedażą dokonuje się w oparciu o kryteria obiektywne o charakterze jakościowym, ustalone w sposób jednolity względem wszystkich podmiotów mających zajmować się dalszą sprzedażą i stosowane w sposób niedyskryminacyjny, oraz że ustalone kryteria nie wykraczają poza to, co jest konieczne.

*W przedmiocie pytania drugiego*

- 37 Poprzez pytanie drugie sąd odsyłający zasadniczo dąży do ustalenia, czy art. 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że sprzeciwia się on postanowieniu umownemu takiemu jak analizowane w postępowaniu głównym, które zakazuje autoryzowanym dystrybutorom działającym w ramach systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, służącego głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów, korzystania w celu sprzedaży przez Internet towarów objętych umową, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich.
- 38 Pytanie to dotyczy dopuszczalności, w świetle art. 101 ust. 1 TFUE, konkretnej klauzuli systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych i prestiżowych.
- 39 Na wstępie należy przypomnieć, że – jak wynika z rozważań przedstawionych w ramach analizy pytania pierwszego – z uwagi na charakter i cechy tych towarów cel ochrony ich luksusowego wizerunku może uzasadniać organizację systemu dystrybucji selektywnej owych towarów.
- 40 W kontekście takiego systemu konkretne postanowienie umowne służące ochronie luksusowego wizerunku danych towarów jest dopuszczalne w świetle art. 101 ust. 1 TFUE, pod warunkiem że spełnia ono wymogi opisane w pkt 36 niniejszego wyroku.
- 41 O ile do sądu odsyłającego należy zbadanie, czy postanowienie umowne takie jak analizowane w niniejszej sprawie, zakazujące korzystania z platform należących do osób trzecich w celu sprzedaży online towarów objętych umową, spełnia te wymogi, o tyle zadaniem Trybunału jest w tym względzie dostarczenie temu sądowi wszelkich elementów wykładni prawa Unii, które umożliwią mu wydanie orzeczenia (zob. podobnie wyrok z dnia 11 grudnia 1980 r., L'Oréal, 31/80, EU:C:1980:289, pkt 14).
- 42 W tym względzie bezsporne jest, że analizowane w postępowaniu głównym postanowienie umowne ma na celu ochronę luksusowego i prestiżowego wizerunku produktów, do których się ono odnosi. Ponadto z przedstawionych Trybunałowi akt sprawy wynika, że w ocenie sądu odsyłającego postanowienie to jest obiektywne i jednolite oraz że jest stosowane bez dyskryminacji wobec wszystkich autoryzowanych dystrybutorów.

- 43 Wobec tego należy zbadać, czy w okolicznościach takich jak rozpatrywane w postępowaniu głównym nałożony przez dostawcę na jego autoryzowanych dystrybutorów zakaz korzystania w celu sprzedaży wskazanych towarów luksusowych przez Internet, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich jest proporcjonalny do realizowanego celu, to znaczy czy tego rodzaju zakaz jest właściwy do ochrony luksusowego wizerunku tych towarów i czy nie wykracza on poza to, co jest konieczne do osiągnięcia tego celu.
- 44 Co się tyczy w pierwszym rzędzie kwestii, czy zakaz, o którym mowa w postępowaniu głównym, jest właściwy do osiągnięcia wyznaczonego celu, należy zaznaczyć, po pierwsze, że nałożony na autoryzowanych dystrybutorów obowiązek prowadzenia sprzedaży przez Internet produktów objętych umową wyłącznie za pośrednictwem ich własnych sklepów internetowych oraz nałożony na tych dystrybutorów zakaz posługiwania się innym oznaczeniem handlowym, jak też korzystania w sposób rozpoznawalny na zewnątrz z platform należących do osób trzecich, ma przede wszystkim zagwarantować dostawcy, że w ramach handlu elektronicznego tymi towarami będą one powiązane wyłącznie z autoryzowanymi dystrybutorami.
- 45 Jako że tego rodzaju powiązanie jest właśnie jednym z celów korzystania z takiego systemu, wydaje się, że zakaz, o którym mowa w postępowaniu głównym, zawiera ograniczenie, które jest spójne z cechami charakterystycznymi systemu dystrybucji selektywnej.
- 46 Skoro zatem – jak wynika z orzecznictwa Trybunału – owe cechy charakterystyczne czynią system dystrybucji selektywnej środkiem adekwatnym do ochrony luksusowego wizerunku towarów luksusowych, a więc przyczyniają się także do utrzymania jakości tych towarów (zob. podobnie wyrok z dnia 23 kwietnia 2009 r., Copad, C-59/08, EU:C:2009:260, pkt 28, 29 i przytoczone tam orzecznictwo), to ograniczenie takie jak to wynikające ze spornego zakazu, którego rezultat jest ściśle związany z owymi cechami charakterystycznymi, również należy uznać za służące ochronie jakości i luksusowego wizerunku rzeczonych towarów.
- 47 Po drugie, zakaz, o którym mowa w postępowaniu głównym, umożliwia dostawcy towarów luksusowych sprawowanie kontroli nad tym, czy jego towary są sprzedawane online w środowisku, które odpowiada wymogom jakościowym, jakie uzgodnił on ze swymi autoryzowanymi dystrybutorami.
- 48 Nieprzestrzeganie przez dystrybutora określonych przez dostawcę wymogów jakościowych pozwala mu bowiem na wystąpienie przeciwko temu dystrybutorowi, na podstawie istniejącego między tymi dwiema stronami stosunku umownego. Brak stosunku umownego między dostawcą a platformami należącymi do osób trzecich stoi jednak na przeszkodzie temu, aby ów dostawca mógł na tej podstawie wymagać od takich platform spełnienia wymogów jakościowych, jakie ustanowił on względem swych autoryzowanych dystrybutorów.
- 49 Tymczasem sprzedaż online towarów luksusowych poprzez platformy nienależące do systemu dystrybucji selektywnej tych towarów, w ramach której dostawca nie ma możliwości kontrolowania warunków sprzedaży swych towarów, stwarza ryzyko pogorszenia prezentacji owych towarów w Internecie, co może negatywnie wpłynąć na ich luksusowy wizerunek, a więc i na sam ich charakter.
- 50 Po trzecie, z uwagi na fakt, że platformy te stanowią kanał sprzedaży dla wszelkiego rodzaju towarów, okoliczność, że towary luksusowe nie są sprzedawane za pośrednictwem takich platform i że ich sprzedaż online jest prowadzona wyłącznie poprzez sklepy internetowe autoryzowanych dystrybutorów, przyczynia się do kreowania ich luksusowego wizerunku w oczach konsumentów, a przez to także do zachowania pożądaných przez konsumentów głównych cech charakterystycznych tych towarów.



- 51 Tak więc nałożony na autoryzowanych dystrybutorów przez dostawcę towarów luksusowych zakaz korzystania w celu sprzedaży tych produktów przez Internet, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich jest właściwy do ochrony luksusowego wizerunku owych towarów.
- 52 Co się tyczy w drugim rzędzie kwestii, czy zakaz, o którym mowa w postępowaniu głównym, wykracza poza to, co jest konieczne do osiągnięcia wyznaczonego celu, należy z jednej strony zaznaczyć, że w odróżnieniu od klauzuli analizowanej w sprawie, w której zapadł wyrok z dnia 13 października 2011 r., *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), postanowienie umowne, o którym mowa w postępowaniu głównym, nie zakazuje autoryzowanym dystrybutorom w sposób bezwzględny sprzedaży przez Internet towarów objętych umową. Zgodnie z tą klauzulą zakazana jest jedynie sprzedaż online objętych umową towarów za pośrednictwem platform należących do osób trzecich, które pośredniczą w sprzedaży w sposób widoczny dla konsumentów.
- 53 Tak więc autoryzowani dystrybutorzy mogą sprzedawać online towary objęte umową zarówno za pośrednictwem swych własnych stron internetowych, gdy dysponują oni witryną elektroniczną autoryzowanego sklepu i zachowany zostaje luksusowy charakter towarów, jak i za pośrednictwem nieautoryzowanych platform osób trzecich, jeżeli ich zaangażowanie w sprzedaż nie jest widoczne dla konsumenta.
- 54 Z drugiej strony należy podkreślić, że – jak wskazują tymczasowe rezultaty sektorowego badania na temat handlu elektronicznego, przeprowadzonego przez Komisję na podstawie art. 17 rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2003 z dnia 16 grudnia 2002 r. w sprawie wprowadzenia w życie reguł konkurencji ustanowionych w art. [101 i 102 TFUE] (Dz.U 2003, L 1, s. 1), sporządzone w dniu 15 września 2016 r., pomimo rosnącego znaczenia platform osób trzecich przy sprzedaży towarów dystrybutorów w ramach dystrybucji przez Internet główny kanał dystrybucji stanowią jednak własne sklepy internetowe dystrybutorów, które prowadzi ponad 90% objętych badaniem dystrybutorów. Okoliczność ta została potwierdzona w dniu 10 maja 2017 r. w sprawozdaniu końcowym dotyczącym tego badania.
- 55 Elementy te pozwalają uznać, że zakaz korzystania w celu sprzedaży towarów luksusowych przez Internet, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich – taki jak ten, który skarżąca w postępowaniu głównym nałożyła na swych autoryzowanych dystrybutorów – nie wykracza poza to, co jest konieczne do ochrony luksusowego wizerunku owych towarów.
- 56 W szczególności z uwagi na brak stosunku umownego między dostawcą a platformami osób trzecich, który umożliwiłby dostawcy egzekwowanie od tych platform przestrzegania wymogów jakościowych, jakie nałożył on na swych autoryzowanych dystrybutorów, przyznania owym dystrybutorom uprawnienia do korzystania z takich platform pod warunkiem przestrzegania przez te ostatnie ustalonych wcześniej wymogów jakościowych nie można uznać za równie skuteczne co zakaz, o którym mowa w postępowaniu głównym.
- 57 Wynika stąd, że z zastrzeżeniem weryfikacji, których powinien dokonać sąd odsyłający, tego rodzaju zakaz okazuje się dopuszczalny w świetle art. 101 ust. 1 TFUE.
- 58 W świetle powyższych rozważań na pytanie drugie należy udzielić odpowiedzi, że art. 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że nie sprzeciwia się on postanowieniu umownemu takiemu jak analizowane w postępowaniu głównym, które zakazuje autoryzowanym dystrybutorom działającym w ramach systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, służącego głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów, korzystania w celu sprzedaży przez Internet towarów objętych umową, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich, pod warunkiem że postanowienie to służy ochronie luksusowego wizerunku owych towarów, że jest ono ustalone w sposób jednolity i stosowane w sposób niedyskryminacyjny i że jest ono proporcjonalne do realizowanego celu, co powinien zweryfikować sąd odsyłający.

*W przedmiocie pytań trzeciego i czwartego*

*Uwagi wstępne*

- 59 Jedynie w wypadku, gdyby sąd odsyłający uznał, że postanowienie umowne takie jak rozpatrywane w postępowaniu głównym ogranicza konkurencję w rozumieniu art. 101 ust. 1 TFUE, może powstać kwestia, czy w świetle art. 101 ust. 3 TFUE postanowienie to może być objęte przywilejem wyłączenia na podstawie rozporządzenia nr 330/2010. Z postanowienia odsyłającego wynika, że przewidziane w art. 3 rzeczonoego rozporządzenia progi udziałów rynkowych nie zostały przekroczone. Rzeczone postanowienie umowne mogłoby zatem być objęte przywilejem wyłączenia przewidzianego w art. 2 wskazanego rozporządzenia.
- 60 Jednakże rozporządzenie nr 330/2010 wyklucza możliwość powoływania się na wyłączenie grupowe w wypadku określonych rodzajów ograniczeń mogących wywierać poważne skutki antykonkurencyjne niezależnie od udziałów rynkowych zaangażowanych przedsiębiorstw. Chodzi tu o najpoważniejsze ograniczenia określone w art. 4 tego rozporządzenia.
- 61 Wyłączenie grupowe przewidziane w art. 2 rozporządzenia nr 330/2010 nie może zatem być stosowane do zakazu takiego jak ten, o którym mowa w postępowaniu głównym, jeżeli stanowi on jedno z takich najpoważniejszych naruszeń.

*W przedmiocie wykładni art. 4 lit. b) i c) rozporządzenia nr 330/2010*

- 62 Poprzez pytania trzecie i czwarte, które należy przeanalizować łącznie, sąd odsyłający dąży zasadniczo do ustalenia, czy art. 4 rozporządzenia nr 330/2010 należy interpretować w ten sposób, że w okolicznościach takich jak rozpatrywane w postępowaniu głównym nałożony na uczestników systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, którzy działają na rynku w charakterze dystrybutorów, zakaz włączania przedsiębiorstw trzecich w sprzedaż przez Internet w rozpoznawalny na zewnątrz sposób stanowi ograniczenie grupy klientów w rozumieniu art. 4 ust. b) tego rozporządzenia lub ograniczenie biernej sprzedaży na rzecz konsumentów końcowych w rozumieniu art. 4 lit. c) wskazanego rozporządzenia.
- 63 Zgodnie z art. 4 lit. b) i c) rozporządzenia nr 330/2010 wyłączenie przewidziane w art. 2 tego aktu nie ma zastosowania do porozumień wertykalnych, które mają na celu ograniczenie terytorium lub kręgu klientów, odpowiednio na którym lub którym nabywca będący stroną porozumienia może sprzedawać towary lub usługi objęte porozumieniem, bądź ograniczenie możliwości prowadzenia aktywnej lub pasywnej sprzedaży na rzecz użytkowników ostatecznych przez dystrybutorów detalicznych działających w systemie dystrybucji selektywnej.
- 64 Należy zatem zbadać, czy porozumienie umowne takie jak to, o którym mowa w postępowaniu głównym, ogranicza krąg klientów, którym autoryzowani dystrybutorzy mogą sprzedawać określone towary luksusowe, i czy ogranicza ono możliwości prowadzenia sprzedaży pasywnej przez autoryzowanych dystrybutorów.
- 65 W tym względzie należy przede wszystkim przypomnieć, że w odróżnieniu od postanowienia umownego rozpatrywanego w sprawie, w której zapadł wyrok z dnia 13 października 2011 r., *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), postanowienie, o którym mowa w niniejszej sprawie, nie zakazuje korzystania z Internetu jako narzędzia służącego do sprzedaży objętych umową towarów, jak wskazano w pkt 52 i 53 niniejszego wyroku.
- 66 Ponadto z przedłożonych Trybunałowi akt wynika, że nie wydaje się możliwe wyodrębnienie z grupy kupujących online klientów korzystających z platform osób trzecich.

- 67 Z akt, którymi dysponuje Trybunał, wynika wreszcie także, że umowa depozytowa, o której mowa w postępowaniu głównym, upoważnia autoryzowanych dystrybutorów, pod pewnymi warunkami, do reklamowania się za pośrednictwem Internetu na platformach osób trzecich i korzystania z wyszukiwarek online, wobec czego – jak wskazał rzecznik generalny w pkt 147 opinii – klienci są zwykle w stanie odnaleźć dostępną w Internecie ofertę autoryzowanych dystrybutorów za pomocą takich wyszukiwarek.
- 68 W tych okolicznościach należy stwierdzić, że choć zakaz taki jak ten, o którym mowa w postępowaniu głównym, ogranicza konkretną formę sprzedaży przez Internet, to nie stanowi on ograniczenia grupy klientów dystrybutorów w rozumieniu art. 4 lit. b) rozporządzenia nr 330/2010 ani ograniczenia pasywnej sprzedaży przez autoryzowanych dystrybutorów ostatecznym użytkownikom w rozumieniu art. 4 lit. c) tego rozporządzenia.
- 69 W świetle powyższych rozważań na pytania trzecie i czwarte należy udzielić odpowiedzi, że art. 4 rozporządzenia nr 330/2010 należy interpretować w ten sposób, że w okolicznościach takich jak rozpatrywane w postępowaniu głównym nałożony na uczestników systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, którzy działają na rynku w charakterze dystrybutorów, zakaz włączania przedsiębiorstw trzecich w sprzedaż przez Internet w rozpoznawalny na zewnątrz sposób nie stanowi ograniczenia grupy klientów w rozumieniu art. 4 ust. b) tego rozporządzenia ani ograniczenia biernej sprzedaży na rzecz konsumentów końcowych w rozumieniu art. 4 lit. c) wskazanego rozporządzenia.

#### ***W przedmiocie kosztów***

- 70 Dla stron w postępowaniu głównym niniejsze postępowanie ma charakter incydentalny, dotyczy bowiem kwestii podniesionej przed sądem odsyłającym, do niego zatem należy rozstrzygnięcie o kosztach. Koszty poniesione w związku z przedstawieniem uwag Trybunałowi, inne niż koszty stron w postępowaniu głównym, nie podlegają zwrotowi.

Z powyższych względów Trybunał (pierwsza izba) orzeka, co następuje:

- 1) Artykuł 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że system dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych służący głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów jest zgodny z tym postanowieniem, pod warunkiem że wybór podmiotów zajmujących się dalszą sprzedażą dokonuje się w oparciu o kryteria obiektywne o charakterze jakościowym, ustalone w sposób jednolity względem wszystkich podmiotów mających zajmować się dalszą sprzedażą i stosowane w sposób niedyskryminacyjny, oraz że ustalone kryteria nie wykraczają poza to, co jest konieczne.
- 2) Artykuł 101 ust. 1 TFUE należy interpretować w ten sposób, że nie sprzeciwia się on postanowieniu umownemu takiemu jak analizowane w postępowaniu głównym, które zakazuje autoryzowanym dystrybutorom działającym w ramach systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, służącego głównie zapewnieniu luksusowego wizerunku takich towarów, korzystania w celu sprzedaży przez Internet towarów objętych umową, w sposób rozpoznawalny na zewnątrz, z platform należących do osób trzecich, pod warunkiem że postanowienie to służy ochronie luksusowego wizerunku owych towarów, że jest ono ustalone w sposób jednolity i stosowane w sposób niedyskryminacyjny i że jest ono proporcjonalne do realizowanego celu, co powinien zweryfikować sąd odsyłający.
- 3) Artykuł 4 rozporządzenia Komisji (WE) nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych należy interpretować w ten sposób, że w okolicznościach takich jak rozpatrywane w postępowaniu głównym nałożony na uczestników systemu dystrybucji selektywnej artykułów luksusowych, którzy działają na rynku

**w charakterze dystrybutorów, zakaz włączania przedsiębiorstw trzecich w sprzedaż przez Internet w rozpoznawalny na zewnątrz sposób nie stanowi ograniczenia grupy klientów w rozumieniu art. 4 ust. b) tego rozporządzenia ani ograniczenia biernej sprzedaży na rzecz konsumentów końcowych w rozumieniu art. 4 lit. c) wskazanego rozporządzenia.**

Podpisy