

La Corte di Giustizia sulla distribuzione selettiva: via libera al divieto di vendere tramite i marketplace on line (Caso Coty)

Commento a cura di Barbara Sartori, avvocato, counsel presso CBA Studio Legale e Tributario

I grandi brand dell'alta gamma tirano un sospiro di sollievo e vedono finalmente concretizzarsi le speranze alimentate lo scorso luglio dalle conclusioni dell'Avvocato Generale Wahl, nel noto caso Coty Germany contro Parfümerie Akzente (Causa C 230/16).

Lo scorso 6 dicembre, la Corte di Giustizia dell'Unione Europea ha emesso la propria sentenza e, inserendosi nel solco tracciato dall'Avvocato Generale, ha affermato la liceità della clausola contrattuale mediante la quale il produttore di beni di marca vieta ai distributori autorizzati del proprio sistema di distribuzione selettiva, di vendere i prodotti contrattuali tramite marketplace online-ossia piattaforme e-commerce di soggetti terzi identificabili, quali Amazon, E-bay, Zalando, ecc.- consentendo viceversa che i medesimi prodotti vengano offerti in vendita tramite "siti vetrina" dei negozi autorizzati, oppure tramite piattaforme terze, ma senza che l'intervento di queste ultime risulti riconoscibile dal consumatore.

La pronuncia trae origine da un rinvio pregiudiziale operato nel 2016 dal Tribunale superiore del Land di Francoforte sul Meno (Germania), nell'ambito di un giudizio di appello pendente davanti a sé, tra Coty Germany, società leader nella produzione di prodotti cosmetici di lusso in Germania, e Parfümerie Akzente, distributore autorizzato della prima. Nella causa di merito, Coty aveva chiesto la condanna di Parfümerie Akzente per essersi servita della piattaforma «amazon.de» per distribuire i propri prodotti a mezzo internet, nonostante l'espreso divieto in tal senso contenuto nel contratto sottoscritto tra le parti. Il rivenditore, di contro, aveva opposto la nullità della predetta clausola in quanto integrante, tra l'altro, una restrizione fondamentale ai sensi dell'articolo 4 del Regolamento 330/2010.

Il Tribunale Superiore, anche in considerazione delle divergenti interpretazioni della sentenza Pierre Fabre da parte dei giudici e delle autorità di concorrenza degli Stati Membri, aveva sottoposto alla Corte di Giustizia alcune questioni pregiudiziali volte ad accertare se i sistemi di distribuzione selettiva finalizzati principalmente a garantire un'"immagine di lusso" dei prodotti potessero ritenersi compatibili con l'art. 101, par. 1, TFUE e se fosse compatibile con detta norma il divieto generale imposto ai membri di un sistema di distribuzione selettiva di servirsi, in maniera riconoscibile, per le vendite a mezzo internet, di piattaforme di e-commerce di imprese terze.

Quanto alla prima questione, la Corte di Giustizia ha confermato il proprio costante orientamento secondo il quale un sistema di distribuzione selettiva di prodotti di lusso che sia finalizzato principalmente a salvaguardare l'immagine di lusso di tali prodotti non viola il divieto di intese previsto dal diritto dell'Unione, a condizione che la selezione dei rivenditori avvenga secondo criteri oggettivi di natura qualitativa, stabiliti indistintamente ed applicati in modo non discriminatorio per tutti i potenziali rivenditori, con ciò riconoscendo che la qualità dei prodotti di alta gamma non

risiede unicamente nelle caratteristiche materiali del prodotto, ma anche nell'insieme di valori quali lo stile, l'esclusività e il prestigio, che tali prodotti veicolano e che costituiscono fattore condizionante della scelta dei consumatori rispetto ai prodotti dei concorrenti.

Con specifico riferimento alla clausola contrattuale che vieta al distributore autorizzato nell'ambito di una distribuzione selettiva di vendere i prodotti contrattuali mediante marketplace di terzi riconoscibili dal consumatore, la Corte di Giustizia osserva che, diversamente da quanto accadeva nel caso Pierre Fabre, che riguardava un divieto assoluto per i distributori autorizzati di vendere online, nel caso in esame Coty ha solamente imposto ai propri rivenditori autorizzati di non commercializzare i prodotti contrattuali tramite piattaforme di terzi, anche in ragione del fatto che tali parti terze, non essendo contrattualmente legate al produttore, non sarebbero tenute a soddisfare i requisiti qualitativi che il fornitore impone ai propri distributori autorizzati allo scopo di garantire il rispetto degli elevati standard di qualità e di immagine del proprio brand ed al contempo assolvere l'esigenza che anche nel mondo on-line, così come in quello off-line, i prodotti contrattuali siano ricollegati unicamente ai distributori autorizzati.

La recente sentenza della Corte di Giustizia pone un ulteriore ed importante tassello nella disciplina della distribuzione selettiva, che negli ultimi anni si è imposta quale modello contrattuale maggiormente rispondente all'esigenza dei brand di alta gamma di offrire i propri prodotti anche online, mantenendo al contempo quell'essenziale connotato di prestigio ed unicità che, ça va sans dire, a fianco a spazzolini elettrici, frullatori e decorazioni natalizie, verrebbe inevitabilmente offuscato.