



TRIBUNAL DE
L'UNION EUROPÉENNE

***Case law* Súdneho dvora EÚ a Všeobecného súdu EÚ (ochranné známky a elektronické komunikácie)**

Výzvy duševného vlastníctva pre technológie a elektronické komunikácie

Andrej Stec, Všeobecný súd Európskej únie

Úvod



- **Web stránka ako dôkaz –
teritoriálny aspekt/technický
aspekt**
- **Doménové meno a skutočné
používanie ochrannej známky**
- **Distribúcia luxusných výrobkov
na internete**

Web stránka ako dôkaz

Rozsudok Všeobecného súdu zo 7.12.2017, T-61/16, **The Coca-Cola Company proti Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (ďalej len : „EUIPO“) - Mitico**

- **10. mája 2010** bola podaná na EUIPO **prihláška** ochrannej známky na zápis obrazového označenia:
- Firmou **Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd („Mitico“)**
- Následne podala **Coca-Cola** námietku
- **Námietka** sa v prvom rade zakladala na štyroch skorších obrazových ochranných známkach Európskej únie zobrazených nižšie:

ماسنة
Master



The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

- Námiетка sa zakladala na dôvodoch uvedených v článku **8 ods. 1 písm. b)** nariadenia č. 207/2009 (**pravdepodobnosť zámeny**) a
- v jeho **článku 8 ods. 5** (v tomto prípade tzv. „**parazitovanie**“ na dobrom mene)
- **Coca-Cola** predložila v priebehu námietkového konania **dôkazy**, ktoré sa podľa jej názoru týkali **obchodného používania ochrannej známky, o ktorej zápis sa žiada**, firmou **Mitico**. Tieto dôkazy zahŕňali „**snímky obrazovky**“ z internetovej stránky firmy Mitico „**www.mastercola.com**“:



The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

Odvolací senát EUIPO (1. konanie)

- **Pokiaľ ide článok 8 ods. 1 písm. b) nariadenia č. 207/2009, odvolací senát EUIPO uviedol, že *kolidujúce označenia vôbec neboli podobné a teda neexistuje pravdepodobnosť zámeny.***
- Rozhodujúca bola teda otázka aplikácie článku 8, ods. 5, nariadenia č. 207/2009 (tzv. „parazitovanie“ na dobrom mene).
- **Odvolací senát EUIPO konštatoval, že prvá podmienka uplatnenia tohto článku, a to **existencia spojitosti** medzi prihlasovanou ochrannou známkou a skoršou ochrannou známkou, nebola splnená, keďže označenia neboli podobné.**
- *Navyše odmietol dôkazy predložené žalobkyňou z dôvodu, že v kontexte uvedeného článku sa môže zohľadniť len používanie tej ochrannej známky, ktorej zápis požaduje vedľajší účastník konania.*



The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

Pozícia Všeobecného súdu EÚ (1. konanie) - čl. 8 (5)

- Všeobecný súd **zrušil prvé rozhodnutie EUIPO**.
- Na úvod pripomenul, že existencia podobnosti medzi kolidujúcimi označeniami je podmienkou uplatnenia článku 8 ods. 5 nariadenia.
- Uviedol, že **kolidujúce označenia obsahujú aj prvky vizuálnej podobnosti** spočívajúce nielen vo „*vlnovke*“ predlžujúcej ich jednotlivé počiatočné písmená „c“ a „m“ do zakrivenia v tvare podpisu, ale aj *v použití písma „spencer“, ktoré nie je v súčasnosti bežné v obchodnom styku*
- Všeobecný súd dospel k záveru, že *hoci majú kolidujúce označenia nízky stupeň podobnosti*, je dostatočný na to, aby príslušná skupina verejnosti zblížila prihlasovanú ochrannú známku a štyri skoršie ochranné známky Coca-Cola.

The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

Všeobecný súd EÚ – relevantný dôkaz

- V dôsledku toho Všeobecný súd vyzval odvolací senát, aby preskúmal ostatné podmienky uplatnenia tohto článku, *najmä existenciu nebezpečenstva, že používanie prihlasovanej ochrannej známky bez náležitého dôvodu by neprávom využívalo alebo poškodzovalo rozlišovaciu spôsobilosť a dobré meno skorších ochranných známk Coca-Cola*
- Konštatoval, že *judikatúra nijako neobmedzuje relevantné dôkazy, ktoré sa majú zohľadniť na účely preukázania nebezpečenstva parazitovania, len na prihlasovanú ochrannú známku, (...) ale umožňuje tiež zohľadniť všetky dôkazy určené na uskutočnenie analýzy pravdepodobnosti, pokiaľ ide o zámery majiteľa prihlasovanej ochrannej známky, a tým viac zohľadniť dôkazy týkajúce sa skutočného obchodného používania ochrannej známky.*

The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

Odvolací senát EUIPO (2. konanie)

- **Odvolací senát** po pripomenutí, že je nesporné, že skoršie ochranné známky majú dobré meno pre „nealkoholické nápoje“, uviedol, že *jedinou podmienkou, ktorá sa mala preskúmať, bolo nebezpečenstvo, že používanie prihlasovanej ochrannej známky neoprávnene využíva toto dobré meno.*
- Konštatoval, že **dôkazy nepostačujú** na preukázanie existencie nebezpečenstva parazitovania
- **Po prvé** konštatoval, že nepreukazujú, že vedľajší účastník konania v Európskej únii používal znázornenie zobrazené na internetovej stránke „www.mastercola.com“, vzhľadom na skutočnosť, že obsah tejto internetovej stránky je aj napriek existencii časti stránky v angličtine koncipovaný v podstate **v arabčine**, ako aj to, že **neexistuje akýkoľvek údaj o možnosti objednávky cez internet a zaslania ponúkaných výrobkov do Únie.**

The Coca-Cola Company/EUIPO – Mitico

Odvolací senát EUIPO (2. konanie)

- **Po druhé** konštatoval, že samotná skutočnosť, že bol podaný návrh na zápis ochrannej známky Európskej únie, ktorej zobrazenie sa líšilo od zobrazenia na internetovej stránke vedľajšieho účastníka konania, neznamená, že tento vedľajší účastník konania zamýšľal propagovať svoje výrobky v Únii rovnakým spôsobom, ako v Sýrii a na Strednom východe. Odvolací senát tiež uviedol, že nemá údaj, kto je majiteľom práv v týchto krajinách a že žalobkyňa (Coca-Cola) neuplatnila zásah do svojich práv v tomto regióne.
- Odvolací senát **po tretie** konštatoval, že žalobkyňa neuviedla konkrétne, čo mohlo byť prenesené zo štyroch skorších ochranných známok Coca-Cola na predmetnú prihlášku v Únii alebo mimo Únie (v podstate ide o otázku, v čom konkrétne spočívalo „dobré meno“).

Všeobecný súd EÚ (2. konanie) – **dominantný element v kombinovanej ochrannnej známke**

Všeobecný súd konštatoval, že:

- Výraz „**master**“ je **rozlišujúcim** a **dominantným** prvkom ochrannej známky **Master Cola** používanej na internetovej stránke vedľajšieho účastníka konania „**www.mastercola.com**“ najmä pre nápoje.
- V rámci kombinovanej ochrannej známky **Master Cola** je prvok „**master**“ *naďalej vnímaný ako označenie pôvodu výrobkov vedľajšieho účastníka konania*.
- Používanie tohto výrazu ako **súčasti kombinovanej ochrannej známky** **Master Cola** je teda predmetným dôkazom.

Všeobecný súd EÚ (2. konanie) – **Teritorialita**

- Zásada teritoriality v práve ochranných známok *nijako nevylučuje zohľadnenie používania prihlasovanej ochrannej známky mimo Európskej únie na podloženie logickej dedukcie o pravdepodobnom obchodnom používaní prihlasovanej ochrannej známky v Únii*, na účely preukázania nebezpečenstva, že sa bude v Únii neoprávnene využívať dobré meno skoršej ochrannej známky
- *Nebráni zohľadneniu dôkazov týkajúcich sa skutočného obchodného používania prihlasovanej obchodnej známky **Master** (v spojení s výrazom „cola“) v **Sýrii** a **na Strednom východe**, ako napr. výňatkov z internetovej stránky „**www.mastercola.com**“*

Všeobecný súd EÚ (2. konanie) – **Teritorialita**

- Treba síce poznamenať, že internetová stránka „**www.mastercola.com**“ v súčasnom znení, **nie je určená hlavne spotrebiteľom Únie**, a to vzhľadom na neexistenciu odkazu na Úniu na tejto stránke, ako aj na jej koncipovanie prevažne v arabčine. *Je to tak aj napriek jej prvkú „.com“ zdôrazneného žalobkyňou, ako aj anglickej internetovej stránke <http://www.mastercola.com/companyprofile-en.htm>.*
- **Táto poznámka však nezbavuje túto internetovú stránku relevantnosti** - môže podložiť **logickú dedukciu** o pravdepodobnom obchodnom používaní prihlasovanej ochrannéj známky v Únii na účely preukázania nebezpečenstva, že sa bude v Únii neoprávnene získať prospech

Všeobecný súd EÚ (2. konanie) – „logická dedukcia“ – ohľadom trhu EÚ

- Z prihlášky ochrannnej známky Európskej únie možno **logicky odvodiť**, že jej majiteľ *má v úmysle uvádzať svoje výrobky na trh v Európskej únii alebo tam poskytovať svoje služby*
- Je **logicky predvídateľné**, že pokiaľ vedľajší účastník konania dosiahne zápis prihlasovanej ochrannnej známky, *zmení svoju internetovú stránku v tomto zmysle*
- ***Vedľajší účastník konania neuviedol, akým spôsobom chce propagovať svoje výrobky v Únii a nepredložil žiadny dôkaz***
- Výňatky z internetovej stránky „**www.mastercola.com**“, ktoré predložila žalobkyňa (Coca-Cola) a ktoré sa týkajú skutočného **používania** ochrannnej známky prihlasovanej vedľajším účastníkom konania **mimo Únie**, *môžu prima facie viesť k záveru o existencii budúceho nehypotetického nebezpečenstva neoprávneného prospechu v Únii*

Všeobecný súd EÚ (2. konanie) – „dôkazné bremeno“

- Vzhľadom na to, že žalobkyňa preukázala skutočné používanie prihlasovanej ochrannej známky vedľajším účastníkom konania mimo Únie predložením výňatkov z internetovej stránky „www.mastercola.com“, (...) *z hľadiska dôkazného bremena by bolo pre vedľajšieho účastníka konania jednoduchšie preukázať odlišnosť jeho obchodných zámerov v Únii, než pre žalobkyňu preukázať podobnosť pravdepodobných obchodných zámerov vedľajšieho účastníka konania v Únii na základe jeho skutočných obchodných praktík mimo Únie.*
- Vedľajší účastník konania však taký dôkaz nepredložil.

Irelevantné skutočnosti: (i) iná podoba používanej známky, (ii) neexistencia údajov o počte užívateľov

- Uvedená **logická dedukcia** - nebezpečenstvo, že sa predmetná ochranná známka použije rovnakým spôsobom v Únii - platí napriek skutočnosti, že používanie sa týkalo podoby, ktorej prvky nie sú súčasťou prihlasovanej ochrannej známky, vzhľadom na možnosť **asociácie medzi prihlasovanou ochrannou známkou a ochrannou známkou žalobkyne** parazitujúcim spôsobom
- **Absencia údajov o počte spotrebiteľov Únie, ktorí navštívili internetovú stránku „www.mastercola.com“, je irelevantná:**
- Článok 8 ods. 5 nariadenia č. 207/2009 **vyžaduje perspektívnu analýzu** budúceho a nehypotetického nebezpečenstva parazitovania v Únii na základe v súčasnosti dostupných poznatkov, ale **nie preukázanie existujúceho parazitovania v Únii.**

Web stránka ako dôkaz – technický aspekt

Vid', napr., rozsudok z 25. apríla 2018, vec T-756/16, **Euro Castor Green/EUIPO – Netlon France**

- Jedná sa o otázku **preukazovania prípadnej existencie staršieho dizajnu** - dizajn, o výmaz ktorého bolo žiadané, sa týkal istého záhradného umelého plotu
- Medzi mnohými dôkazmi možno spomenúť aj internetové stránky záhradkárskych časopisov v Španielsku, pri ktorých sa kládla otázka, či sa jedná o dostatočne dôveryhodné dôkazy, najmä, či neexistovala možnosť spätne ich pozmeniť alebo zmeniť dátum ich publikácie (prísnosť/konvergencia)
- **Vzájomný vzťah dôkazov bol v tejto veci veľmi významný** (globálna analýza, včítane faktúr, zmlúv o predaji a ponukových listov či cenníkov)
- **Nebol preukázaný vzťah medzi výrobcou dizajnového produktu a administrátorom internetovej stránky**

Doménové meno a skutočné používanie ochrannej známky

Rozsudok Všeobecného súdu zo 14.12.2017, T-304/16,
bet365 Group Limited proti EUIPO - **Robert Hansen**

- Slovná ochranná známka Európskej únie **BET 365** bola *zapísaná vd'aka tomu, že nadobudla rozlišovaciu spôsobilosť používaním* (v zmysle ustanovenia článku 7 ods. 3 nariadenia o ochrannej známke EÚ)
- Vedľajší účastník konania, pán Robert Hansen podal prihlášku na zápis slovnej ochrannej známky b365, voči ktorej bola úspešne vznesená námietka žalobkyne
- Následne podal návrh na zrušenie ochrannej známky BET 365 s tvrdením, že je opisná pre výrobky a služby, na ktoré sa vzt'ahuje, a že nemá rozlišovaciu spôsobilosť.

Bet 365 – relevantnosť dôkazov

- P. Hansen napadol relevantnosť dôkazov, ktoré žalobkyňa predložila, aby preukázala, že sporná ochranná známka nadobudla používaním rozlišovaciu spôsobilosť
- Uviedol najmä, že žalobkyňa vykonáva svoju činnosť najmä v Írsku a Spojenom kráľovstve a
- že prvok „bet365“ používala len ako názov spoločnosti a domény na internete s cieľom nasmerovať klientelu na jej internetovú stránku, ale nie s cieľom identifikovať služby ako také ponúkané tejto klientele (okrem jedinej výnimky týkajúcej sa hry „bet365 bingo“)

Bet 365 – Odvolací senát EUIPO

- Odvolací senát EUIPO potvrdil opisný charakter a nedostatok rozlišovacej spôsobilosti spornej ochrannej známky pre anglicky hovoriacu časť príslušnej skupiny verejnosti
- Poprel, že táto ochranná známka nadobudla rozlišovaciu spôsobilosť používaním na podstatnej časti príslušného územia, na ktorom nemala vnútornú rozlišovaciu spôsobilosť: podľa neho v **Dánsku, Írsku, Holandsku, vo Fínsku, Švédsku** a v **Spojenom kráľovstve**
- Uviedol, že obchodný úspech žalobkyne (s viac ako 21 miliónmi zákazníkov v 200 krajinách a s pozoruhodným trhovým podielom jej internetovej stránky venujúcej sa stávkam) nepreukazoval nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti spornej ochrannej známky používaním

Bet 365 – Odvolací senát EUIPO

- Uviedol, že **dôkazy** predložené žalobkyňou sa týkajú používania prvku „**bet365**“ na označenie žalobkyne alebo na označenie jej internetovej stránky, ale **nie jeho používania ako ochrannej známky na účely identifikácie zapísaných výrobkov a služieb**
- **Zdôraznil**, že obraty, investície určené na reklamu a ostatné dôkazy predložené žalobkyňou sa nevzťahujú na všetky výrobky a služby, pre ktoré bola sporná ochranná známka prihlasovaná, a že z toho dôvodu nie je možné zistiť, ako túto ochrannú známku vníma spotrebiteľ v prípade týchto jednotlivých výrobkov a služieb.
- **Predložené dôkazy sa vzťahujú len na služby v oblasti stávok a hazardných hier ako také, patriace do triedy 41**
- **Množstvo vyhľadávaní určitého výrazu na internete** nemôže postačovať na preukázanie toho, že tento výraz nadobudol rozlišovaciu spôsobilosť

Bet 365 – Všeobecný súd EÚ

- **Všeobecný Súd EÚ čiastočne zrušil rozhodnutie EUIPO, a síce v tej miere, ako sa týkalo služieb v oblasti stávok a hazardných hier patriacich do triedy 41**
- **Spresnil príslušné teritórium - zohľadňujúc aj pristúpenie Cyperskej republiky a Maltskej republiky k EÚ**
- **Nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky používaním neznamená, že táto ochranná známka sa musela používať samostatne, ale mohlo tiež vyplývať z jej používania ako časti inej zapísanej ochrannej známky alebo z jej používania spolu s inou zapísanou ochrannou známkou, pokiaľ by v týchto dvoch prípadoch uskutočnené používanie viedlo príslušnú skupinu verejnosti k tomu, že bude výrobky alebo služby, ktoré označuje len skúmaná ochranná známka, vnímať ako výrobky alebo služby pochádzajúceho z konkrétného podniku (...)**

Bet 365 – Všeobecný súd EÚ

- Niektoré dôkazy obsahujú slovný prvok „**bet365**“, ktorý tvorí spornú ochrannú známku, používaný buď samostatne v odlišnom type písma a odlišných farbách, alebo ako súčasť výrazov alebo zobrazení, ako sú „**bet365 bingo**“ a „**bet365.com**“, a tiež „**www.bet365.com**“
- Odvolací senát sa dopustil **nesprávneho právneho posúdenia**, keď **nepripustil**, že by používanie spornej ochrannej známky ako názvu domény internetovej stránky mohlo predstavovať používanie „ako ochrannej známky“ (t.j., plniac jej funkcie)
- Všetko totiž závisí od dokumentov predložených v tejto súvislosti na posúdenie vnímania príslušnou skupinou verejnosti (keď vidí alebo používa prvky „bet365“ alebo „bet365.com“ v rámci internetu)
- Po prvé je nutné prihliadať na skutočnosť, že **len žalobkyňa** používa prvok „**bet365**“ na účely hazardných hier a stávok
- Po druhé, tento prvok sa nachádza **vo všetkých ochranných známkach**, ktoré používa na všeobecnú identifikáciu svojich služieb

Bet 365 – Stotožnenie s ochrannou známkou

- **Po tretie** jej internetová stránka je hlavným kanálom predaja hazardných hier a stávok
- **Po štvrté** v tomto sektore má väčšina ochranných známk používaných prevádzkovateľmi na internete, tak ako sporná ochranná známka, vnútorný opisný charakter
- **Po piate** je všeobecne známe, že stávkujúce osoby a hráči sú vo väčšine prípadov stáli zákazníci.
- **Je preto odôvodnené konštatovať**, že okrem niektorých hráčov alebo stávkujúcich osôb –začiatočníkov, ktorí skúšajú svoje prvé skúsenosti, **zákazník, ktorý sa pripojí na internetovú stránku žalobkyne na adrese „www.bet365.com“, to neurobí náhodne a používa spornú ochrannú známku alebo jej odvodené ochranné známky ako údaj o službách ponúkaných žalobkyňou, na rozdiel od služieb, ktoré ponúkajú jej konkurenti, z toho istého dôvodu ako zákazník, ktorý vojde do obchodu s označením zodpovedajúcim ochrannej známke výrobkov alebo služieb, ktoré tam hľadá alebo ktoré sa v ňom predávajú.**



Bet 365 – Význam údajov o pripojení na stránku a pod.

Informácie, ako sú

- **množstvo pripojení** na internetovú stránku žalobkyne,
- **umiestnenie** tejto internetovej stránky podľa návštevnosti v rôznych krajinách alebo
- **výpočet, koľkokrát bola** sporná ochranná známka alebo od nej odvodené ochranné známky **predmetom vyhľadávania** vo vyhľadávačoch na internete,

predstavujú údaje, ktoré svojou povahou prispievajú k preukázaniu nadobudnutia rozlišovacej spôsobilosti spornej ochrannej známky používaním.

- Môžu o tom svedčiť aj **výňatky z internetových stránok** žalobkyne alebo **iných internetových stránok v rôznych jazykoch (...)**

Bet 365 - Záver

- Nesprávne právne posúdenie, ktorého sa dopustil **Odvolací senát EUIPO** v súvislosti s používaním spornej ochrannéj známky ako názvu domény internetovej stránky, ho viedlo k tomu, že nezohľadnil dôkazy týkajúce sa používania internetovej stránky žalobkyne alebo vyplývajúce z tejto stránky.
- Žalobkyňa si tiež vybrala prvok „bet365“, ktorý zodpovedá spornej ochrannéj známke, **za názov obch. spoločnosti – túto skutočnosť bolo potrebné vziať do úvahy, pokiaľ bol tento názov použitý v reklame v priamom alebo nepriamom vzťahu k službám, o ktoré sa jedná (napr. v športovej tlači)**

Distribúcia luxusných výrobkov na internete: čl. 101 ods. 1 ZFEÚ

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- **Coty Germany** predáva luxusné kozmetické výrobky v Nemecku prostredníctvom selektívnej distribučnej siete
- **Parfümerie Akzente** ako autorizovaný distribútor distribuuje výrobky spoločnosti Coty Germany, a to tak v “*kamenných obchodoch*“, ako aj na *internet*e.
- Internetový predaj uskutočňuje prostredníctvom ***vlastného internetového obchodu*** a ***prostredníctvom platformy „amazon.de“***.
- **Coty Germany** vo svojej zmluve o selektívnej distribúcii odôvodňuje svoj systém selektívnej distribúcie takto: ***„povaha značiek Coty Prestige vyžaduje selektívnu distribúciu, ktorej cieľom je zachovať luxusný dojem spojený s týmito značkami“***.

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- Každé predajné miesto distribútora musí byť schválené spoločnosťou **Coty Germany**.
- „**Vybavenie a usporiadanie predajného miesta**, ponuka výrobkov, reklama a prezentácia výrobkov na predaj **musia zhodnocovať a upevňovať luxusný charakter značiek Coty Prestige**. Pri posudzovaní tohto kritéria sa zohľadňujú najmä fasády, vybavenie interiéru (...), a napokon celkový dojem poriadku a čistoty“.
- „**Označenie predajne**, či už názvom spoločnosti alebo dodatkami či firemnými sloganmi, **nemôže vzbudzovať dojem obmedzeného sortimentu, nižšej kvality vybavenia alebo nedostatočného poradenstva** a v každom prípade musí byť umiestnené tak, aby výzdoba a vitríny distribútora neboli zakryté“

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- Zmluvný rámec obsahuje dodatok týkajúci sa predaja cez internet, ktorý stanovuje, že „*distribútor nie je oprávnený používať iný názov alebo využiť tretiu spoločnosť, ktorá nebola autorizovaná*“.
- V nadväznosti na nadobudnutie účinnosti nariadenia č. 330/2010 Coty Germany stanovila, že „*distribútor je oprávnený ponúkať a predávať výrobky na internete, avšak len pod podmienkou, že sa tento internetový predaj uskutočňuje prostredníctvom ,elektronického výkladu‘ autorizovanej predajne s tým, že sa zachová luxusná povaha výrobkov*“.
- Výslovne zakazuje používanie iného obchodného názvu, ako aj navonok viditeľné zapojenie tretej spoločnosti, ktorá nie je autorizovaným distribútorom značiek Coty Prestige.

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- **Parfümerie Akzente** odmietla podpísať zmeny zapracované do zmluvy o selektívnej distribúcii, čo viedlo k súdnemu sporu.
- *Vyšší krajský súd Frankfurt nad Mohanom* sa obrátil na *Súdny dvor EÚ*.
- **Prvou otázkou** sa vnútroštátny súd v podstate pýtal, či sa má článok 101 ods. 1 ZFEÚ vykladať v tom zmysle, že systém selektívnej distribúcie luxusných výrobkov, ktorého účelom je predovšetkým zachovať luxusný dojem týchto výrobkov, môže byť v súlade s týmto ustanovením.
- Podľa článku 101 ods. 1 ZFEÚ sú *nezlučiteľné s vnútorným trhom, a teda zakázané*, všetky dohody medzi podnikmi, rozhodnutia združení podnikov a zosúladené postupy, ktoré *môžu ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi a ktoré majú za cieľ alebo následok vylučovanie, obmedzovanie alebo skresľovanie hospodárskej súťaže v rámci vnútorného trhu.*

System selektívnej distribúcie – vo všeobecnosti

- Súdny dvor už poukázal na to, že nevyhnutne ovplyvňujú hospodársku súťaž
- Súdny dvor však **tiež rozhodol, že organizácia selektívnej distribučnej siete nespadá do pôsobnosti zákazu podľa článku 101 ods. 1 ZFEÚ, ak**
 - sa výber predávajúcich uskutočňuje podľa objektívnych kritérií, ktoré
 - majú kvalitatívnu povahu,
 - sú stanovené jednotným spôsobom vo vzťahu ku všetkým potenciálnym predávajúcim a
 - uplatňujú sa nediskriminačne,
 - ak si ***vlastnosti výrobku v záujme zachovania jeho kvality a zabezpečenia jeho správneho používania vyžadujú existenciu takejto distribučnej siete*** a
 - napokon, ak definované kritériá neprekračujú rámec toho, čo je nevyhnutné.

System selektívnej distribúcie – luxusné výrobky

- Súdny dvor už konštatoval, že kvalita luxusných výrobkov vyplýva nielen z ich materiálových vlastností, ale aj z výzoru a prestížneho obrazu, ktoré vytvárajú dojem luxusu, že
- *tento dojem predstavuje základný prvok uvedených výrobkov, aby ich spotrebitelia odlišili od iných podobných výrobkov, a že*
- zásah do uvedeného dojmu luxusu môže ovplyvniť samotnú kvalitu týchto výrobkov (rozsudok Copad, C-59/08)
- **v prípade luxusných výrobkov možno vzhľadom na ich vlastnosti a povahu vyžadovať zavedenie systému selektívnej distribúcie na účely zachovania ich kvality a zabezpečenia ich správneho používania**



Porovnanie: iné ako luxusné výrobky/úplný zákaz internetového predaja

- Rozdiel oproti rozsudku *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* spočíval v tom, že tam sa jednalo:
- o absolútny zákaz internetového predaja zmluvných výrobkov, *pričom*
- nešlo o luxusné výrobky, *ale o kozmetické výrobky a výrobky osobnej hygieny.*
- ...ešte na porovnanie, ohľadom luxusných produktov v kontexte ochranných známok, viď. napr. rozsudok **Longines** (T-505/12, z 12. februára 2015)

Zákaz využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán

- *Svojou druhou otázkou sa vnútroštátny súd v podstate pýta, či sa má článok 101 ods. 1 ZFEÚ vykladať v tom zmysle, že bráni takému zmluvnému ustanoveniu, o aké ide vo veci samej, ktorým sa autorizovaným distribútorom v rámci systému selektívnej distribúcie luxusných výrobkov, ktorého cieľom je predovšetkým zachovať luxusný dojem týchto výrobkov, zakazuje využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán na predaj dotknutých výrobkov cez internet.*

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- Ustanovenie je **objektívne** a **jednotné** a uplatňuje sa **nediskriminačne** na všetkých autorizovaných distribútorov.
- Povinnosť, aby autorizovaní distribútori ***predávali zmluvné výrobky na internete iba prostredníctvom svojich vlastných on-line obchodov***, a zákaz používať iný obchodný názov, ako aj využívať navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán, ktorý bol uložený uvedeným distribútorom, predstavujú predovšetkým pre dodávateľa ***záruku, že v rámci elektronického obchodovania s týmito výrobkami budú uvedené výrobky spájané výlučne s autorizovanými distribútormi.***
- Zákaz, o ktorý ide vo veci samej, ***obsahuje koherentné obmedzenie z hľadiska vlastných charakteristík systému selektívnej distribúcie.***

Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- Po druhé zákaz, o ktorý ide vo veci samej, *umožňuje dodávateľovi luxusných výrobkov kontrolovať, či sa jeho výrobky predávajú on-line v prostredí, ktoré zodpovedá kvalitatívnym podmienkam, ktoré si dohodol so svojimi autorizovanými distribútormi.*
- V prípade, že *určitý distribútor nedodržiava kvalitatívne podmienky stanovené dodávateľom, môže sa tento dodávateľ totiž obrátiť na tohto distribútora na základe zmluvného vzťahu, ktorý medzi týmito dvoma stranami existuje.*
- Neexistencia zmluvného vzťahu medzi dodávateľom a platformami tretích strán však bráni tomu, aby na tomto základe mohol tento dodávateľ požadovať od týchto platforiem dodržiavanie podmienok kvality, ktoré uložil autorizovaným distribútorom.



Rozsudok Súdneho dvora zo 6.12.2017, **Coty Germany GmbH** proti **Parfümerie Akzente GmbH**

- **Po tretie** vzhľadom na skutočnosť, že tieto **všeobecné platformy** predstavujú predajný kanál pre **akýkoľvek druh výrobku**, *skutočnosť, že sa luxusné výrobky predávajú prostredníctvom špeciálnych platforiem* a že sa ich on-line predaj uskutočňuje výlučne v rámci on-line obchodov autorizovaných distribútorov, prispieva k luxusnému dojmu u spotrebiteľov a v dôsledku toho k zachovaniu jednej z hlavných vlastností týchto výrobkov, ktoré spotrebiteľia vyhľadávajú.
- Zákaz, ktorý uložil dodávateľ luxusných výrobkov svojim autorizovaným distribútorom, a to *zákaz využívať na internetový predaj týchto luxusných výrobkov navonok viditeľným spôsobom platformy tretích strán*, je preto vhodný na zachovanie luxusného dojmu uvedených výrobkov.

Zákaz nejde to nad rámec toho, čo je nevyhnutné...

- **Autorizovaní distribútori** sú oprávnení uskutočňovať on-line predaj zmluvných výrobkov
- tak prostredníctvom svojich vlastných internetových stránok, pokiaľ disponujú elektronickým výkladom autorizovanej predajne a pokiaľ je zachovaná luxusná povaha výrobkov,
- ako aj prostredníctvom neautorizovaných platforiem tretích strán, pokiaľ účasť týchto platforiem nie je pre spotrebiteľa navonok viditeľná
- Zákaz - aj keď obmedzuje určitú osobitnú formu internetového predaja - nepredstavuje **ani obmedzenie okruhu zákazníkov distribútorov ani obmedzenie pasívnych predajov konečným užívateľom** autorizovanými distribútormi v zmysle článku 4 písm. b) a c) tohto nariadenia.
- *...Ďakujem za pozornosť....*