



## Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL  
NILS WAHL  
 prezentate la 26 iulie 2017<sup>1</sup>

**Cauza C-230/16**

**Coty Germany GmbH  
împotriva  
Parfümerie Akzente GmbH**

[cerere de decizie preliminară formulată de Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main, Germania)]

„Trimitere preliminară – Concurență – Înțelegeri – Articolul 101 alineatul (1) TFUE – Distribuție selectivă – Clauză prin care se interzice comercianților cu amănuntul să recurgă la un terț neautorizat în cadrul vânzării pe internet – Beneficiul excepției pe categorii prevăzut de Regulamentul (UE) nr. 330/2010 – Articolul 4 literele (b) și (c)”

1. Utilizarea în creștere de către unii distribuitori a unor segmente de piață („marketplaces”) sau a unor platforme electronice independente ale producătorilor<sup>2</sup> a determinat în mod natural anumite autorități și instanțe naționale<sup>3</sup> să ridice problema posibilității pentru un furnizor de a interzice revânzătorilor autorizați din cadrul unei rețele de distribuție selectivă să recurgă la întreprinderi terțe neautorizate.
2. Prezenta cerere de decizie preliminară, care ne invită să „regândim” legalitatea în raport cu normele de concurență a sistemelor de distribuție selectivă din perspectiva evoluțiilor recente în sectorul comerțului electronic și ale căror posibile consecințe economice nu trebuie subestimate<sup>4</sup>, constituie o ilustrare perfectă a acestora.

1 Limba originală: franceza.

2 Printre entitățile cele mai cunoscute, se va menționa, de exemplu, Amazon, eBay sau PriceMinister. În Raportul final cu privire la ancheta sectorială privind comerțul electronic, publicat la 10 mai 2017 [COM(2017) 229 final], Comisia Europeană a arătat totuși că această utilizare a segmentelor de piață/platformelor unei părți terțe joacă un rol mai important în anumite țări precum Germania (62 % dintre comercianții cu amănuntul care au participat la anchetă utilizează segmente de piață), Regatul Unit (43 %) și Polonia (36 %), în raport cu alte țări precum Italia și Austria (13 %), precum și Belgia (4 %). Raportul evidențiază de asemenea că platformele unei părți terțe reprezintă un canal de vânzare mai important pentru comercianții cu amănuntul mici și mijlocii decât pentru distribuitorii de mari dimensiuni.

3 Pe lângă deciziile aflate la originea prezentei trimiteri preliminare, se va menționa, de exemplu, deciziile adoptate anterior de instanțele și de autoritățile germane din domeniul concurenței [a se vedea în special hotărârea Kammergericht Berlin (Curtea de Apel din Berlin, Germania) din 19 septembrie 2013 pronunțată în cauza Scout (U 8/09 Kart) și hotărârea Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main) din 22 decembrie 2015 pronunțată în cauza Deuter (U 84/14), precum și deciziile Bundeskartellamt (Autoritatea federală din domeniul concurenței, Germania) din 27 iunie 2014 pronunțată în cauza Adidas (B3-137/12) și din 26 august 2015 pronunțată în cauza ASICS (B2-98/11)] și franceze [a se vedea în special decizia autorité de la concurrence [Autoritatea din domeniul concurenței] nr. 14-D-07 din 23 iulie 2014 privind practicile puse în aplicare în sectorul distribuției de produse negre, în special televizoare, și hotărârea cour d'appel de Paris [Curtea de Apel din Paris] din 2 februarie 2016, Caudalie (nr. 15/01542)].

4 Conform raportului Comisiei sus-menționat, sistemele de distribuție selectivă sunt foarte răspândite în Uniunea Europeană și sunt utilizate de numeroși producători. Acestea nu se limitează la o anumită categorie de produse, ci sunt foarte utilizate pentru distribuirea produselor de marcă „de lux” cum ar fi articolele de îmbrăcăminte și încălțăminte, precum și produsele cosmetice. În acest context, rezultă că numeroși distribuitori invocă acorduri cu furnizorii în scopul restrângerii accesului la piețele online sau la platformele unei părți terțe.

3. Prin intermediul acestei cereri, Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main, Germania) solicită Curții să se pronunțe cu privire la interpretarea articolului 101 alineatul (1) TFUE, precum și a articolului 4 literele (b) și (c) din Regulamentul (UE) nr. 330/2010<sup>5</sup>.

4. Cererea respectivă a fost formulată în cadrul unui litigiu între Coty Germany GmbH, un furnizor de produse cosmetice de lux, lider în Germania, pe de o parte, și societatea Parfümerie Akzente GmbH, pe de altă parte, distribuitor autorizat al produselor respective, cu privire la interdicția impusă acesteia din urmă de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe neautorizate pentru vânzările pe internet de produse contractuale.

5. Se solicită Curții să se pronunțe în special cu privire la problema dacă și în ce măsură sistemele de distribuție selectivă referitoare la produsele de lux și de prestigiu și care au în vedere în principal menținerea „imaginii de lux” a acestor produse constituie elemente ale concurenței conforme cu articolul 101 alineatul (1) TFUE. În acest context, Curtea este chemată să stabilească dacă este conformă cu această dispoziție interdicția absolută de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet, aplicabilă membrilor unui sistem de distribuție selectivă care acționează pe piață în calitate de vânzători cu amănuntul, fără să se ia în considerare dacă se încalcă în mod efectiv cerințele legitime privind calitatea impuse de producător. Pe de altă parte, se solicită Curții să stabilească dacă articolul 4 literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 330/2010 trebuie interpretat în sensul că o asemenea interdicție constituie o restricție așa-numită „prin obiect” a clientelei comerciantului cu amănuntul și/sau a vânzărilor pasive către utilizatorii finali.

6. În această privință, prezenta cauză oferă Curții oportunitatea de a preciza dacă Hotărârea Pierre Fabre Dermo-Cosmétique<sup>6</sup>, care, astfel cum a arătat instanța de trimitere, a făcut obiectul unor interpretări divergente de către autoritățile din domeniul concurenței și de instanțele naționale, a modificat sau nu a modificat în mod fundamental înțelegerea, în raport cu normele de concurență ale Uniunii, a restricțiilor proprii oricărui sistem de distribuție selectivă care se întemeiază pe criterii calitative.

### *Cadrul juridic*

#### *Regulamentul nr. 330/2010*

7. Potrivit considerentelor (3)-(5) ale Regulamentului nr. 330/2010:

„(3) Categoria de acorduri verticale care poate fi considerată ca respectând, în mod normal, condițiile prevăzute la articolul 101 alineatul (3) [TFUE] include acordurile verticale pentru cumpărarea ori vânzarea de bunuri sau servicii, atunci când acele acorduri sunt încheiate între întreprinderi neconcurente, între anumite întreprinderi concurente ori de către anumite asociații de comercianți cu amănuntul. Aceasta include, de asemenea, acorduri verticale care conțin dispoziții auxiliare privind transferul sau utilizarea drepturilor de proprietate intelectuală. Termenul «acorduri verticale» include practicile concertate corespunzătoare.

(4) Pentru aplicarea articolului 101 alineatul (3) [TFUE] prin regulament, nu este necesar să se definească acordurile verticale care pot intra sub incidența articolului 101 alineatul (1) [TFUE]. La evaluarea individuală a acordurilor în temeiul articolului 101 alineatul (1) [TFUE] trebuie să se țină seama de mai mulți factori, în special de structura pieței, în ceea ce privește cererea și oferta.

5 Regulamentul Comisiei din 20 aprilie 2010 privind aplicarea articolului 101 alineatul (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene categoriilor de acorduri verticale și practici concertate (JO 2010, L 102, p. 1).

6 Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649).

(5) Beneficiul exceptării pe categorii stabilit prin prezentul regulament trebuie limitat la acordurile verticale pentru care se poate estima cu suficientă certitudine că îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 101 alineatul (3) [TFUE].”

8. Articolul 1 alineatul (1) din Regulamentul nr. 330/2010 prevede:

„În sensul prezentului regulament, se aplică următoarele definiții:

(a) «acord vertical» înseamnă un acord sau practică concertată convenite între două sau mai multe întreprinderi care acționează fiecare, în sensul acordului sau al practicii concertate, la niveluri diferite ale procesului de producție și de distribuție și care se referă la condițiile în care părțile pot cumpăra, vinde sau revinde anumite bunuri sau servicii;

(b) «restricție verticală» înseamnă restricționarea concurenței într-un acord vertical care intră sub incidența articolului 101 alineatul (1) [TFUE];

[...]

(e) «sistem de distribuție selectivă» înseamnă un sistem de distribuție prin care furnizorul se obligă să vândă bunurile sau serviciile contractuale, direct sau indirect, numai anumitor distribuitori selectați pe baza unor criterii stabilite și prin care acești distribuitori se obligă să nu vândă aceste bunuri sau servicii unor distribuitori neagreați, pe teritoriul rezervat de către furnizor pentru aplicarea acestui sistem;

[...]”

9. Articolul 2 alineatul (1) din regulamentul menționat prevede:

„În conformitate cu articolul 101 alineatul (3) [TFUE] și sub rezerva dispozițiilor prezentului regulament, articolul 101 alineatul (1) [TFUE] nu se aplică acordurilor verticale.

Această exceptare se aplică în măsura în care asemenea acorduri conțin restricții verticale.”

10. În aplicarea articolului 3 alineatul (1) din același regulament:

„Exceptarea prevăzută la articolul 2 se aplică în condițiile în care cota de piață deținută de furnizor nu depășește 30 % din piața relevantă pe care acesta vinde bunurile sau serviciile contractuale, iar cota de piață deținută de cumpărător nu depășește 30 % din piața relevantă pe care acesta cumpără bunurile sau serviciile contractuale.”

11. Sub titlul „Restricțiile care elimină beneficiul exceptării pe categorii – restricții grave”, articolul 4 din Regulamentul nr. 330/2010 prevede:

„Exceptarea prevăzută la articolul 2 nu se aplică acordurilor verticale care, direct sau indirect, separat sau în combinație cu alți factori aflați sub controlul părților, au ca obiect:

[...]

(b) restrângerea teritoriului în care, ori a clienților cărora, un cumpărător parte la acord le poate vinde bunurile ori serviciile contractuale fără a aduce atingere unei restricții asupra locului în care este stabilit, cu excepția:

[...]

- iii) restrângerii vânzărilor de către membrii unui sistem de distribuție selectivă către distribuitori neagreați pe teritoriul rezervat de către furnizor pentru aplicarea acestui sistem și

[...]

- (c) restrângerea vânzărilor active sau pasive către utilizatorii finali de către membrii unui sistem de distribuție selectivă care acționează pe piață în calitate de vânzători cu amănuntul, fără a aduce atingere posibilității de a interzice unui membru al sistemului să își desfășoare activitățile dintr-un loc neautorizat;

[...]”

### *Orientări privind restricțiile verticale*

12. Conform punctului 51 din Orientările privind restricțiile verticale<sup>7</sup> publicate de Comisie concomitent cu adoptarea Regulamentului nr. 330/2010, prin vânzări „pasive” trebuie să se înțeleagă a răspunde la cereri nesolicitate de la clienți individuali, inclusiv livrarea de bunuri sau servicii unor astfel de clienți.

13. Punctul 52 din orientări prevede că internetul este un instrument puternic, utilizat pentru a ajunge la un număr și la o varietate mai mare de clienți decât în cazul utilizării doar a metodelor tradiționale de vânzare, ceea ce explică motivul pentru care anumite restricții privind utilizarea internetului sunt tratate ca restricții de (re)vânzare. Se indică în a treia teză a aceluiași punct 52 că, în general, atunci când un distribuitor folosește un site web pentru a vinde produse, acest lucru este considerat o formă de vânzare pasivă, deoarece este un mod rezonabil de a permite clienților să ajungă la distribuitor.

14. Punctul 54 din orientări prevede:

„Cu toate acestea, în cadrul [Regulamentului nr. 330/2010], furnizorul poate impune respectarea anumitor standarde de calitate pentru utilizarea site-ului internet în vederea revânzării produselor sale, așa cum o poate face pentru un magazin sau pentru vânzarea prin catalog, sau pentru anunțuri publicitare sau acțiuni de promovare în general. Acest lucru poate fi relevant în special pentru distribuția selectivă. În cadrul exceptării pe categorii furnizorul poate, de exemplu, solicita ca distribuitorii săi să aibă unul sau mai multe magazine tradiționale sau săli de expoziție ca o condiție pentru a deveni membri ai sistemului său de distribuție. [...] În mod similar, un furnizor le poate cere distribuitorilor săi să utilizeze platforme ale unei părți terțe pentru a distribui produsele contractuale numai în conformitate cu standardele și condițiile convenite între furnizor și distribuitorii săi pentru utilizarea internetului de către distribuitori. De exemplu, în cazul în care site-ul web al distribuitorului este găzduit de o platformă a unei părți terțe, furnizorul ar putea cere clienților să nu intre pe web site-ul distribuitorului prin intermediul unui site care poartă numele sau logo-ul platformei părții terțe.”

15. La punctul 56 din orientări, se arată că restricția gravă prevăzută la articolul 4 litera (c) din Regulamentul nr. 330/2010 exclude restricționarea vânzărilor active sau pasive către utilizatorii finali, indiferent dacă aceștia sunt utilizatori finali profesionali sau consumatori finali, de către membrii unui sistem de distribuție selectivă, fără a aduce atingere posibilității de a interzice unui membru al sistemului să își desfășoare activitățile într-un loc de stabilire neautorizat. La a treia teză a aceluiași punct 56, se precizează că, într-un sistem de distribuție selectivă, distribuitorii ar trebui să fie liberi să vândă, atât activ cât și pasiv, către toți utilizatorii finali, inclusiv cu ajutorul internetului. În consecință,

<sup>7</sup> JO 2010, C 130, p. 1, denumite în continuare „orientările”.

Comisia consideră restricție gravă orice obligații care descurajează distribuitorii desemnați să utilizeze internetul pentru a ajunge la clienți mai numeroși și mai diferiți, prin impunerea de criterii vânzărilor online care nu sunt echivalente, în general, cu criteriile impuse vânzărilor prin intermediul magazinelor tradiționale.

16. În sfârșit, punctul 176 din orientări prevede că atât acordurile de distribuție selectivă calitativă, cât și acordurile de distribuție selectivă cantitativă beneficiază de aplicarea exceptării prevăzute de Regulamentul nr. 330/2010 și că această exceptare se aplică „indiferent de natura produsului în cauză și de natura criteriului de selecție”. Cu toate acestea, atunci când caracteristicile produsului nu necesită o distribuție selectivă sau aplicarea criteriului, cum ar fi, de exemplu, obligația distribuitorilor de a avea unul sau mai multe magazine tradiționale sau de a furniza servicii specifice, un astfel de sistem de distribuție nu produce, în general, suficiente creșteri de eficiență pentru a compensa o reducere semnificativă a concurenței intramarcă. În cazul în care apar efecte anticoncurențiale semnificative, se poate retrage beneficiul aplicării Regulamentului de exceptare pe categorii.

### *Litigiul principal, întrebările preliminare și procedura în fața Curții*

17. Coty Germany este unul dintre furnizorii de top de produse cosmetice de lux din Germania. Ea comercializează anumite mărci din acest sector, în sistem de distribuție selectivă, pe baza unui contract de depozit pe care reclamanta și societățile sale afiliate din Europa îl utilizează în mod uniform. Acest contract este completat prin diferite contracte speciale, al căror obiect este organizarea rețelei respective.

18. În calitate de comerciant cu amănuntul autorizat, Parfümerie Akzente distribuie de mulți ani produsele Coty Germany atât în puncte de vânzare staționare, cât și pe internet. Vânzarea pe internet are loc în parte prin magazinul online propriu și în parte pe platforma „amazon.de”.

19. Din decizia de trimitere reiese că, în preambulul contractului de depozit, Coty Germany justifică sistemul de distribuție în termenii următori, și anume „natura mărcilor de prestigiu Coty impune o distribuție selectivă pentru a întreține imaginea de lux a acestor mărci”.

20. În această privință, în ceea ce privește comerțul tradițional, contractul de distribuție selectivă prevede că orice punct de vânzare concret al comerciantului trebuie să fie autorizat de ea, ceea ce implică respectarea anumitor cerințe detaliate la articolul 2 din contractul respectiv cu privire la mediul de vânzare, la dotări și la amenajare.

21. În special, potrivit articolului 2 alineatul 1 punctul 3 din contractul de distribuție selectivă, „[d]otările și amenajarea punctului de vânzare, oferta de mărfuri, reclama și prezentarea la vânzare trebuie să scoată în evidență și să susțină caracterul luxos al mărcilor de prestigiu Coty. În cadrul aprecierii îndeplinirii acestui criteriu, se ține seama în special de fațadă, de amenajarea interioară, de tipul pardoselii, de tipul zidurilor, de tavane, de mobilier, de suprafața de vânzare, precum și de iluminat și de aspectul general de ordine și de curățenie”.

22. Articolul 2 alineatul 1 punctul 6 din contractul de distribuție selectivă prevede că „identificarea punctului de vânzare, fie prin intermediul denumirii întreprinderii, fie prin adaosuri sau prin sloganuri ale întreprinderilor, nu trebuie să creeze impresia unei game restrânse de mărfuri sau a unei consultanțe deficitare, iar acestea trebuie amplasate astfel încât să nu acopere decorațiunile și suprafețele de expunere ale depozitarului”.

23. Pe de altă parte, contractul încheiat între părți conține o convenție suplimentară privind vânzarea pe internet, care, la punctul 1 alineatul 3, prevede că „[d]epozitarului îi este interzis să utilizeze o altă denumire sau să implice o terță întreprindere pentru care nu i-a fost acordată autorizarea”.

24. În luna martie 2012, Coty Germany a revizuit contractele rețelei care reglementează distribuția selectivă, precum și acest act adițional, prevăzând în clauza I alineatul 1 primul paragraf din același act adițional că „depozitarul are dreptul să ofere și să vândă produsele pe internet. Totuși, această posibilitate există numai dacă depozitarul își administrează magazinul online ca pe o «vitrină electronică» a magazinului tradițional autorizat, pentru a păstra caracterul luxos al produselor”. În plus, clauza I alineatul 1 punctul 3 din actul adițional respectiv interzice în mod explicit utilizarea altei denumiri comerciale, precum și recurgerea în mod vizibil la o întreprindere terță care nu este depozitar autorizat al Coty Prestige. În nota de subsol la această clauză, se precizează că, „[î]n mod corespunzător, depozitarului i se interzice să inițieze o colaborare cu un terț, în măsura în care această colaborare se referă la administrarea paginii de internet și, astfel, devine vizibilă”.

25. Întrucât Parfümerie Akzente a refuzat să aprobe aceste modificări la contractul de distribuție, Coty Germany a introdus o acțiune la instanța națională de prim grad pentru ca aceasta să îi interzică să distribuie produsele mărcii în litigiu prin intermediul platformei „amazon.de”, în temeiul clauzei I menționate alineatul 1 punctul 3.

26. Prin hotărârea din 31 iulie 2014, instanța națională de prim grad competentă, și anume Landgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional din Frankfurt am Main, Germania), a respins cererea pentru motivul că clauza contractuală în discuție era contrară articolului 101 alineatul (1) TFUE și articolului 1 din Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Legea împotriva restricțiilor privind concurența).

27. Această instanță a considerat în special că obiectivul păstrării unei imagini de prestigiu a mărcii nu poate justifica, în conformitate cu Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), instituirea unui sistem de distribuție selectivă care restrânge, prin definiție, concurența. Clauza contractuală în litigiu ar fi de asemenea, potrivit instanței naționale de prim grad, o restricție gravă, în sensul articolului 4 litera (c) din Regulamentul nr. 330/2010, și, prin urmare, nu ar putea beneficia de o exceptare pe categorii în temeiul acestui regulament.

28. În plus, tot potrivit instanței naționale de prim grad, nici condițiile unei exceptări individuale nu ar fi îndeplinite, întrucât nu s-ar fi demonstrat că excluderea generală a vânzării pe internet prin intermediul platformelor unor terțe părți conduce la creșteri de eficiență de natură să compenseze inconveniente pentru concurență care rezultă din clauza în litigiu. Această instanță consideră că interdicția generală prevăzută de clauza menționată nu este necesară, întrucât există alte mijloace la fel de adecvate, dar care restrâng concurența într-o mai mică măsură, precum aplicarea unor criterii calitative specifice pentru platformele unor părți terțe.

29. În aceste condiții și în cadrul apelului declarat de Coty Germany împotriva deciziei instanței naționale de prim grad, Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

- „1) Sistemele de distribuție selectivă care au ca obiect distribuirea produselor de lux și de prestigiu și care urmăresc să mențină în primul rând «imaginea de lux» a mărfurilor pot reprezenta un element al concurenței compatibil cu articolul 101 alineatul (1) TFUE?
- 2) În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare, poate reprezenta un element al concurenței compatibil cu articolul 101 alineatul (1) TFUE interdicția generală de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet, aplicabilă membrilor unui sistem de distribuție selectivă care acționează pe piață în calitate de vânzători cu amănuntul, fără să se ia în considerare dacă se încalcă în mod efectiv cerințele legitime privind calitatea impuse de producător?

- 3) Articolul 4 litera (b) din Regulamentul [nr. 330/2010] trebuie interpretat în sensul că interdicția de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet, impusă membrilor unei rețele de distribuție selectivă care acționează pe piață în calitate de vânzători cu amănuntul, reprezintă o restrângere prin obiect a clientelei comerciantului cu amănuntul?
- 4) Articolul 4 litera (c) din Regulamentul [nr. 330/2010] trebuie interpretat în sensul că interdicția de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet, impusă membrilor unei rețele de distribuție selectivă care acționează pe piață în calitate de vânzători cu amănuntul, reprezintă o restrângere prin obiect a vânzărilor pasive către utilizatorii finali?”

30. Coty Germany, Parfümerie Akzente, guvernele german, francez, italian, luxemburghez, neerlandez și austriac, precum și Comisia au depus observații în fața Curții.

31. La 30 martie 2017, a avut loc o ședință la care au participat Coty Germany, Parfümerie Akzente, guvernele german, francez, italian, luxemburghez, neerlandez și suedez, precum și Comisia.

### *Analiză*

*Afirmatii introductive și considerații generale privind principiile care trebuie să stea la baza aplicării articolului 101 TFUE sistemelor de distribuție selectivă*

32. În general, normele de concurență – și articolul 101 TFUE în special – au ca obiect evitarea denaturării „concurenței”, precizându-se că aceasta din urmă, care urmărește să promoveze eficiența economică și, *in fine*, bunăstarea consumatorilor, trebuie nu numai să permită instituirea celor mai scăzute prețuri, dar și să fie un factor al diversității gamei de produse, de optimizare a calității acestora din urmă și a prestațiilor furnizate, precum și de stimulare a inovației. Dreptul concurenței european nu are în vedere concurența prin prețuri ca unic model posibil.

33. În această privință, Curtea a statuat foarte rapid că concurența prin intermediul prețurilor, indiferent cât ar fi de importantă, nu constituie singura formă eficientă de concurență și nici cea careia trebuie să i se acorde, în orice caz, o prioritate absolută<sup>8</sup>. Există astfel cerințe legitime precum menținerea comerțului specializat capabil să furnizeze prestații specifice pentru produse de înaltă calitate și tehnicitate, care justifică o reducere a concurenței prin intermediul prețurilor în beneficiul unei concurențe întemeiate pe alte elemente decât prețurile<sup>9</sup>.

34. Sistemele de distribuție selectivă trebuie avute în vedere pornind de la această premisă.

35. Acestea din urmă sunt definite ca sisteme de distribuție în care, pe de o parte, furnizorul (calificat adesea ca fiind „conducătorul rețelei”) se obligă să vândă bunurile sau serviciile contractuale numai anumitor distribuitori selectați pe baza unor criterii stabilite și, pe de altă parte, acești distribuitori se obligă să nu vândă aceste bunuri sau servicii unor distribuitori neautorizați, pe teritoriul rezervat de furnizor<sup>10</sup>.

36. Este stabilit, începând cu Hotărârea Consten și Grundig/Comisia<sup>11</sup>, că un acord vertical, încheiat între întreprinderi care nu se află pe poziții de egalitate, poate restrânge concurența care s-ar putea exercita între ele sau între una dintre ele și terțe părți. Prin urmare, nu se poate exclude *a priori* posibilitatea ca clauzele contractuale introduse în contractele de distribuție selectivă să cuprindă

<sup>8</sup> A se vedea Hotărârea din 25 octombrie 1977, Metro SB-Großmärkte/Comisia (26/76, EU:C:1977:167, punctul 21).

<sup>9</sup> A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1983, AEG-Telefunken/Comisia (107/82, EU:C:1983:293, punctul 33), și Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, punctul 40).

<sup>10</sup> A se vedea în special articolul 1 litera (e) din Regulamentul nr. 330/2010.

<sup>11</sup> Hotărârea din 13 iulie 1966 (56/64 și 58/64, EU:C:1966:41, p. 493).

restricții ale concurenței, în special de natură să intre sub incidența interdicției înțelegerilor anticoncurențiale. În ceea ce privește aplicabilitatea propriu-zisă a dreptului înțelegerilor pentru definirea criteriilor de selecție elaborate în contextul rețelelor de distribuție, este cert că această selecție, întrucât decurge din clauzele contractuale ale contractelor semnate între conducătorul rețelei și distribuitorii săi autorizați, este de natură să intre sub incidența interdicției înțelegerilor<sup>12</sup>.

37. Cu toate acestea, Curtea a avut în vedere în mod constant sistemele de distribuție selectivă întemeiate pe criterii calitative cu precauție<sup>13</sup>. Aceasta a recunoscut astfel în mod clar, după celebra sa Hotărâre Metro SB-Großmärkte/Comisia<sup>14</sup>, legalitatea în raport cu dreptul înțelegerilor a sistemelor de distribuție selectivă care se întemeiază pe criterii calitative.

38. În acest context, Curtea a subliniat că cerința unei concurențe nedenate admite că natura și intensitatea concurenței pot varia în funcție de produsele sau de serviciile în discuție și de structura economică a piețelor sectoriale în cauză. În special, structura pieței nu se opune existenței unor canale de distribuție diferențiate adaptate caracteristicilor proprii ale diferiților producători și nevoilor diferitor categorii de consumatori. Prin raționamentul său, Curtea a admis în mod implicit, dar necesar, că o reducere a concurenței intramarcă („intra-brand competition”) putea fi admisă atunci când este necesară pentru stimularea concurenței între mărci („inter-brand competition”).

39. Aceasta a statuat astfel în mod repetat că sistemele respective puteau fi declarate compatibile cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, din moment ce alegerea revânzătorilor se efectua în funcție de criterii obiective cu caracter calitativ, stabilite în mod uniform și aplicate în mod nediscriminatoriu.

40. În plus, în continuarea anumitor orientări doctrinare<sup>15</sup>, ele însele alimentate de analizele economiștilor<sup>16</sup>, s-a impus în mod progresiv, în special în elaborarea unei noi generații de regulamente de exceptare pe categorii, că astfel de sisteme au în general efecte pozitive din punctul de vedere al concurenței.

41. Această evoluție, care nu este proprie dreptului concurenței al Uniunii<sup>17</sup>, se întemeiază în special pe următoarele constatări.

42. În primul rând, în măsura în care acestea urmăresc să autorizeze distribuitorii anumitor produse pe baza unor criterii calitative impuse de natura acestor produse, sistemele de distribuție selectivă favorizează și protejează dezvoltarea imaginii de marcă („brand image”). Acestea constituie un factor de stimulare a concurenței între furnizorii produselor de marcă, și anume concurența între mărci, întrucât permit producătorilor să organizeze în mod eficient distribuția produselor lor și să satisfacă nevoile consumatorilor.

12 A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1983, AEG-Telefunken/Comisia (107/82, EU:C:1983:293). Punctul 38 din această hotărâre precizează astfel că „[o] asemenea atitudine din partea producătorului nu constituie un comportament unilateral al întreprinderii căruia [...] nu i s-ar aplica interdicția [înțelegerilor]. Aceasta face parte [...] din raporturile contractuale pe care întreprinderea le are cu revânzătorii”.

13 Găsim deja indicii ale acestei atitudini relativ flexibile în raport cu acordurile de distribuție selectivă în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 30 iunie 1966, LTM (56/65, EU:C:1966:38).

14 A se vedea Hotărârea din 25 octombrie 1977 (26/76, EU:C:1977:167, punctul 20).

15 S-a putut sublinia că drepturile textuale și jurisprudențiale referitoare la acordurile verticale au făcut obiectul unei adevărate „fronde doctrinare” (a se vedea în această privință Petit, N., *Droit européen de la concurrence*, Montchrestien, 2013).

16 Printre numeroase studii, se va menționa în special Tirole, J., *The Theory of Industrial Organization*, The MIT Press, Cambridge, 1988, în special p. 186. Autorul concluzionează mai precis: „It seems important for economic theorists to develop a careful classification and operative criteria to determine in which environments certain vertical restraints are likely to lower social welfare.”

17 Astfel, în Decizia sa *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc.* [511 US 877 (2007)], Curtea Supremă a Statelor Unite ale Americii a abandonat jurisprudența „*Dr. Miles*” care interzicea până atunci *per se* anumite restricții verticale, consacrand în mod expres un „criteriu al caracterului rezonabil”. Potrivit acestei decizii, „[t]he Court has abandoned the rule of *per se* illegality for other vertical restraints a manufacturer imposes on its distributors. Respected economic analysts, furthermore, conclude that vertical price restraints can have procompetitive effects. We now hold that *Dr. Miles* should be overruled and that vertical price restraints are to be judged by the rule of reason”.

43. Sistemele de distribuție selectivă sunt, în special pentru produsele care au calități speciale, un factor de pătrundere pe piață. Mărcile, și în special mărcile de lux, își obțin astfel plus-valoarea dintr-o percepere stabilă de către consumatori a calității lor ridicate și a exclusivității în prezentarea și în comercializarea lor. Or, această stabilitate nu poate fi garantată atunci când distribuția produselor nu este asigurată de aceeași întreprindere. Rațiunea de a fi a sistemelor de distribuție selectivă constă în faptul că permit extinderea distribuției anumitor produse, în special către zone îndepărtate din punct de vedere geografic de cele de producție, menținând în același timp această stabilitate printr-o selecție a întreprinderilor abilitate să distribuie produsele contractuale.

44. În al doilea rând, din punctul de vedere al concurenței intramarcă, drept urmare a egalității dintre distribuitorii autorizați care rezultă din aplicarea, în principiu obiectivă și nediscriminatorie, a criteriilor de selecție de natură calitativă, distribuția selectivă poate conduce, desigur, la supunerea tuturor întreprinderilor membre unor condiții concurențiale similare ale rețelei de distribuție selectivă și, prin urmare, unei eventuale diminuări atât a numărului de distribuitori de produse contractuale, cât și a concurenței intramarcă în special în ceea ce privește prețurile. Or, în mod paradoxal, cu cât criteriile de selecție pe care furnizorul le impune sunt mai severe, cu atât acesta se expune mai mult, ca urmare a reducerii distribuirii produselor care decurge de aici, unei pierderi a cotei de piață și a clientelei. Așadar, cu excepția situației în care dispune de o „putere de piață” semnificativă, furnizorul, conducător al rețelei, este, în principiu, determinat să își „autoregleze” comportamentul într-un sens conform cu normele de concurență.

45. În consecință, se poate considera că sistemele de distribuție selectivă produc în general efecte neutre chiar benefice din punctul de vedere al concurenței.

46. Trebuie amintit că conformitatea cu articolul 101 alineatul (1) TFUE a sistemelor de distribuție selectivă se întemeiază în definitiv pe ideea că poate fi legitim să nu se pună accentul pe concurența „prin prețuri” în favoarea unei concurențe privind alte elemente de natură calitativă. Prin urmare, recunoașterea acestei conformități nu se poate limita la produse care ar prezenta calități materiale speciale. Ceea ce este determinant pentru identificarea existenței sau a inexistenței unei restrângeri a concurenței nu sunt atât proprietățile intrinseci ale produselor în discuție, ci chiar circumstanța că pare necesar pentru menținerea funcționării corespunzătoare a sistemului de distribuție, care este destinat tocmai păstrării imaginii de marcă sau de calitate a produselor contractuale.

47. Pe scurt, în cazul în care, în urma unei examinări în același timp cu totul superficiale și formaliste, anumite obligații contractuale impuse comercianților cu amănuntul în cadrul sistemelor de distribuție selectivă au putut fi asimilate cu ușurință, în măsura în care limitau libertatea comercială a distribuitorilor în cauză, limitărilor potențiale ale concurenței, s-a impus foarte repede atât în jurisprudența elaborată odată cu Hotărârea Metro SB-Großmärkte/Comisia<sup>18</sup>, cât și în reglementarea aplicabilă în materie de exceptare pe categorii, că un sistem de distribuție selectivă care se întemeiază pe criterii calitative este, în anumite condiții, de natură să genereze efecte pro-concurențiale și, astfel, să nu intre sub incidența interdicției înțelegerilor prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE.

48. În acest context, trebuie subliniat că articolul 101 TFUE nu urmărește să definească sau să interzică anumite obligații contractuale liber consimțite, precum cele care decurg din contractul încheiat între un distribuitor și furnizorul său, ci vizează, în esență, impactul economic al comportamentelor avute în vedere din punctul de vedere al concurenței. De asemenea, faptul că un acord de distribuție selectivă conduce eventual la un dezechilibru contractual între părți, în special în defavoarea distribuitorului autorizat, nu este o circumstanță relevantă în cadrul examinării efectelor de restrângere a concurenței ale acestui acord<sup>19</sup>.

18 Hotărârea din 25 octombrie 1977 (26/76, EU:C:1977:167).

19 A se vedea în acest sens Waelbroeck, M., și Frignani, A., *Le Droit de la CE – Concurrence*, Éditions Université de Bruxelles, colecția „Commentaire J. Mégret”, Bruxelles, 1997, p. 171.

49. Care este, în continuare, cadrul precis de analiză a măsurilor luate în cadrul sistemelor de distribuție selectivă în raport cu dreptul înțelegerilor?

50. Examinarea în raport cu articolul 101 TFUE a comportamentelor întreprinderilor elaborate și impuse în contextul distribuției selective trebuie efectuat în mod schematic în două etape. Mai întâi, trebuie să se examineze – astfel cum ne solicită instanța de trimitere prin intermediul primei și al celei de a doua întrebări preliminare – în cazul în care acestea sunt, în principiu, de natură să intre sub incidența interdicției înțelegerilor prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE. În cazul unui răspuns afirmativ, și anume pentru ipoteza în care ar trebui să se statueze că restricțiile în litigiu intră sub incidența acestei dispoziții, este necesar, în continuare – ceea ce *in fine* este obiectul celei de a treia și al celei de a patra întrebări – să se stabilească dacă comportamentele în litigiu sunt sau nu sunt de natură să beneficieze de o exceptare în temeiul alineatului (3) al articolului 101 TFUE.

51. În primul rând, în ceea ce privește problema dacă condițiile impuse de conducătorul rețelei distribuitorilor săi se pot sau nu se pot sustrage, de la bun început, de la interdicția înțelegerilor, Curtea a recunoscut că, în ceea ce privește bunurile de consum de înaltă calitate, canalele de distribuție diferențiate adaptate caracteristicilor proprii ale diferiților producători și nevoilor consumatorilor pot fi conforme cu articolul 101 alineatul (1) TFUE<sup>20</sup>.

52. Astfel cum a mai reamintit Curtea în jurisprudența sa mai recentă, organizarea unui sistem de distribuție selectivă nu intră sub incidența interdicției prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE, în măsura în care alegerea revânzătorilor se face pe baza unor criterii obiective de natură calitativă, stabilite în mod uniform pentru toți revânzătorii potențiali și aplicate nediscriminatoriu, proprietățile produsului în cauză impun o astfel de rețea de distribuție pentru a menține calitatea și a asigura utilizarea corectă a acestuia și, în sfârșit, criteriile definite nu depășesc ceea ce este necesar<sup>21</sup>.

53. În al doilea rând, pentru ipoteza în care instanța ar fi chemată să constate că măsura incriminată care face parte din cadrul unei rețele de distribuție selectivă nu poate fi sustrasă, de la bun început, de la aplicarea articolului 101 TFUE, va fi necesar să se stabilească și dacă aceasta face parte dintre cele care pot fi exceptate, în special în temeiul regulamentului de exceptare „pe categorii” aplicabil, în speță Regulamentul nr. 330/2010.

54. În această privință, se observă că acest regulament de exceptare nu urmărește să enumere o serie de comportamente care pot intra sub incidența interdicției prevăzute la articolului 101 TFUE sau pe cele care se sustrag, de la bun început, de la aplicarea acestei dispoziții. Astfel cum subliniază considerentul (4) al regulamentului menționat, „[l]a evaluarea individuală a acordurilor în temeiul articolului 101 alineatul (1) [TFUE] trebuie să se țină seama de mai mulți factori, în special de structura pieței, în ceea ce privește cererea și oferta”.

55. În schimb, regulamentul menționat furnizează, dintr-o preocupare de a asigura o anumită securitate juridică întreprinderilor în cauză [a se vedea în acest sens considerentul (5) al Regulamentului nr. 330/2010], informații cu privire la măsurile care nu pot beneficia de la bun început de o exceptare în temeiul regulamentului, ceea ce nu exclude ca aceste măsuri să poată beneficia de o exceptare individuală. Sub rezerva respectării anumitor praguri ale cotei de piață deținute atât de furnizor, cât și de distribuitorii săi, este vorba despre măsuri care conțin „restricții grave” prevăzute la articolul 4 din același regulament.

20 A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1977, Metro SB-Großmärkte/Comisia (26/76, EU:C:1977:167, punctul 20), precum și Hotărârea din 11 decembrie 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289, punctele 15 și 16). A se vedea de asemenea Hotărârea din 27 februarie 1992, Vichy/Comisia (T-19/91, EU:T:1992:28, punctul 32 și următoarele).

21 Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, punctul 41 și jurisprudența citată).

56. Deși independente, aceste două etape ale analizei pot prezenta anumite suprapuneri conceptuale. Astfel, fie prin prisma alineatului (1) sau prin prisma alineatului (3) al articolului 101 TFUE, analiza măsurii în litigiu se întemeiază pe o examinare a gradului de nocivitate prezumată sau dovedită a acesteia. Astfel, o restrângere a vânzărilor pasive ale distribuitorilor va putea fi considerată nu numai o restricție prin „obiect” în sensul articolului 101 alineatul (1) TFUE, ci și o restricție gravă care nu poate beneficia de o exceptare pe categorii. Nu este mai puțin adevărat că trebuie deosebită calificarea, în vederea aplicării acestei din urmă dispoziții, a unei restricții „prin obiect” de existența unei restricții „grave” în vederea aplicabilității unei eventuale exceptări în temeiul Regulamentului nr. 330/2010. Vom reveni asupra acestui aspect în considerațiile următoare.

57. În sfârșit, ne pare important de subliniat că orientările elaborate de Comisie, și în special cele privind restricțiile verticale care prezintă fără îndoială un mare interes în speță, nu pot orienta ca atare analiza. Astfel, aceste orientări nu au vocația de a fi obligatorii pentru autoritățile de concurență și pentru instanțele din statele membre, ci fac pur și simplu dovada manierei în care Comisia, care acționează în calitate de autoritate din domeniul concurenței a Uniunii, va aplica ea însăși articolul 101 TFUE<sup>22</sup>. În aceste condiții, nu se poate exclude că Curtea poate, în cadrul misiunii sale de interpretare a dreptului Uniunii, să își însușească orientările și aprecierile juridice conținute în aceste orientări.

58. Odată expuse aceste precizări generale, vom examina pe rând întrebările adresate de instanța de trimitere.

*Cu privire la prima întrebare: conformitatea cu articolul 101 alineatul (1) TFUE a sistemelor de distribuție selectivă de produse de lux și de prestigiu care urmăresc în principal menținerea „imaginii de lux” a produselor respective*

59. Prin intermediul primei întrebări preliminare, care evocă în mod direct interpretările divergente ale Hotărârii Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), instanța de trimitere solicită să se stabilească în esență dacă rețelele de distribuție selectivă referitoare la distribuția de produse de lux și de prestigiu și prin care se urmărește în principal menținerea imaginii de lux a acestor produse intră sau nu intră sub incidența interdicției prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE.

60. În esență, se opun două abordări.

61. Pe de o parte, Parfumerie Akzente și guvernul luxemburghez consideră că contractele care organizează un sistem de distribuție selectivă pentru vânzarea de produse de lux și de prestigiu, prin care se urmărește în principal menținerea imaginii de lux a produselor respective, nu pot fi excluse din domeniul de aplicare al interdicției stabilite prin articolul 101 alineatul (1) TFUE. În opinia acestora, concluzia respectivă ar afla un sprijin solid în declarația care figurează la punctul 46 din această Hotărâre Pierre Fabre Dermo-Cosmétique. În același sens, guvernul german propune să se răspundă că articolul 101 alineatul (1) TFUE se aplică cerințelor sistemelor de distribuție selectivă destinate menținerii unei imagini de lux sau de prestigiu, fără să fie necesar să se examineze dacă proprietățile produsului în discuție necesită instituirea unui sistem de distribuție selectivă, cerințele impuse de sistem sunt aplicate nediscriminatoriu și sunt adecvate în ceea ce privește menținerea imaginii de lux sau de prestigiu.

<sup>22</sup> A se vedea în special în acest sens Hotărârea din 28 iunie 2005, Dansk Rørindustri și alții/Comisia (C-189/02 P, C-202/02 P, C-205/02 P-C-208/02 P și C-213/02 P, EU:C:2005:408, punctul 211), Hotărârea din 14 iunie 2011, Pfleiderer (C-360/09, EU:C:2011:389, punctul 21), precum și Hotărârea din 13 decembrie 2012, Expedia (C-226/11, EU:C:2012:795, punctele 24-31).

62. Pe de altă parte, Coty Germany, guvernele francez, italian, neerlandez, austriac și suedez, precum și Comisia consideră, în esență, că contractele care organizează un sistem de distribuție selectivă pentru vânzarea de produse de lux și de prestigiu, prin care se urmărește în principal menținerea imaginii de lux a produselor respective, pot fi excluse din domeniul de aplicare al interdicției stabilite la articolul 101 alineatul (1) TFUE. Aceste părți consideră în special că reiese din jurisprudență că produsele de înaltă calitate, a căror imagine de lux este apreciată de consumatori, pot necesita punerea în aplicare a unei rețele de distribuție selectivă, în special „să asigure numai o prezentare valorizantă” prin menținerea „imaginii de lux”. Acestea subliniază că Hotărârea menționată Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, care nu se referea la sistemul de distribuție selectivă propriu-zis, ci exclusiv la clauza contractuală prevăzută în această cauză, nu poate fi interpretată în sensul că protecția imaginii de lux nu mai este în prezent de natură să justifice existența unei rețele de distribuție selectivă.

63. În opinia noastră, în afară de situația modificării fundamentale a principiilor care reglementează înțelegerea sistemelor de distribuție selectivă din perspectiva normelor în materie de concurență, nu putem decât să ne raliem la cea de a doua poziție și, în consecință, să răspundem afirmativ la prima întrebare preliminară, astfel cum a fost formulată de instanța de trimitere.

64. În continuarea celor indicate mai sus, sistemele de distribuție selectivă trebuie să poată, ca urmare a efectelor benefice – sau cel puțin neutre –, pe care le generează din punctul de vedere al concurenței, să fie considerate compatibile cu interdicția înțelegerilor prevăzută la articolul 101 alineatul (1) TFUE.

65. Conform jurisprudenței consacrate a Curții<sup>23</sup> și a Tribunalului<sup>24</sup>, ale cărei concluzii au fost reluate în sens larg la punctul 175 din orientări, sistemele de distribuție selectivă pur calitativă nu intră sub incidența interdicției prevăzute la articolul 101 TFUE atunci când sunt îndeplinite trei condiții (denumite în continuare „criteriile Metro”).

66. În primul rând, trebuie să se stabilească că proprietățile produsului în discuție necesită un sistem de distribuție selectivă, în sensul că un asemenea sistem constituie o cerință legitimă, având în vedere natura produselor în cauză, și în special calitatea lor înaltă sau tehnicitatea, pentru a menține calitatea și a asigura utilizarea corectă a acestora. În al doilea rând, se impune ca alegerea revânzătorilor să se facă pe baza unor criterii obiective cu caracter calitativ, stabilite în mod uniform pentru toți revânzătorii potențiali și aplicate nediscriminatoriu. În al treilea rând, este necesar ca criteriile definite să nu depășească ceea ce este necesar.

67. Deși problema dacă aceste condiții sunt îndeplinite trebuie apreciată în mod obiectiv de instanța națională, nu este mai puțin adevărat că Curtea a stabilit anumiți parametri de care se poate ține seama la aprecierea conformității sistemelor de distribuție selectivă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE.

68. În ceea ce privește criteriul referitor la necesitatea unui sistem de distribuție selectivă în special în raport cu produsele de lux, criteriu pus în discuție în principal în speță, trebuie amintit că Curtea a statuat în numeroase rânduri că sistemele de distribuție selectivă bazate pe criterii calitative pot fi acceptate în sectorul producției de bunuri de consum de înaltă calitate fără a încălca articolul 101 alineatul (1) TFUE, în special pentru a menține un comerț specializat de natură să furnizeze prestații specifice pentru astfel de produse<sup>25</sup>.

23 A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1977, Metro SB-Großmärkte/Comisia (26/76, EU:C:1977:167, punctele 20 și 21), Hotărârea din 11 decembrie 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289, punctele 15 și 16), Hotărârea din 25 octombrie 1983, AEG-Telefunken/Comisia (107/82, EU:C:1983:293, punctul 35), și Hotărârea din 22 octombrie 1986, Metro/Comisia (75/84, EU:C:1986:399, punctele 37 și 40).

24 A se vedea în special Hotărârea din 12 decembrie 1996, Leclerc/Comisia (T-19/92, EU:T:1996:190, punctele 111-120), și Hotărârea din 12 decembrie 1996, Leclerc/Comisia (T-88/92, EU:T:1996:192, punctele 106-117).

25 A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1977, Metro SB-Großmärkte/Comisia (26/76, EU:C:1977:167, punctul 20), și Hotărârea din 25 octombrie 1983, AEG-Telefunken/Comisia (107/82, EU:C:1983:293, punctul 33).

69. Curtea a precizat că, independent chiar de calificarea produselor avute în vedere drept produse de „lux”, menținerea „calității” produsului poate necesita un sistem de distribuție selectivă<sup>26</sup>.

70. Astfel, caracteristicile sau proprietățile specifice ale produselor în cauză pot fi de natură să asigure conformitatea unui sistem de distribuție selectivă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE. Astfel cum am indicat anterior, aceste proprietăți pot consta nu numai în calitățile materiale ale produselor prevăzute (produse de înaltă calitate tehnologică, de exemplu), dar și în imaginea „de lux” a produselor<sup>27</sup>.

71. Această concluzie se poate apropia, astfel cum au arătat anumite părți care au depus observații în prezenta cauză, de considerațiile care au fost reținute în cadrul jurisprudenței dezvoltate în materia dreptului mărcilor, drept care, dată fiind funcția sa concurențială specifică, interacționează fără îndoială cu interdicția înțelegerilor. Astfel, în măsura în care garantează că toate produsele sau serviciile pe care le desemnează au fost fabricate sau furnizate sub controlul unei unice întreprinderi, căreia i se poate atribui răspunderea calității acestora, marca îndeplinește un rol esențial în sistemul concurențial nedenaturat pe care Tratatul FUE urmărește să îl stabilească și să îl mențină<sup>28</sup>. Într-un astfel de sistem, întreprinderile trebuie să poată să își atragă clientela prin calitatea produselor sau a serviciilor, ceea ce este posibil doar ca urmare a existenței unor semne distinctive care permit identificarea acestor produse și a acestor servicii. Pentru ca marca să poată îndeplini acest rol, ea trebuie să constituie garanția că toate produsele care o poartă au fost fabricate sub controlul unei întreprinderi unice, căreia i se poate atribui responsabilitatea calității acestora<sup>29</sup>.

72. În contextul dreptului mărcilor, Curtea a subliniat că produsele de lux și de prestigiu se definesc nu numai din perspectiva caracteristicilor lor materiale, ci și pornind de la percepția specifică pe care o au consumatorii în legătură cu acestea, și în special „aura de lux” de care beneficiază în raport cu aceștia din urmă. Astfel, întrucât produsele de prestigiu constituie produse de calitate superioară, impresia de lux care emană de la acestea este un element esențial pentru ca respectivii consumatori să le poată distinge de celelalte produse similare. Prin urmare, o atingere adusă respectivei impresii de lux poate afecta însăși calitatea acestor produse. Or, în această privință, Curtea a considerat anterior că însușirile și condițiile specifice unui sistem de distribuție selectivă sunt, în sine, de natură să păstreze calitatea și să asigure buna utilizare a unor astfel de produse<sup>30</sup>.

73. Curtea a concluzionat de aici că organizarea unui sistem de distribuție selectivă, care urmărește să asigure o prezentare valorizantă a produselor în spațiul de vânzare, „în special în ceea ce privește poziționarea, promovarea, prezentarea produselor și politica comercială”, era de natură să contribuie la reputația produselor în cauză și, prin urmare, la păstrarea aurei de lux a acestora<sup>31</sup>.

74. Decurge din această jurisprudență că, având în vedere caracteristicile și natura lor, produsele de lux pot necesita punerea în aplicare a unui sistem de distribuție selectivă pentru a păstra calitatea și a asigura buna utilizare a acestora. Cu alte cuvinte, rețelele de distribuție selectivă referitoare la distribuirea produselor de lux și de prestigiu și care urmăresc să creeze în principal imaginea de marcă a produselor respective nu intră sub incidența interdicției prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE.

26 A se vedea în special Hotărârea din 11 decembrie 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289).

27 A se vedea în special Hotărârea din 12 decembrie 1996, Leclerc/Comisia (T-88/92, EU:T:1996:192, punctul 109).

28 A se vedea în acest sens în special Hotărârea din 23 mai 1978, Hoffmann-La Roche (102/77, EU:C:1978:108, punctul 7), precum și Hotărârea din 23 aprilie 2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, punctul 22 și jurisprudența citată).

29 A se vedea în special Hotărârea din 17 octombrie 1990, HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, punctul 13).

30 A se vedea în special Hotărârea din 23 aprilie 2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, punctele 24-28).

31 A se vedea Hotărârea din 23 aprilie 2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, punctul 29).

75. Contrar interpretării susținute de anumite părți care au depus observații, această concluzie nu este repusă în discuție prin Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), și în special prin punctul 46 din aceasta potrivit căruia „[o]biectivul de a proteja imaginea de prestigiu nu poate constitui un obiectiv legitim pentru restrângerea concurenței și, prin urmare, nu poate justifica neinclusiunea unei clauze contractuale care urmărește un astfel de obiectiv în domeniul de aplicare al articolului 101 alineatul (1) TFUE”.

76. Astfel cum dovedesc observațiile depuse în prezenta cauză, dar și luările de poziție adoptate de un număr semnificativ de instanțe și de autorități naționale din domeniul concurenței<sup>32</sup>, această din urmă formulare a condus la interpretări foarte divergente.

77. Prin urmare, considerăm cu totul oportun, astfel cum ne solicită majoritatea părților care au depus observații, ca Curtea să clarifice, în prezenta cauză, sensul acestei hotărâri, referindu-se atât la contextul în care s-a pronunțat aceasta, cât și la motivarea care a fost reținută mai precis de Curte în hotărârea respectivă.

78. În ceea ce privește, în primul rând, *contextul de fapt* al Hotărârii din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), reamintim că, în această cauză, se pune în discuție obligația impusă de un producător de produse cosmetice și de igienă corporală distribuitorilor săi selectați de a justifica, la punctele de vânzare respective, prezența fizică și permanentă a celui puțin unui farmacist licențiat. Această cerință excludea *de facto* și în mod absolut, în opinia Curții, care își însușește aprecierea care a fost reținută de autoritatea franceză din domeniul concurenței, ca produsele în discuție să poată fi vândute de distribuitorii autorizați pe internet<sup>33</sup>.

79. Astfel cum reiese în mod clar din întrebarea preliminară adresată Curții în această cauză, se pune în discuție doar o clauză contractuală privind interdicția generală și absolută de a vinde pe internet produsele contractuale către utilizatorii finali, impusă distribuitorilor autorizați în cadrul unei rețele de distribuție selectivă. În schimb, nu era avut în vedere sistemul de distribuție selectivă privit în ansamblu.

80. În al doilea rând, în ceea ce privește *motivarea* reținută în mod explicit de Curte în Hotărârea Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, aceasta privește doar clauza contractuală care interzice în special vânzarea pe internet avută în vedere de societatea Pierre Fabre. Simplul fapt că includerea clauzei respective a fost motivată de necesitatea de a proteja imaginea de prestigiu a produselor în discuție nu a fost considerat de Curte ca reprezentând un obiectiv legitim pentru restrângerea concurenței. Aceasta nu înseamnă totuși că Curtea a urmărit să aplice de la bun început interdicția înțelegerilor prevăzută la articolul 101 alineatul (1) TFUE sistemelor de distribuție care urmăresc tocmai să protejeze imaginea de marcă a produselor în cauză.

81. Trebuie să se arate că Curtea nu a revenit în special asupra principiului potrivit căruia conducătorul unei rețele de distribuție selectivă rămânea în principiu liber să organizeze această rețea și, prin urmare, asupra aprecierii potrivit căreia condițiile impuse distribuitorilor autorizați trebuiau considerate conforme cu articolul 101 alineatul (1) TFUE atunci când îndeplineau condițiile stabilite de Curte.

<sup>32</sup> Se face trimitere în special la exemplele citate în nota de subsol 3 din prezentele concluzii.

<sup>33</sup> Autoritatea franceză din domeniul concurenței a arătat în special, în cauza principală, că această interdicție de vânzare pe internet echivala cu o limitare a libertății comerciale a distribuitorilor Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, deoarece excludea o modalitate de comercializare a produselor sale. În plus, această interdicție restrângea opțiunea consumatorilor care doreau să cumpere pe internet și, în sfârșit, împiedica vânzările către cumpărătorii finali care nu sunt localizați în zona de desfacere „fizică” a distribuitorului autorizat.

82. În mod fundamental, se observă că niciun element din termenii utilizați de Curte nu permite să se presupună că aceasta a intenționat să revină sau chiar să reducă întinderea principiilor care au fost stabilite și elaborate până atunci în ceea ce privește aprecierea, în raport cu articolul 101 TFUE, a condițiilor impuse distribuitorilor autorizați din cadrul unei rețele de distribuție selectivă.

83. Cu alte cuvinte, Hotărârea din 13 octombrie 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), nu trebuie interpretată ca o modificare în raport cu jurisprudența anterioară, din moment ce declarația care figurează la punctul 46 din hotărârea menționată se încadrează în contextul unui control al proporționalității clauzei contractuale în discuție în mod concret în litigiul principal (a se vedea în special punctul 43 din hotărâre).

84. Toate aceste considerații ne determină să concluzionăm că sistemele de distribuție selectivă al căror obiect constă în menținerea imaginii de lux a produselor pot constitui întotdeauna elemente ale concurenței compatibile cu articolul 101 alineatul (1) TFUE. Astfel cum a arătat Comisia în mod întemeiat, trebuie să se deducă totuși din această hotărâre că, în funcție de proprietățile produselor în discuție sau pentru restricții deosebit de grave, precum interdicția totală de vânzare pe internet care rezulta din clauza în litigiu în aceeași Hotărâre *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*, este posibil ca obiectivul privind menținerea imaginii de prestigiu a produselor în discuție să nu fie legitim, ceea ce ar avea drept consecință faptul că nu se justifică exceptarea unui sistem de distribuție selectivă sau a unei clauze care urmărește un asemenea obiectiv.

85. O altă concluzie ar prezenta, în opinia noastră, două inconveniente majore.

86. Mai întâi, aceasta ar implica să se revină asupra principiilor consacrate în jurisprudența Curții în ceea ce privește aprecierea prin prisma normelor de concurență a sistemelor de distribuție selectivă. Reamintim că aceste principii țin seama tocmai de efectele benefice pe care asemenea sisteme le generează în urmărirea unei concurențe eficiente.

87. În acest context, trebuie amintit că proprietățile produselor în cauză, fie că acestea constau în caracteristicile lor materiale sau în imaginea lor de lux ori de prestigiu, trebuie protejate. Fie că produsele în discuție prezintă anumite calități materiale, precum produsele de înaltă calitate sau produsele avansate din punct de vedere tehnologic, sau că produsele în discuție sunt asociate unei imagini de lux, distribuția selectivă poate fi considerată legitimă având în vedere efectele pro-concurențiale pe care le generează.

88. În continuare, o interpretare a Hotărârii din 13 octombrie 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), potrivit căreia un sistem de distribuție selectivă având ca obiect menținerea imaginii de lux a produselor în cauză nu se mai poate sustrage pe viitor de la aplicarea interdicției prevăzute la articolul 101 alineatul (1) TFUE, s-ar înscrie în fals contra orientărilor reținute în materie de proprietate intelectuală, și în special contra jurisprudenței elaborate în contextul dreptului mărcilor.

89. Astfel, în Hotărârea din 23 aprilie 2009, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260), Curtea a asimilat distribuitorul din sistemul de distribuție selectivă cu un licențiat și a recunoscut că cei doi se aflau în situația unei introduceri în circulație de către terți cu acordul titularului mărcii. Aceasta are drept consecință faptul că interdicția înțelegerilor nu ar trebui aplicată în cazurile în care măsurile producătorilor/titularului mărcii în raport cu distribuitorul autorizat constituie, în definitiv, doar exercitarea dreptului introducerii inițiale în circulație.

90. De asemenea, în Hotărârea din 3 iunie 2010, *Coty Prestige Lancaster Group* (C-127/09, EU:C:2010:313), Curtea a subliniat că caracterul exclusiv al dreptului mărcilor are drept consecință faptul că fiecare utilizare a mărcii fără acordul titularului încalcă dreptul mărcilor.

91. În consecință, o rețea de distribuție selectivă precum cea prevăzută de contractul în discuție în litigiul principal, care se referă la distribuirea produselor de lux și de prestigiu și care are în vedere în principal menținerea „imaginii de lux”, poate constitui un element al concurenței conform cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, în măsura în care sunt îndeplinite criteriile Metro.

92. Această concluzie este valabilă atât pentru produsele așa-numite de „lux”, cât și pentru produsele așa-numite de „calitate”. Contează necesitatea pentru conducătorul rețelei de a proteja imaginea de prestigiu.

93. Prin urmare, s-a propus să se răspundă la prima întrebare preliminară că sistemele de distribuție selectivă referitoare la distribuirea produselor de lux și de prestigiu și care urmăresc în principal menținerea „imaginii de lux” a produselor respective constituie un element al concurenței conform cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, în măsura în care revânzătorii sunt aleși pe baza unor criterii obiective de natură calitativă care sunt stabilite în mod uniform pentru toți și aplicate nediscriminatoriu pentru toți revânzătorii potențiali, natura produsului în discuție, inclusiv imaginea de prestigiu, impune o distribuție selectivă pentru a menține calitatea acestuia și a asigura utilizarea sa corectă și criteriile stabilite nu depășesc ceea ce este necesar.

*Cu privire la a doua întrebare: conformitatea cu articolul 101 alineatul (1) TFUE a interdicției impuse membrilor unui sistem de distribuție selectivă de produse de lux, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul autorizați pe piață, de a recurge în mod vizibil la platformele unor părți terțe pentru vânzarea online*

94. Prin intermediul celei de a doua întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă și în ce măsură articolul 101 alineatul (1) TFUE trebuie interpretat în sensul că se opune interdicției impuse membrilor unui sistem de distribuție selectivă de produse de lux, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul autorizați pe piață, de a recurge în mod vizibil la platformele unor părți terțe pentru vânzarea pe internet a produselor în cauză.

95. Această întrebare, care este strâns legată de prima întrebare, privește conformitatea în raport cu articolul 101 alineatul (1) TFUE a clauzei specifice a sistemului de distribuție selectivă pusă în discuție mai precis în cauza principală.

96. Or, astfel cum am indicat anterior ca răspuns la prima întrebare preliminară, rămâne stabilit că distribuția selectivă care se întemeiază pe parametri calitativi nu intră sub incidența articolului 101 alineatul (1) TFUE, în măsura în care criteriile Metro sunt îndeplinite.

97. În conformitate cu grila de analiză care decurge din jurisprudența Metro SB-Großmärkte/Comisia, care nu a fost repusă nicidecum în discuție prin Hotărârea Pierre Fabre Dermo-Cosmétique<sup>34</sup>, este necesar să se examineze dacă alegerea revânzătorilor se face pe baza unor criterii obiective de natură calitativă, stabilite în mod uniform pentru toți revânzătorii potențiali și aplicate nediscriminatoriu, proprietățile produsului sau produselor în cauză impun o astfel de rețea de distribuție pentru a menține calitatea acestuia și a asigura utilizarea sa corectă și, în sfârșit, dacă criteriile definite sunt conforme cu principiul proporționalității.

98. Întrucât prima dintre aceste condiții nu este discutată efectiv în speță, analiza noastră se va concentra asupra aspectului dacă interdicția impusă distribuitorilor autorizați de a recurge în mod vizibil la platformele unor părți terțe este legitimă în raport cu obiectivele calitative urmărite și, după caz, dacă aceasta este proporțională.

<sup>34</sup> Hotărârea din 13 octombrie 2011 (C-439/09, EU:C:2011:649, punctele 41 și 43).

99. Or, în ceea ce privește, în primul rând, legitimitatea interdicției în litigiu, astfel cum am indicat în propunerea noastră de răspuns la prima întrebare, obiectivul protejării imaginii produselor de lux și de prestigiu este întotdeauna un obiectiv legitim pentru a justifica un sistem de distribuție selectivă de natură calitativă, precum cel în discuție în cauza principală.

100. Prin urmare, trebuie să se stabilească dacă clauza în litigiu, și anume cea care interzice distribuitorilor autorizați să recurgă în mod vizibil la platformele unor părți terțe, se poate justifica tocmai prin necesitatea de a proteja imaginea de lux a produselor în discuție.

101. În această privință, considerăm că interdicția de a recurge la denumirile unor întreprinderi terțe se poate justifica prin obiectivul de menținere și de control al criteriilor de calitate, care impune în special furnizarea anumitor servicii cu ocazia vânzării produselor, precum și o prezentare specifică a produselor vândute.

102. Astfel, trebuie să se admită că conducătorul unei rețele de distribuție selectivă poate, în vederea protejării imaginii de marcă sau de prestigiu<sup>35</sup> a produselor pe care le comercializează, să interzică distribuitorilor săi, chiar și autorizați, să recurgă în mod vizibil la întreprinderi terțe. O asemenea interdicție poate fi de natură să mențină garanțiile de calitate, de securitate și de identificare a originii produselor, obligând comercianții cu amănuntul să furnizeze prestări de servicii de un anumit nivel la vânzarea produselor contractuale. Această interdicție permite de asemenea menținerea protecției și a poziționării mărcilor în fața fenomenelor de contrafacere și de parazitism, care sunt de natură să genereze efecte de restrângere a concurenței.

103. Astfel cum a indicat Comisia la punctul 54 din orientările sale, furnizorul poate impune respectarea anumitor standarde de calitate pentru utilizarea site-ului internet în vederea revânzării produselor sale, așa cum o poate face pentru un magazin sau pentru vânzarea prin catalog, sau pentru anunțuri publicitare sau acțiuni de promovare în general.

104. Or, recurgând la platformele unei părți terțe în cadrul distribuirii produselor, distribuitorii autorizați – și, mai mult, conducătorul rețelei – nu mai au în special controlul prezentării și al imaginii acestor produse, mai ales întrucât aceste platforme își afișează în mod frecvent, într-un mod foarte vizibil, logo-urile în toate fazele cumpărării produselor contractuale.

105. Interdicția absolută impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă de a recurge în mod vizibil, pentru vânzările lor pe internet, la întreprinderi terțe constituie astfel o restricție perfect analogă cu cea care, potrivit Curții, este justificată și necesară pentru a garanta funcționarea unui sistem de distribuție selectivă întemeiat exclusiv pe comerțul tradițional și, așadar, legitimă în raport cu dreptul concurenței, potrivit jurisprudenței<sup>36</sup>.

106. În concluzie, interdicția impusă distribuitorilor autorizați de a recurge la platforme online terțe poate fi exclusă din domeniul de aplicare al articolului 101 alineatul (1) TFUE, întrucât este de natură să îmbunătățească concurența care se întemeiază pe criterii calitative. În continuarea considerațiilor reținute până atunci în materie de distribuție selectivă, această interdicție este de natură să protejeze imaginea de lux a produselor în cauză în diverse privințe: nu numai că aceasta garantează că produsele respective sunt vândute într-un cadru care îndeplinește cerințele de calitate impuse de conducătorul rețelei de distribuție, însă permite de asemenea să se protejeze împotriva fenomenelor de parazitism, evitând ca investițiile și eforturile depuse de furnizor și de alți distribuitori autorizați, în vederea îmbunătățirii calității și a imaginii produselor în cauză, să avantajeze alte întreprinderi.

<sup>35</sup> În cauza principală, reiese din cuprinsul punctului 1.1. din contractul de distribuție selectivă încheiat între Coty Germany și Parfumerie Akzente că interzicerea recurgerii în mod vizibil la platformele unor părți terțe avea drept obiectiv tocmai păstrarea „caracterului luxos” al produselor contractuale.

<sup>36</sup> A se vedea în special Hotărârea din 25 octombrie 1977, Metro SB-Großmärkte/Comisia (26/76, EU:C:1977:167), Hotărârea din 11 decembrie 1980, L'Oréal (31/80, EU:C:1980:289), Hotărârea din 25 octombrie 1983, AEG-Telefunken/Comisia (107/82, EU:C:1983:293), și Hotărârea din 23 aprilie 2009, Copad (C-59/08, EU:C:2009:260).

107. Această interdicție se distinge în mod clar de clauza în litigiu în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 13 octombrie 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649).

108. Reamintim că, în această Hotărâre *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*, Curtea a declarat că clauza unui contract care interzicea în mod absolut distribuitorilor autorizați să vândă online produse contractuale putea să constituie o restricție prin obiect și, prin urmare, să fie contrară articolului 101 alineatul (1) TFUE dacă, „în urma unei examinări individuale și concrete a cuprinsului și a obiectivului acestei clauze contractuale, precum și a contextului juridic și economic în care aceasta se înscrie, rezultă că, având în vedere proprietățile produselor în cauză, această clauză nu este justificată în mod obiectiv”.

109. În speță, se impune constatarea că, departe de a prevedea o interdicție absolută a vânzărilor online, Coty Germany a impus exclusiv revânzătorilor autorizați să nu comercializeze produsele contractuale prin intermediul platformelor unor părți terțe, în măsura în care, potrivit conducătorului rețelei, acestea nu sunt obligate să respecte cerințele de calitate pe care le impune distribuitorilor săi autorizați.

110. Clauza în litigiu în cauza principală menține, astfel, posibilitatea pentru distribuitorii autorizați de a distribui produsele contractuale prin propriile pagini de internet. De asemenea, aceasta nu interzice distribuitorilor respectivi să recurgă la platformele unor părți terțe pentru distribuirea aceluiași produse contractuale într-un mod care să nu fie vizibil.

111. Or, astfel cum a putut arăta Comisia, întemeindu-se în special pe rezultatele anchetei sale sectoriale, rezultă că, în acest stadiu al evoluției comerțului electronic, magazinele online proprii distribuitorilor constituie canalul de distribuție privilegiat al distribuției pe internet. Astfel, în pofida importanței în creștere a platformelor unor părți terțe în comercializarea produselor comercianților cu amănuntul, interdicția impusă distribuitorilor autorizați de a recurge în mod vizibil la aceste platforme nu poate, în stadiul actual al evoluției comerțului electronic, să fie asimilată unei interdicții totale sau unei limitări substanțiale a vânzării pe internet.

112. În al doilea rând, considerăm că dosarul prezentat Curții nu permite să se concluzioneze că, în prezent, o asemenea interdicție trebuie considerată în general ca fiind proporțională cu obiectivul urmărit.

113. Trebuie subliniat că, în timp ce furnizorul, conducător al rețelei, este în măsură să impună anumite obligații distribuitorilor autorizați în temeiul raportului contractual dintre aceștia și astfel să exercite un anumit control asupra canalelor de distribuție a produselor sale, nu este în măsură să exercite un control asupra distribuirii produselor care se efectuează prin intermediul platformelor unei părți terțe. În această perspectivă, obligația în litigiu poate părea un mijloc adecvat pentru atingerea obiectivelor urmărite de Coty Germany.

114. Desigur, nu se poate contesta că platformele online, precum cea în discuție în cauza principală, sunt în măsură să prevadă și să asigure o reprezentare valorizantă a produselor în cauză în același mod în care ar proceda distribuitorii autorizați. Cu toate acestea, respectarea cerințelor de calitate care poate fi impusă în mod legitim în cadrul unei sistem de distribuție selectivă poate fi asigurată în mod eficient numai în cazul în care cadrul de vânzare pe internet este conceput de revânzătorii autorizați, care au încheiat un contract cu furnizorul/conducătorul rețelei de distribuție, și nu de operatorul terț ale cărui practici nu sunt influențate de acest furnizor.

### Concluzie intermediară

115. În consecință, clauza în litigiu, în măsura în care se aplică în mod nediscriminatoriu și este justificată în mod obiectiv prin natura produselor contractuale – aspecte care nu par să fie nicidecum repuse în discuție în speță, dar care vor trebui să fie oricum verificate de instanța de trimitere –, poate fi considerată ca fiind conformă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE.

116. Chiar dacă am presupune că se poate concluziona în speță că clauza în litigiu este de natură să intre sub incidența articolului 101 alineatul (1) TFUE, în special ca urmare a nerespectării criteriilor Metro, va mai fi necesar să se examineze dacă aceasta are un efect de restrângere a concurenței, și în special să se stabilească dacă aceasta constituie o restrângere „prin obiect” în sensul acestei dispoziții.

117. Cu privire la acest ultim aspect și spre deosebire de clauza contractuală pusă în discuție în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649), interdicția în litigiu în prezenta cauză nu ne pare să poată fi calificată, în niciun caz, drept „restrângere prin obiect” în sensul articolului 101 alineatul (1) TFUE, precizându-se că această noțiune trebuie interpretată în mod restrictiv. Astfel, este evident că noțiunea de restrângere a concurenței „prin obiect” nu poate fi aplicată decât unor tipuri de coordonare între întreprinderi care prezintă un *grad suficient de nocivitate* pentru concurență pentru a se putea considera că examinarea efectelor acestora nu este necesară<sup>37</sup>.

118. Or, contrar interdicției absolute impuse distribuitorilor autorizați de a recurge la internet pentru distribuirea produselor contractuale, interdicția de a recurge la platformele unei părți terțe nu prezintă – cel puțin în acest stadiu al evoluției comerțului electronic care este susceptibil de schimbări mai mult sau mai puțin pe termen lung – un asemenea grad de nocivitate pentru concurență.

119. În plus și tot în situațiile în care ar trebui să se concluzioneze că clauza în litigiu intră într-adevăr sub incidența articolului 101 TFUE și că, pe de altă parte, aceasta restrânge concurența, reamintim că va mai fi necesar să se examineze dacă aceasta poate beneficia de o exceptare în temeiul alineatului (3) al acestui articol, și în special de o exceptare pe categorii în temeiul Regulamentului nr. 330/2010, după cum prevăd a treia și a patra întrebare preliminară.

120. Astfel, în măsura în care, așa cum reiese din decizia de trimitere, pragul cotei de piață prevăzut la articolul 3 din Regulamentul nr. 330/2010 nu este depășit, în cazul în care instanța națională ar trebui să concluzioneze că clauza în litigiu nu este conformă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, aceasta ar putea beneficia de o exceptare în temeiul articolului 2 din regulamentul menționat [a se vedea considerentul (8) al Regulamentului nr. 330/2010]. Cu toate acestea, o asemenea eventualitate nu ar fi, în niciun caz, posibilă în cazul în care interdicția în litigiu ar constitui o restricție gravă, în sensul articolului 4 din același regulament.

121. Prin urmare, în cazul în care instanța națională ar ajunge la concluzia că interdicția de a recurge la platformele unei părți terțe nu se sustrage de la aplicarea articolului 101 alineatul (1) TFUE și că aceasta restrânge, *a priori*, concurența, clauza în litigiu a sistemului de distribuție selectivă ar mai putea fi justificată în temeiul articolului 101 alineatul (3) TFUE fie pe baza regulamentului de exceptare pe categorii eventual aplicabil, fie în urma unei analize de la caz la caz, care are în vedere tocmai cazurile de exceptare prevăzute de Regulamentul nr. 330/2010.

<sup>37</sup> A se vedea în special Hotărârea din 11 septembrie 2014, CB/Comisia (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, punctul 58).

### *Concluzie*

122. În consecință, se propune să se răspundă la cea de a doua întrebare preliminară că, pentru a se stabili dacă o clauză contractuală privind interdicția impusă distribuitorilor autorizați din cadrul unei rețele de distribuție de a recurge în mod vizibil la platformele unei părți terțe pentru vânzările online este sau nu este conformă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, revine instanței de trimitere sarcina de a examina dacă această clauză contractuală este condiționată de natura produsului, este stabilită în mod uniform și aplicată fără deosebire și nu depășește ceea ce este necesar.

*Cu privire la a treia și a patra întrebare: aplicabilitatea exceptării pe categorii în temeiul articolului 4 literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 330/2010*

123. Prin intermediul celei de a treia și al celei de a patra întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, Curții să se pronunțe cu privire la problema dacă articolul 4 din Regulamentul nr. 330/2010 trebuie interpretat în sensul că interdicția impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet constituie o restrângere a clientelei, în sensul articolului 4 litera (b) din regulamentul menționat și/sau o restrângere a vânzărilor pasive către utilizatorii finali, în sensul articolului 4 litera (c) din același regulament.

124. Astfel, deși instanța de trimitere a făcut trimitere, în textul celei de a treia și celei de a patra întrebări preliminare, la problematica identificării restrângerii „prin obiect” a clientelei și a vânzărilor pasive, întrebările sale privesc în realitate, astfel cum s-a menționat în mod clar în decizia de trimitere, problema dacă, în ipoteza în care s-ar considera că sistemul de distribuție în discuție restrânge concurența în sensul articolului 101 alineatul (1) TFUE, ar putea fi totuși exceptat potrivit Regulamentului nr. 330/2010.

125. În consecință, se ridică doar problema dacă clauza în litigiu poate fi analizată ca o restrângere a teritoriului și/sau a clientelei sau chiar ca o restrângere a vânzărilor pasive în sensul Regulamentului nr. 330/2010.

*Considerații introductive cu privire la domeniul de aplicare și ratio legis ale Regulamentului nr. 330/2010*

126. Astfel cum menționează considerentul (5) al Regulamentului nr. 330/2010, beneficiul exceptării pe categorii stabilit prin acest regulament trebuie limitat la acordurile verticale „pentru care se poate estima cu suficientă certitudine că îndeplinesc condițiile prevăzute la articolul 101 alineatul (3) [TFUE]”.

127. Pentru a stabili dacă o restricție este de natură să beneficieze de o exceptare „pe categorii”, întreprinderile sunt, mai întâi, invitate să procedeze la o evaluare inițială a acordului în litigiu în special în funcție de anumite prezumții de incompatibilitate prevăzute de Regulamentul nr. 330/2010.

128. Articolul 4 din Regulamentul nr. 330/2010 întocmește astfel o listă de restricții evidente, calificate drept „restricții grave”, în prezența cărora beneficiul exceptării pe categorii trebuie exclus.

129. Astfel cum a statuat Curtea, întrucât o întreprindere are posibilitatea de a invoca în orice împrejurare, cu titlu individual, aplicabilitatea exceptării legale prevăzute la articolul 101 alineatul (3) TFUE, nu este necesar să se dea o interpretare largă dispozițiilor care determină încadrarea acordurilor sau a practicilor în domeniul de aplicare al exceptării pe categorii<sup>38</sup>.

38 Hotărârea din 13 octombrie 2011, Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, EU:C:2011:649, punctul 57).

130. Pe de altă parte, la fel ca și abordarea susținută de Comisie, dintr-o preocupare legată de previzibilitate și de securitate juridică, este necesar ca excepțiile de la exceptarea pe categorii prevăzute în special la articolul 4 literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 330/2010 să fie identificabile cu ușurință și, prin urmare, să nu depindă de o analiză detaliată a condițiilor de piață și a efectelor de restrângere a concurenței observate pe o anumită piață la un moment dat.

131. Astfel, nu trebuie să se piardă din vedere că obiectivul urmărit de regulamentele de exceptare adoptate în temeiul Regulamentului nr. 19/65/CEE<sup>39</sup> constă în special în necesitatea de a permite întreprinderilor în cauză să autoevalueze conformitatea comportamentelor lor cu normele în materie de concurență.

132. Urmărirea acestui obiectiv ar fi afectată în cazul în care, în vederea calificării măsurilor adoptate de întreprinderi drept acorduri verticale care au „ca obiect” restrângerea anumitor tipuri de vânzare în sensul articolului 4 literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 330/2010, s-ar impune ca aceste întreprinderi să efectueze o examinare pretențioasă și detaliată a efectelor de restrângere a concurenței ale măsurilor respective, ținând seama de situația pieței și de poziția întreprinderilor în cauză.

133. Astfel cum am menționat anterior, trebuie să se distingă operațiunea de identificare a unei „restrângeri a concurenței prin obiect” în sensul articolului 101 alineatul (1) TFUE de calificarea, în vederea aplicării unui regulament de exceptare pe categorii, a anumitor comportamente drept *restrictii grave* – în speță cele prevăzute la articolul 4 literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 330/2010.

134. Nu este mai puțin adevărat că, în cele două situații, trebuie să se identifice comportamente care sunt prezumate a fi deosebit de nocive pentru concurență printr-o trimitere la aprecierea contextului economic și juridic *imediat* în care se introduc măsurile întreprinderilor.

135. În această privință, trebuie amintit că distincția dintre „încălcarea prin obiect” și „încălcarea prin efect” rezultă din împrejurarea că anumite forme de coluziune între întreprinderi pot fi considerate, prin însăși natura lor și ținând seama de experiența dobândită, ca fiind dăunătoare pentru buna funcționare a concurenței<sup>40</sup>. În ceea ce privește rațiunea de a fi a articolului 4 din Regulamentul nr. 330/2010, care identifică anumite restricții grave, aceasta se întemeiază pe ideea, enunțată în considerentul (10) al acestui regulament, potrivit căreia „acordurile verticale care conțin anumite tipuri de restrângeri grave ale concurenței, precum prețurile de revânzare minime și fixe, precum și anumite tipuri de protecție teritorială trebuie să fie excluse de la beneficiul exceptării pe categorii stabilite prin prezentul regulament, indiferent de cota de piață a întreprinderilor în cauză”.

136. De asemenea, la fel ca abordarea reținută în identificarea unei restrângeri prin obiect în sensul articolului 101 alineatul (1) TFUE, va fi necesar, pentru a stabili dacă o clauză contractuală are „ca obiect restrângerea” teritoriului în care, ori a clienților cărora distribuitorul le poate vinde [articolul 4 litera (b) din Regulamentul nr. 330/2010], sau vânzările active sau pasive ale distribuitorului către utilizatorii finali [articolul 4 litera (c) din acest regulament] să ne raportăm la conținutul dispozițiilor contractuale în cauză și la obiectivele lor, examinate în contextul lor economic și juridic imediat. Reamintim astfel că obiectivul facilitării exercițiului de autoevaluare impusă întreprinderilor în cauză ar fi compromis în cazul în care, pentru a identifica restricțiile grave în sensul articolului 4 din Regulamentul nr. 330/2010, acestea ar trebui să efectueze o examinare detaliată, în special prin intermediul unei analize contrafactice, a efectelor măsurilor avute în vedere asupra structurii și a condițiilor de funcționare a pieței sau a piețelor în cauză.

<sup>39</sup> Regulamentul Consiliului din 2 martie 1965 privind aplicarea articolului 85 alineatul (3) din tratat unor categorii de acorduri și de practici concertate (JO 1965, 36, p. 533).

<sup>40</sup> A se vedea în acest sens Hotărârea din 11 septembrie 2014, CB/Comisia (C-67/13 P, EU:C:2014:2204, punctele 49-52 și jurisprudența citată, precum și punctul 57). Curtea a precizat în special că criteriul juridic esențial pentru a determina dacă o coordonare între întreprinderi comportă o asemenea restrângere a concurenței „prin obiect” rezidă în constatarea faptului că o astfel de coordonare prezintă, în sine, un grad suficient de nocivitate pentru concurență.

137. Pe de altă parte, astfel cum a arătat Comisia în mod întemeiat, trebuie subliniat că atât articolul 4 litera (b) din Regulamentul nr. 330/2010, cât și articolul 4 litera (c) din acest regulament trebuie, la fel ca dispozițiile regulamentului de exceptare pe categorii aplicabil anterior, să fie avute în vedere în cadrul obiectivului mai global și fundamental privind *combaterea fenomenelor de împărțire a piețelor*.

138. Aceste dispoziții trebuie interpretate astfel în sensul că au în vedere excluderea de la beneficiul exceptării pe categorii a anumitor clauze contractuale, care au în vedere o restricție privind *teritoriul în care sau clienții cărora* distribuitorul le poate vinde. În schimb, ne pare că aceleași dispoziții nu pot fi interpretate în sensul că exclud de la acest beneficiu restricții prin care se stabilesc modalitățile de vânzare a produselor<sup>41</sup>. În opinia noastră, trebuie amintit că conducătorul unei rețele de distribuție selectivă trebuie să poată beneficia de o mare libertate în definirea modalităților de distribuire a acestor produse, care sunt tot atâtea elemente de stimulare a inovației și a calității serviciilor prestate clienților de natură să producă efecte pro-concurențiale. Astfel cum prevede punctul 54 din orientări, în cadrul regulamentului de exceptare pe categorii, prin urmare, furnizorul poate impune respectarea anumitor standarde de calitate pentru utilizarea site-ului internet în vederea revânzării produselor sale, așa cum o poate face pentru un magazin tradițional.

139. În lumina acestor precizări introductive, vom examina succesiv cea de a treia și cea de a patra întrebare preliminară.

*Cu privire la a treia întrebare: existența unei restrângeri a clientelei comerciantului cu amănuntul*

140. În temeiul articolului 4 litera (b) din Regulamentul nr. 330/2010, exceptarea pe categorii prevăzută la articolul 2 din acest regulament nu se aplică acordurilor „care, direct sau indirect, separat sau în combinație cu alți factori aflați sub controlul părților, au ca obiect [...] restrângerea teritoriului în care, ori a clienților cărora, un cumpărător parte la acord le poate vinde bunurile ori serviciile contractuale fără a aduce atingere unei restricții asupra locului în care este stabilit”.

141. Astfel cum menționează punctul 50 din orientări, sunt avute în vedere de această dispoziție măsurile de repartizare a pieței sau a clientelei care au ca obiect împărțirea piețelor.

142. În speță, niciun element din formularea clauzei în litigiu, care interzice pur și simplu distribuitorilor autorizați să recurgă în mod vizibil la platformele unei părți terțe, nu arată că aceasta trebuie să fie calificată astfel.

143. După cum a menționat instanța de trimitere, nu este *a priori* posibil să se identifice un grup de clienți sau o anumită piață căreia i-ar corespunde utilizatorii platformelor terțe.

144. Or, în opinia noastră, o restrângere a clientelei sau a pieței poate fi identificată doar în cazul în care rezultă că distribuitorul autorizat este, ca urmare a interdicției în litigiu și în pofida menținerii posibilității de a avea acces la produsele sale prin intermediul propriei pagini de internet, expus unei pierderi a cotei de piață sau a clientelei.

145. În ceea ce privește, mai întâi, *conținutul* clauzei, aceasta impune ca activitatea de vânzare pe internet să fie efectuată prin intermediul unei vitrine electronice proprii magazinului comerciantului cu amănuntul sau pe un site terț, cu condiția ca acest lucru să nu fie vizibil. Prin urmare, această clauză nu exclude orice vânzare online, ci numai o modalitate printre altele de a ajunge la clientelă prin intermediul internetului. Conținutul clauzei nu produce ca atare un efect de împărțire a pieței.

<sup>41</sup> La fel ca abordarea reținută în cadrul aplicării normelor în materia liberei circulații a mărfurilor, nu este stabilit în special că măsurile în litigiu afectează mai grav comercializarea produselor care provin din alte state membre (a se vedea Hotărârea din 11 decembrie 2003, Deutscher Apothekerverband, C-322/01, EU:C:2003:664, punctul 74, precum și Hotărârea din 2 decembrie 2010, Ker-Optika, C-108/09, EU:C:2010:725, punctul 54 și jurisprudența citată).

146. Contrar clauzei care se punea în discuție în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 13 octombrie 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649), clauza în litigiu permite utilizarea internetului ca un canal de distribuție, în măsura în care comerciantul cu amănuntul își desfășoară activitatea de vânzare online prin intermediul unei „vitrine electronice” a magazinului autorizat sau într-un mod care să nu fie vizibil prin intermediul unui site terț și respectă anumite dispoziții în vederea protejării caracterului luxos al produselor.

147. Astfel cum a menționat instanța de trimitere, în fapt, această interdicție nu a împiedicat distribuitorii autorizați să colaboreze cu terți în scopuri publicitare pe internet. Întrucât această interdicție nu a împiedicat distribuitorii online respectivi să fie promovați pe internet, clienții potențiali ai acestora ar fi fost încă în măsură să aibă acces, prin intermediul internetului, la oferta comercianților cu amănuntul autorizați, utilizând de exemplu motoare de căutare.

148. În ceea ce privește, în continuare, *obiectivul* declarat al acestei clauze, ea constă în protejarea caracterului luxos al bunurilor contractuale, impunând ca activitatea de vânzare pe internet să fie efectuată prin intermediul unei „vitrine electronice” a magazinului comerciantului cu amănuntul. Și în această situație, interdicția impusă distribuitorilor autorizați de a recurge la platformele unei părți terțe în mod vizibil nu are *a priori* ca obiect împărțirea pieței prin limitarea teritoriului în care, ori a clienților cărora, distribuitorul sau distribuitorii autorizați le pot vinde.

149. În sfârșit, în ceea ce privește *contextul economic și juridic*, din informațiile prezentate Curții, și în special din rezultatele anchetei sectoriale privind comerțul electronic reiese că, spre deosebire de magazinele online proprii comercianților cu amănuntul autorizați, recurgerea la segmentele de piață sau la platformele unor părți terțe, deși foarte variabilă de la o țară la alta și de la un produs la altul, nu este neapărat un canal de distribuție important. Interdicția impusă comercianților cu amănuntul de a recurge la asemenea platforme nu poate fi asimilată cu interdicția totală de vânzare online în discuție în cauza *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique*.

150. Pe de altă parte, niciun element nu permite să se concluzioneze în speță că clauza în litigiu are ca efect împărțirea teritoriilor sau limitarea accesului la o anumită clientelă. În acest context, nu s-a stabilit în acest stadiu al „experienței dobândite” că utilizatorii platformelor unei părți terțe în discuție constituiau, în general și independent de specificitățile proprii unei anumite piețe, o clientelă delimitabilă, astfel încât se poate concluziona că clauza în litigiu conduce la o repartizare a clientelei în sensul articolului 4 litera (b) din Regulamentul nr. 330/2010.

151. Ținând seama de ansamblul acestor considerații, propunem să se răspundă la cea de a treia întrebare că interdicția impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet nu constituie o restrângere a clientelei comerciantului cu amănuntul în sensul articolului 4 litera (b) din Regulamentul nr. 330/2010.

*Cu privire la a patra întrebare: existența unei restrângeri a vânzărilor pasive către utilizatorii finali*

152. Prin intermediul celei de a patra întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă articolul 4 litera (c) din Regulamentul nr. 330/2010 trebuie interpretat în sensul că o interdicție impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet constituie o restrângere a vânzărilor pasive către utilizatorii finali.

153. În continuarea considerațiilor pe care le-am prezentat mai sus, pentru a stabili dacă clauza contractuală în litigiu poate fi analizată ca o clauză având ca obiect restrângerea vânzărilor pasive către utilizatorii finali, trebuie să se verifice dacă această clauză poate fi considerată, având în vedere conținutul său, obiectivul său și contextul economic și juridic din care face parte, ca fiind intrinsec de natură să aducă atingere efectuării vânzărilor pasive, respectiv vânzărilor care rezultă din cereri nesolicitate de la clienți individuali.

154. Considerăm că niciun element nu permite să se deducă din dosarul prezentat Curții că clauza respectivă trebuie să fie astfel analizată.

155. După cum am indicat anterior, clauza contractuală în litigiu nu interzice orice vânzare online, contrar celei vizate în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 13 octombrie 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09, EU:C:2011:649). Aceasta autorizează efectiv canalul de distribuție respectiv, în măsura în care distribuitorul vinde produsele în discuție prin intermediul unei vitrine electronice proprii întreprinderii autorizate sau procedează astfel într-un mod care nu este vizibil pe un site terț și respectă anumite dispoziții destinate să protejeze imaginea de marcă a producătorului.

156. În lumina acestor considerații, propunem să se răspundă la cea de a patra întrebare preliminară că interdicția impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet nu constituie o restrângere a vânzărilor pasive către utilizatorii finali în sensul articolului 4 litera (c) din Regulamentul nr. 330/2010.

### **Concluzie**

157. Având în vedere considerațiile de mai sus, propunem Curții să răspundă la întrebările preliminare adresate de Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunalul Regional Superior din Frankfurt am Main, Germania) după cum urmează:

- „1) Sistemele de distribuție selectivă referitoare la distribuirea produselor de lux și de prestigiu și privind în principal protejarea «imaginii de lux» a produselor respective constituie un element al concurenței conform articolului 101 alineatul (1) TFUE, în măsura în care revânzătorii sunt aleși pe baza unor criterii obiective de natură calitativă care sunt stabilite în mod uniform pentru toți și aplicate în mod nediscriminatoriu pentru toți revânzătorii potențiali, natura produsului în discuție, inclusiv imaginea de prestigiu, impune o distribuție selectivă pentru a menține calitatea și a asigura utilizarea corectă a acestuia și criteriile stabilite nu depășesc ceea ce este necesar.
- 2) Pentru a stabili dacă o clauză contractuală privind interdicția impusă distribuitorilor autorizați din cadrul unei rețele de distribuție de a recurge în mod vizibil la platformele unei părți terțe pentru vânzările online este sau nu este conformă cu articolul 101 alineatul (1) TFUE, revine instanței de trimitere sarcina de a examina dacă această clauză contractuală este condiționată de natura produsului, aceasta este stabilită în mod uniform și aplicată fără deosebire și nu depășește ceea ce este necesar.
- 3) Interdicția impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet nu constituie o restrângere a clientelei comerciantului cu amănuntul în sensul articolului 4 litera (b) din Regulamentul (UE) nr. 330/2010 al Comisiei din 20 aprilie 2010 privind aplicarea articolului 101 alineatul (3) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene categoriilor de acorduri verticale și practici concertate.

- 4) Interdicția impusă membrilor unui sistem de distribuție selectivă, care acționează în calitate de comercianți cu amănuntul pe piață, de a recurge în mod vizibil la întreprinderi terțe pentru vânzările pe internet nu constituie o restrângere a vânzărilor pasive către utilizatorii finali în sensul articolului 4 litera (c) din Regulamentul nr. 330/2010.”