

Focus Team Alta Gamma

Team leader: Francesco Anglani



Contatti:

Francesco Anglani
francesco.anglani@belex.com

Federica Puliti
federica.puliti@belex.com

COTY CASE: LE IMPRESE DEL LUSSO CHE ADOTTANO UN SISTEMA DI DISTRIBUZIONE SELETTIVA POSSONO VIETARE LE VENDITE SUI MARKETPLACES

Premessa

In data 6 dicembre 2017 è stata finalmente pubblicata la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione Europea (“**Corte UE**”) nel caso *Coty Germany*¹, con la quale la Corte UE ha chiarito che **il produttore che abbia adottato un sistema di distribuzione selettiva può legittimamente vietare ai distributori facenti parte del suo *network* di servirsi, in maniera riconoscibile, di imprese terze per le vendite *online*** (cosiddetti “*marketplaces*”).

La pronuncia in questione si inserisce nella controversia tra la società *Coty Germany* (“**Coty**”), che produce cosmetici di lusso in Germania e li commercializza attraverso una rete di distribuzione selettiva, e la società *Parfümerie Akzente* (“**Akzente**”), la quale distribuisce da molti anni, in qualità di rivenditore autorizzato, i prodotti della Coty sia in punti vendita fisici, sia *online*.

Il caso tedesco e la richiesta di rinvio pregiudiziale

In seguito all'entrata in vigore del Regolamento sulle restrizioni verticali (“**Regolamento**”)², la Coty modificava i contratti del proprio sistema di distribuzione selettiva, introducendo una clausola che vietava ai distributori autorizzati di avvalersi, in maniera riconoscibile, dei *marketplaces* per le vendite via Internet (“**Clausola Controversa**”). In conseguenza del rifiuto di Akzente di sottoscrivere le modifiche apportate al contratto dalla Clausola Controversa, la Coty chiedeva al giudice nazionale di vietare alla Akzente di distribuire i suoi prodotti per mezzo della piattaforma “*amazon.de*”.

Il giudice respingeva il ricorso ritenendo la Clausola Controversa contraria alla normativa *antitrust* dell'Unione Europea (“**normativa**”).

¹ Sentenza della Corte del 6 dicembre 2017, C-230/16, *Coty Germany*.

² Regolamento n. 330/2010 della Commissione del 20 aprile 2010 relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate.

antitrust)³. La Coty proponeva, dunque, appello dinnanzi al Tribunale superiore di Francoforte⁴, il quale sospendeva il procedimento e chiedeva in via pregiudiziale alla Corte UE di pronunciarsi sui seguenti quesiti: (i) se i sistemi di distribuzione selettiva per i beni di lusso siano compatibili con la normativa *antitrust* e, in caso positivo, se lo sia anche la Clausola Controversa; (ii) se la Clausola Controversa costituisca una restrizione fondamentale⁵ della concorrenza oppure se, a certe condizioni, possa essere esentata dall'applicazione del generale divieto previsto dal Regolamento.

La sentenza della Corte di Giustizia

La Corte UE si è pronunciata su tutti i quesiti sollevati dal Tribunale tedesco, dando una chiara interpretazione della **legittimità del divieto di utilizzo di *marketplaces* nell'ambito di un sistema di distribuzione selettiva per prodotti di lusso**, in quanto strumentale a preservare l'immagine di prestigio del marchio.

In primo luogo, la Corte UE ha confermato che i sistemi di distribuzione selettiva sono compatibili con la normativa *antitrust*, “a condizione che la scelta dei rivenditori avvenga secondo criteri oggettivi d'indole qualitativa, stabiliti indistintamente per tutti i rivenditori potenziali e applicati in modo non discriminatorio, che le caratteristiche del prodotto di cui trattasi richiedano, onde conservarne la qualità e garantirne l'uso corretto, una simile rete di distribuzione e, infine, che i criteri definiti non vadano oltre il limite del necessario”.

In secondo luogo, la Corte UE ha ritenuto che la Clausola Controversa è compatibile con la normativa *antitrust*, perché rispetta le tre condizioni sopraesposte. In particolare, la Clausola Controversa risulta: (i) appropriata, perché atta a garantire al produttore che, anche nell'ambito del commercio *online*, i suoi prodotti siano ricollegati unicamente ai distributori autorizzati, consentendo di salvaguardare l'immagine di lusso dei prodotti interessati; e (ii) proporzionale all'obiettivo perseguito, poiché il divieto non riguarda indiscriminatamente ogni vendita *online*, ma solo quelle condotte in maniera riconoscibile per mezzo di imprese terze.

³ In particolare all'articolo 101(1) del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (“TFUE”).

⁴ *Oberlandesgericht Frankfurt am Main*.

⁵ Ai sensi dell'articolo 4, lettera b) e c) del Regolamento n. 330/2010.

I distributori autorizzati rimangono infatti liberi di vendere *online* i prodotti sia mediante i propri siti *web*, sia tramite piattaforme terze non autorizzate se l'intervento di queste ultime non è riconoscibile dal consumatore.

Infine, la Corte UE ha chiarito che la Clausola Controversa non costituisce una restrizione fondamentale della concorrenza; pertanto, anche nell'ipotesi in cui la Clausola Controversa fosse considerata contraria alla normativa *antitrust*, essa potrebbe comunque beneficiare dell'esenzione prevista dal Regolamento⁶⁶ laddove le quote di mercato del produttore e del distributore siano inferiori al 30%.

Conclusioni

Questa sentenza, particolarmente attesa e preceduta da un ampio dibattito, si pone nel solco della giurisprudenza della Corte UE in materia di sistemi di distribuzione selettiva e ribadisce quanto stabilito dalla Commissione europea al paragrafo 54 degli Orientamenti sulle restrizioni verticali, secondo il quale “*qualora il sito internet del distributore sia ospitato da una piattaforma di terzi, il fornitore può richiedere che i clienti non entrino nel sito del distributore attraverso un sito recante il nome o il logo della piattaforma di terzi*”.

La sentenza, da un lato, conferma l'esigenza di riconoscere le prerogative di tutela connesse alla distribuzione dei beni di lusso, ribadendo la necessità di una piena *compliance antitrust* anche in questo settore e mettendo al contempo in luce i vantaggi insiti in un sistema di distribuzione selettiva; dall'altro, riafferma il ruolo sempre più cruciale che l'*e-commerce* sta acquisendo nel segmento *luxury* e, parallelamente, nell'*enforcement* della Commissione e delle autorità nazionali della concorrenza

⁶⁶ Cfr. Orientamenti della Commissione del 19 maggio 2010 sulle restrizioni verticali.