

## LEGAL UPDATE

### Verbod op verkoop via internetplatforms toegestaan

Datum: 12 december 2017

6 december 2017. Terwijl Nederland bijkomt van Pakjesavond is de mededingingsrechtwereld klaarwakker. Twitter ontploft en de een na de andere blog wordt gepubliceerd op LinkedIn. Niet zo gek, want het Europese Hof van Justitie wees op 6 december het langverwachte [arrest](#) in de Coty zaak.

Centraal in dit geschil stond de verkoop van luxe cosmeticaproducten van Coty, bekend van onder andere Calvin Klein en Chloe, door een van haar erkende distributeurs via de website Amazon.de. De distributieovereenkomst van Coty verbood echter uitdrukkelijk om de producten online te verkopen via voor de consument kenbare platforms van derden (bijv. Amazon of Ebay). De Duitse rechter legde het verbod voor aan de Europese rechter.

Het Hof verwijst in haar arrest naar vaste rechtspraak waarin is bepaald dat selectieve distributiestelsels die primair tot doel hebben het luxe imago van de producten in stand te houden in overeenstemming zijn met artikel 101 VWEU (het kartelverbod), mits aan bepaalde voorwaarden wordt voldaan. Deze voorwaarden houden kort gezegd in dat de wederverkopers worden gekozen op grond van objectieve, uniforme criteria die voor alle wederverkopers zonder discriminatie worden toegepast. Daarnaast moeten de selectiecriteria evenredig (geschikt om het selectieve distributiestelsel in stand te houden) en proportioneel (niet verdergaand dan voor het bereiken van dat doel noodzakelijk is) zijn. Het Hof bevestigt uitdrukkelijk dat het in stand houden van een luxe-imago van merkproducten de organisatie van een selectief distributiestelsel voor die producten rechtvaardigt.

Tot zover lijkt het arrest niet nieuw. Waarom dan toch *trending*? Het hof oordeelt in heldere bewoordingen dat leveranciers van luxeproducten erkende wederverkopers mogen verbieden om producten te verkopen via voor de consument kenbare internetplatforms van derden. Het Hof oordeelt dat een dergelijk beding is toegestaan wanneer het ertoe strekt het luxe-imago van de betreffende producten in stand te houden en aan de hierboven genoemde voorwaarden voldoet.

Hoewel het aan de Duitse rechter is om deze voorwaarden in de Coty zaak te verifiëren, heeft het Hof in dit arrest reeds aangegeven dat het opgelegde verbod een geschikte manier is om het luxe-imago van de producten te behouden en dat het niet verder gaat dan nodig om dat imago in stand te houden. Dit oordeel berust onder meer op de overwegingen dat het verbod waarborgt dat uitsluitend erkende distributeurs Coty producten kunnen verkopen en er geen sprake is van een totaalverbod op de verkoop via internet. De heldere taal van de Europese rechter zal een opluchting zijn voor leveranciers van luxeproducten.

Dit is een Legal Update van de praktijkgroep Competition & EU.

Voor meer informatie:

Marcel Ruygvoorn

+31 30 25 95 646

[marcelruygvoorn@vbk.nl](mailto:marcelruygvoorn@vbk.nl)