



## CONCORRÊNCIA & UE

### LUXO

#### PROCESSO C-230/16 COTY GERMANY: UMA DECISÃO REVOLUCIONÁRIA PARA A INDÚSTRIA DO LUXO

O caso Coty era o mais aguardado na indústria do luxo. O Tribunal de Justiça da União Europeia ("TJUE") considerou que uma proibição imposta pelos fabricantes aos distribuidores autorizados de recorrerem a plataformas de terceiros para a venda dos seus produtos de luxo é compatível com o direito Europeu da concorrência, desde que sejam cumpridas determinadas condições.

A *Coty Germany* é um dos principais fornecedores de cosméticos de luxo na Alemanha. Vende marcas de cosméticos de luxo através de uma rede de distribuição seletiva, com base num acordo de distribuição de estrutura geral uniformemente aplicado em toda a Europa. O acordo é complementado por outras cláusulas contratuais mais específicas, destinadas a organizar a referida rede.

Durante muitos anos, a *Parfümerie Akzente* distribuiu os produtos da *Coty Germany* nas suas lojas físicas e através da Internet na qualidade de revendedor autorizado. A venda através da Internet realiza-se parcialmente por intermédio da sua própria loja online e parcialmente por intermédio da plataforma «amazon.de».

A *Coty Germany* justifica o seu sistema de distribuição seletiva nestes termos: «a natureza das marcas da *Coty Prestige* exige

*uma distribuição seletiva que se destina a preservar a imagem de luxo associada a estas marcas».*

No que diz respeito ao comércio em lojas físicas, o contrato de distribuição seletiva prevê que cada ponto de venda do distribuidor deve ser autorizado pela *Coty Germany*, o que pressupõe a observância de um certo número de exigências de natureza qualitativa, em termos de ambiente, equipamentos e instalações.

Quanto à venda através da internet, o contrato estabelece que «o distribuidor não pode utilizar outro nome ou associar-se a uma empresa terceira sem que lhe tenha sido dada autorização».

Na sequência da entrada em vigor do Regulamento 330/2010, a *Coty* alterou os contratos de distribuição seletiva impondo novos termos e condições aos seus distribuidores. De acordo com estas novas regras, e para preservar a imagem de luxo dos seus bens, os distribuidores da *Coty* seriam proibidos de vender em mercados online, tais como "amazon.de".

As novas regras estabeleciam que «o distribuidor está autorizado a oferecer e a vender os produtos na Internet, desde que, no entanto, esta atividade de venda através da Internet seja realizada através de uma "montra eletrónica" da loja autorizada e que continue a garantir o carácter luxuoso dos produtos».

Visto que a *Parfümerie Akzente* recusou assinar as alterações introduzidas ao contrato de distribuição seletiva, a *Coty Germany* propôs uma ação junto do Tribunal alemão

competente, para que este proibisse a Akzente de distribuir os produtos Coty por intermédio da plataforma «amazon.de».

O Tribunal alemão julgou a ação improcedente, com o fundamento de que os termos e condições impostos pela Coty são contrários à Lei da concorrência Alemã e Europeia e por conseguinte inaplicáveis. A Coty interpôs recurso daquela decisão para o Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Tribunal Regional Superior de Frankfurt am Main), que decidiu suspender a instância e recorrer ao TJUE através de um reenvio prejudicial.

O Tribunal Alemão procura essencialmente saber se a proteção de uma "imagem de luxo" é um parâmetro da concorrência compatível com o artigo 101.º n.º 1 do TFUE; e, se uma proibição imposta aos membros de um sistema de distribuição seletiva de vender por meio de mercados online equivale a uma restrição da concorrência por objeto na aceção do artigo 101.º n.º 1 do TFUE – e, claro, uma restrição grave, na aceção do Regulamento de Isenção por Categoria Aplicável aos Acordos Verticais.

O TJUE decidiu que um sistema de distribuição seletiva concebido, principalmente, para preservar a imagem de luxo desses produtos, é compatível com o artigo 101.º n.º 1 do TFUE, desde que sejam cumpridos os seguintes critérios:

- os revendedores devem ser escolhidos com base em critérios objetivos de carácter qualitativo;
- estes critérios devem ser fixados uniformemente para todos os potenciais revendedores;
- os critérios devem ser aplicados de modo não discriminatório;
- as propriedades do produto em causa exigiam, para preservar a qualidade e assegurar a sua correta utilização, que exista uma rede de distribuição; e,
- os critérios estabelecidos não ultrapassem a medida do necessário.

Na sua análise, o TJUE fez referência explícita ao acórdão Pierre Fabre Dermo-Cosmetique (C-439/09), esclarecendo que aquela decisão «*deve ser lida e interpretada à luz do contexto*

*desse julgamento.*» Por outro lado, o TJUE distingue os dois acórdãos pelo facto de, ao contrário do que sucede no caso Coty, os produtos em causa no acórdão Pierre Fabre «*não eram produtos de luxo, mas produtos cosméticos e de higiene corporal.*»

O TJUE considerou que, para determinar a qualidade de luxo de um produto, não devem ser analisadas apenas as características materiais do produto, mas também o seu *estilo* e a sua *imagem de prestígio* que lhes conferem uma *aura de luxo*.

O TJUE considerou que a Coty não impôs uma proibição absoluta de vendas online. Os distribuidores são livres de vender os produtos contratuais nas suas lojas online, de anunciar através da Internet em plataformas de terceiros e de usar motores de busca, pelo que os consumidores conseguem encontrar online a oferta dos distribuidores autorizados através da utilização dos referidos motores de busca.

O TJUE considerou também que a restrição de vendas através de plataformas de terceiros não excede o necessário para alcançar o objetivo de preservar a imagem de luxo de um bem e, mesmo que restrinja um tipo específico de venda através da internet, a proibição não equivale a uma restrição de clientes, na aceção do artigo 4.º al. b) do Regulamento 330/2010, ou a uma restrição de vendas passivas dos distribuidores autorizados aos utilizadores finais, na aceção do artigo 4.º al. c), do mesmo regulamento.

O TJUE deixou claro que as restrições de vendas em plataformas online de terceiros impostas aos distribuidores de produtos de luxo são compatíveis com o direito Europeu da concorrência, desde que cumpram os critérios estabelecidos no acórdão.

Neste acórdão, o TJUE trouxe-nos clareza sobre a questão da venda de produtos de luxo através de plataformas online de terceiros. No entanto, o futuro continua a ser incerto no que respeita aos produtos não luxuosos e à forma como este acórdão virá a ser aplicado pelos tribunais nacionais e pelas autoridades da concorrência.

\*\*\*\*

Esta Newsletter não constitui aconselhamento jurídico e destina-se a ser distribuída entre Clientes e Colegas, não devendo a informação nela contida ser usada para qualquer outro fim ou reproduzida, no seu todo ou em parte, sem a expressa autorização da SRS. Caso deseje obter esclarecimentos adicionais sobre este assunto contacte-nos: [marketing@srslegal.pt](mailto:marketing@srslegal.pt)

