ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟΥ (δεύτερο πενταμελές τμήμα) της 12ης Δεκεμβρίου 1996 *

Στην υπόθεση Τ-88/92,

Groupement d'achat Édouard Leclerc, εταιρία γαλλικού δικαίου, με έδρα το Παρίσι, εκπροσωπούμενη από τους Mario Amadio και Gilbert Parléani, δικηγόρους Παρισιού, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τον δικηγόρο Philippe Hoss, 15, Côte d'Eich,

προσφεύγουσα,

κατά

Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, εκπροσωπουμένης αρχικώς από τον Bernd Langeheine, κατόπιν από τον Berend Jan Drijber, μέλη της Νομικής Υπηρεσίας, επικουρούμενους από τον Hervé Lehman, δικηγόρο Παρισιού, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τον Carlos Gómez de la Cruz, μέλος της Νομικής Υπηρεσίας, Centre Wagner, Kirchberg,

καθής,

υποστηριζομένης από τις

Parfums Givenchy SA, εταιρία γαλλικού δικαίου, με έδρα το Levallois-Perret (Γαλλία), εκπροσωπούμενη από τον François Bizet, δικηγόρο Παρισιού, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τον δικηγόρο Aloyse May, 31, Grand-rue,

* Γλώσσα διαδικασίας: η γαλλική.

Fédération des industries de la parfumerie, ένωση επαγγελματικών σωματείων διεπόμενη από το γαλλικό δίκαιο, με έδρα το Παρίσι, εκπροσωπούμενη από τον Robert Collin, δικηγόρο Παρισιού, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τον δικηγόρο Ernest Arendt, 8-10, rue Mathias Hardt,

Comité de liaison des syndicats européens de l'industrie de la parfumerie et des cosmétiques, διεθνή ένωση μη κερδοσκοπικού σκοπού διεπόμενη από το βελγικό δίκαιο, με έδρα τις Βρυξέλλες, εκπροσωπούμενη από τον Stephen Kon, solicitor, και από την Mélanie Thill-Tayara, δικηγόρο Παρισιού, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τους δικηγόρους Winandy και Err, 60, avenue Gaston Diderich,

και

Fédération européenne des parfumeurs détaillants, ένωση εθνικών επαγγελματικών ομοσπονδιών ή σωματείων διεπόμενη από το γαλλικό δίκαιο, με έδρα το Παρίσι, εκπροσωπούμενη από τον Rolland Verniau, δικηγόρο Lyon, με αντίκλητο στο Λουξεμβούργο τον δικηγόρο Nico Schaeffer, 12, avenue de la Porte-Neuve,

παρεμβαίνουσες,

που έχει ως αντικείμενο προσφυγή με την οποία ζητείται η ακύρωση της αποφάσεως 92/428/ΕΟΚ της Επιτροπής, της 24ης Ιουλίου 1992, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΟΚ (IV/33.542 — Σύστημα επιλεκτικής διανομής της εταιρίας Parfums Givenchy) (ΕΕ L 236, σ. 11),

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ
(δεύτερο πενταμελές τμήμα),

συγκείμενο από τους H. Kirschner, Πρόεδρο, B. Vesterdorf, C. W. Bellamy, A. Καλογερόπουλο και A. Potocki, δικαστές,

γραμματέας: J. Palacio González, υπάλληλος διοικήσεως,

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία και κατόπιν της προφορικής διαδικασίας της 28ης και 29ης Φεβρουαρίου 1996,

εκδίδει την ακόλουθη

Απόφαση

Το ιστορικό της διαφοράς

Εισαγωγή

1 Η κατηγορία των καλλυντικών προϊόντων καλύπτει ένα ευρύ φάσμα ειδών που περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, αλκοολούχα προϊόντα αρωματοποιίας, προϊόντα περιποίησης και καλλωπισμού, καθώς και προϊόντα για την περιποίηση των μαλλιών και προϊόντα ατομικής καθαριότητας. Ένα τμήμα της κατηγορίας αυτής αποτελείται από τα προϊόντα πολυτελείας: προϊόντα υψηλής ποιότητας, υψηλής σχετικά τιμής, τα οποία διατίθενται στο εμπόριο υπό σήμα υψηλού κύρους. Γενικώς, τα καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας πωλούνται μόνο μέσω δικτύων επιλεκτικής διανομής τα οποία πληρούν παρεμφερείς προϋποθέσεις. Τα δίκτυα αυτά αποτελούνται κυρίως από εξειδικευμένα αρωματοπωλεία ή από εξειδικευμένες θέσεις πωλήσεως στο εσωτερικό των μεγάλων καταστημάτων.

2 Η εταιρία Parfums Givenchy SA (στο εξής: Givenchy) παράγει καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας. Ανήκει στον όμιλο Louis Vuitton Moët-Hennessy, ο οποίος περιλαμβάνει επίσης τις εταιρίες Parfums Christian Dior και Parfums Christian Lacroix που δραστηριοποιούνται στην ίδια αγορά. Μέσω των τριών αυτών εταιριών, ο όμιλος Louis Vuitton Moët-Hennessy κατέχει πλέον του 10 % της κοινοτικής αγοράς των προϊόντων αρωματοποιίας πολυτελείας.

3 Από την κατανομή των προϊόντων ανά κατηγορία ποιότητας, που προσκόμισε η Givenchy κατά τη διάρκεια της δίκης, προκύπτει ότι η πώληση των αρωμάτων πολυτελείας αντιπροσώπευε, το 1990 και το 1991, ποσοστό 80 έως 100 % των συνολικών πωλήσεών της μέσω επιλεκτικής διανομής, ανάλογα με το συγκεκριμένο κράτος μέλος, το δε υπόλοιπο αποτελείτο από την πώληση προϊόντων περιποίησης πολυτελείας και προϊόντων καλλωπισμού πολυτελείας. Τα προϊόντα αυτά πωλούνται από περίπου 10 000 εγκεκριμένα σημεία πωλήσεως, καθώς και από καταστήματα αφορολογήτων ειδών στα οποία πραγματοποιείται σημαντικό ποσοστό των πωλήσεων εντός διαφόρων κρατών μελών.

4 Στις 19 Μαρτίου 1990 η Givenchy κοινοποίησε στην Επιτροπή δίκτυο συμβάσεων επιλεκτικής διανομής για την εντός των κρατών μελών εμπορία των αλκοολούχων προϊόντων της αρωματοποιίας, καθώς και των προϊόντων περιποίησης και καλλωπισμού, ζητώντας κυρίως αρνητική πιστοποίηση βάσει του άρθρου 2 του κανονισμού 17 του Συμβουλίου, της 6ης Φεβρουαρίου 1962, πρώτου κανονισμού εφαρμογής των άρθρων 85 και 86 της Συνθήκης (ΕΕ ειδ. έκδ. 08/001, σ. 25, στο εξής: κανονισμός 17), και επικουρικώς, την προβλεπόμενη στο άρθρο 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης εξαίρεση.

5 Στις 8 Οκτωβρίου 1991 η Επιτροπή δημοσίευσε, σύμφωνα με το άρθρο 19, παράγραφος 3, του κανονισμού 17, ανακοίνωση (ΕΕ C 262, σ. 2) με την οποία εξέφρασε την πρόθεσή της να λάβει ευνοϊκή απόφαση έναντι των κοινοποιηθεισών συμβάσεων, όπως είχαν τροποποιηθεί σύμφωνα με τις παρατηρήσεις της, και κάλεσε τους ενδιαφερομένους τρίτους να της διαβιβάσουν τις ενδεχόμενες παρατηρήσεις τους εντός τριάντα ημερών.

6 Σε απάντηση στη δημοσίευση αυτή, η προσφεύγουσα, η Groupement d'achat Édouard Leclerc (στο εξής: Galec), υπέβαλε παρατηρήσεις με ημερομηνία 6 Νοεμβρίου 1991. Η Galec είναι ένας συνεταιρισμός αγορών, με τη μορφή συνεταιριστικής εταιρίας, που εφοδιάζει ένα δίκτυο σημείων λιανικής πωλήσεως στη Γαλλία, που ονομάζονται κέντρα διανομής Leclerc (στο εξής: κέντρα Leclerc), τα περισσότερα από τα οποία είναι μεγάλες ή μεσαίες υπεραγορές. Με τις παρατηρήσεις της η Galec αντιτάχθηκε στην προτεινόμενη απόφαση, για τον λόγο, μεταξύ άλλων, ότι ορισμένα κέντρα Leclerc που είναι προσαρμοσμένα στη διανομή των καλλυντικών πολυτελείας θα αποκλείονταν αν εκδιδόταν η απόφαση αυτή.

7 Η Galec συμμετέσχε κατά τον ίδιο τρόπο στη διοικητική διαδικασία στην υπόθεση Yves Saint Laurent Parfums, στα πλαίσια της οποίας η Επιτροπή εξέδωσε στις 16 Δεκεμβρίου 1991 την απόφαση 92/33/ΕΟΚ, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΟΚ (IV/33.242 — Yves Saint Laurent Parfums) (ΕΕ 1992, L 12, σ. 2) και η οποία αποτελεί αντικείμενο προσφυγής ασκηθείσας παραλλήλως ενώπιον του Πρωτοδικείου (υπόθεση T-19/92, Galec κατά Επιτροπής).

8 Στις 24 Ιουλίου 1992 η Επιτροπή εξέδωσε την απόφαση 92/428/ΕΟΚ, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΟΚ (IV/33.542 — Σύστημα επιλεκτικής διανομής της εταιρίας Parfums Givenchy) (ΕΕ L 236, σ. 11, στο εξής: Απόφαση). Η παρούσα δικαστική απόφαση αφορά την εν λόγω Απόφαση.

Η σύμβαση Givenchy

9 Από τη «Σύμβαση εγκεκριμένου διανομέα ΕΟΚ ligne parfumée» (στο εξής: Σύμβαση) και από τους γενικούς όρους πωλήσεως που τη συνοδεύουν, όπως διαλαμβάνονται στην Απόφαση, προκύπτει ότι το δίκτυο διανομής της Givenchy είναι κλειστό δίκτυο στα πλαίσια του οποίου απαγορεύεται στα μέλη του να πωλούν ή να προμηθεύονται προϊόντα φέροντα το σήμα Givenchy εκτός του δικτύου. Η Givenchy αναλαμβάνει τη δέσμευση να εξασφαλίζει την τήρηση της διανομής στα πλαίσια των ισχυουσών νομοθετικών και κανονιστικών διατάξεων και να αποσύρει το σήμα της από τα σημεία πωλήσεως που δεν πληρούν τις συμβατικές προϋποθέσεις επιλογής.

10 Τα κριτήρια επιλογής των εγκεκριμένων διανομέων που προβλέπονται στη Σύμβαση αφορούν κυρίως την επαγγελματική κατάρτιση του προσωπικού, τη θέση και την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως, τον διακριτικό τίτλο του διανομέα, καθώς και ορισμένες άλλες προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ο εν λόγω διανομέας, ιδίως όσον αφορά την αποθήκευση των προϊόντων, την πραγματοποίηση ενός ελάχιστου ποσού ετήσιων αγορών, την έκθεση στο σημείο πωλήσεως ανταγωνιστικών προϊόντων υπό άλλα σήματα, από τα οποία θα μπορεί να αναδεικνύεται η εικόνα των προϊόντων Givenchy, την υποχρέωση αποχής επί ένα έτος από την ενεργό πώληση των νέων προϊόντων που διοχετεύονται για πρώτη φορά σε άλλο έδαφος και, τέλος, τη συνεργασία μεταξύ του διανομέα και της Givenchy για τη διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων.

11 Όσον αφορά την επαγγελματική κατάρτιση, τα σημεία II.3 και II.5 της Συμβάσεως ορίζουν τα εξής:

«3) *Επαγγελματική κατάρτιση στην αρωματοποιία*

Ο εγκεκριμένος διανομέας ΕΟΚ ή οι πωλητές του πρέπει να έχουν επαγγελματική κατάρτιση στην αρωματοποιία η οποία προκύπτει:

— είτε από δίπλωμα αισθητικού,

— είτε από πιστοποιητικό αναγνωρισμένο από το αρμόδιο εποπτεύον υπουργείο ενός από τα κράτη μέλη της ΕΟΚ,

— είτε από βεβαίωση επαγγελματικής εκπαιδεύσεως στην αρωματοποιία που έχει χορηγηθεί από εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο ενός από τα κράτη μέλη της ΕΟΚ,

— είτε από εμπειρία στην πώληση ειδών αρωματοποιίας επί τρία τουλάχιστον έτη, ιδίως στο εγκεκριμένο σημείο πωλήσεως.

(...)

5) *Υπηρεσία παροχής συμβουλών και επιδείξεως*

Ο εγκεκριμένος διανομέας ΕΟΚ πρέπει να διαθέτει υπηρεσία παροχής συμβουλών και επιδείξεως η οποία να είναι επαρκής σε σχέση με τον χρησιμοποιούμενο για πωλήσεις χώρο του καταστήματος και τον αριθμό των προσφερομένων προϊόντων και η οποία να τίθεται στη διάθεση των πελατών.

Το αν η υπηρεσία αυτή είναι επαρκής θα εκτιμάται βάσει των παρεχομένων από τον εγκεκριμένο διανομέα ΕΟΚ στοιχείων σχετικά με:

— τον αριθμό των προσώπων που ασχολούνται με την πώληση,

— τον αριθμό των αισθητικών.»

12 Όσον αφορά το σημείο πωλήσεως, τα σημεία II.4 και II.6 της Συμβάσεως ορίζουν τα εξής:

«4) *Θέση του σημείου πωλήσεως:*

Το επίπεδο και το περιβάλλον του σημείου πωλήσεως του αρωματοπωλείου πρέπει να είναι ανάλογα προς το κύρος του σήματος.

Το περιβάλλον του καταστήματος θα εκτιμάται ενόψει των κάτωθι στοιχείων και σύμφωνα με το προβλεπόμενο προς τούτο δελτίο αξιολογήσεως της Givenchy:

— έγχρωμες φωτογραφίες από τις οποίες θα μπορεί να εκτιμηθεί το εξωτερικό περιβάλλον του καταστήματος (γειτονικά καταστήματα και οδός),

— γεωγραφική θέση (κέντρο πόλεως, περιφερειακή συνοικία, εμπορική οδός κ.λπ.),

— γειτνίαση με άλλα εμπορικά καταστήματα υψηλού κύρους (κοσμηματοπωλεία, καταστήματα δώρων, ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ.).

(...)

6) *Εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως*

Το συνολικό πλαίσιο του καταστήματος, των τμημάτων και των προθηκών, καθώς και το περιβάλλον που συνθέτουν τα λοιπά διανεμόμενα στον χώρο πωλήσεων προϊόντα δεν πρέπει να υποβαθμίζουν την εικόνα του σήματος Givenchy.

Ο χρησιμοποιούμενος για πωλήσεις χώρος του καταστήματος δεν πρέπει να είναι έτσι διαρρυθμισμένος ώστε να προκύπτει δυσαναλογία όσον αφορά τον αριθμό των σημάτων των πωλουμένων προϊόντων. Ο χώρος αυτός πρέπει να παρέχει τη δυνατότητα στον εγκεκριμένο διανομέα ΕΟΚ να προσφέρει, σε σχέση με τα σήματα των εκτιθεμένων προϊόντων, μια θέση που να είναι ανάλογη του επιπέδου του σήματος Givenchy.

Η αποθήκευση πρέπει να πραγματοποιείται υπό ικανοποιητικές για τη διατήρηση των προϊόντων συνθήκες και κυρίως σε εγκαταστάσεις όπου η υγρασία, η θερμοκρασία και η φωτεινότητα δεν υπερβαίνουν ορισμένα ανώτατα όρια.

Τα αντικείμενα που χρησιμοποιούνται για την επίδειξη ή την εσωτερική διαφήμιση πρέπει να τοποθετούνται στον πάγκο πωλήσεως ή πολύ κοντά και σε κοινή θέα. Τα εκθετήρια, πινακίδες, διαφημιστικές απομιμήσεις και άλλα στοιχεία διαφημίσεως πρέπει να εκτίθενται σε καλή θέση μέσα στις εξωτερικές προθήκες ή, άλλως, στο εσωτερικό του καταστήματος.

Η εγκατάσταση θα εκτιμάται με βάση τα κατωτέρω στοιχεία και σύμφωνα με το δελτίο αξιολογήσεως το οποίο ο υποψήφιος για τη διανομή των προϊόντων Givenchy θα κοινοποιεί στη Givenchy:

— έγχρωμες φωτογραφίες από τις οποίες θα μπορούν να εκτιμηθούν οι προθήκες, η εσωτερική διαρρύθμιση του καταστήματος,

— χρησιμοποιούμενος για πωλήσεις χώρος του καταστήματος,

— αριθμός και επιφάνεια των θαλάμων περιποίησης.

Για την ποιοτική εκτίμηση θα λαμβάνονται υπόψη:

— η ποιότητα της προσόψεως,

— η διακόσμηση των προθηκών,

— η επένδυση του δαπέδου,

— η ποιότητα των τοίχων και των οροφών,

— η ποιότητα της επιπλώσεως.

Περαιτέρω,

— είναι απαραίτητο το κατάστημα να διαθέτει στην πρόσοψη μία ή περισσότερες προθήκες που να είναι τέτοιου επιπέδου ώστε να μπορούν να δεχθούν επιλεγμένα αρώματα και προϊόντα καλλωπισμού,

— η εγκατάσταση των προθηκών αυτών, καθώς και των ραφιών, πρέπει να έχει εμφάνιση που να αναλογεί στην πρακτική που διέπει την πώληση προϊόντων πολυτελείας,

— αν πρόκειται για θέση που προορίζεται ειδικά για την πώληση προϊόντων αρωματοποιίας και βρίσκεται μέσα σ' ένα μεγάλο κατάστημα, η θέση αυτή πρέπει να ικανοποιεί διαρκώς τα ποιοτικά κριτήρια που διαλαμβάνονται στα παρόντα συμβατικά έγγραφα και να είναι ανάλογη του κύρους της Givenchy.»

13 Όσον αφορά τον διακριτικό τίτλο του εμπόρου λιανικής πωλήσεως, το σημείο II.8 της Συμβάσεως ορίζει τα εξής:

«Αποκλείεται υφιστάμενος διακριτικός τίτλος του οποίου η εικόνα συνδέεται με περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών. Αποκλείεται επίσης νέος διακριτικός τίτλος ο οποίος προσλαμβάνεται από το κοινό κατά τρόπο συνεπαγόμενο περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών. Διευκρινίζεται ωστόσο ότι η συνήθης πολιτική τιμών ενός διακριτικού τίτλου δεν μπορεί να θεωρηθεί ως υποβαθμιστικό στοιχείο.»

14 Όσον αφορά τη διαδικασία εισδοχής στο δίκτυο, κάθε αίτηση ανοίγματος λογαριασμού ακολουθείται, εντός προθεσμίας το πολύ τριών μηνών, από αξιολόγηση του προτεινόμενου σημείου πωλήσεως, την οποία πραγματοποιεί η Givenchy ή ο αποκλειστικός πράκτοράς της μέσω του δελτίου αξιολογήσεως που διαλαμβάνεται στη Σύμβαση και του οποίου αντίγραφο προσκομίστηκε από τη Givenchy κατά τη διάρκεια της δίκης (στο εξής: δελτίο αξιολογήσεως). Στο εν λόγω δελτίο αξιολογήσεως βαθμολογούνται διάφορα στοιχεία εκτιμήσεως που αφορούν αντιστοίχως το εξωτερικό του σημείου πωλήσεως, το εσωτερικό του σημείου πωλήσεως και την επαγγελματική ικανότητα, σύμφωνα με μια βαθμολογική κλίμακα που περιλαμβάνει δεκαπέντε διαφορετικά κεφάλαια, κάθε δε κεφάλαιο λαμβάνει ένα βαθμό μεταξύ μηδέν και δέκα και σταθμίζεται ανάλογα με τη σημασία που του προσδίδεται. Το τμήμα «στοιχεία εξωτερικής εκτιμήσεως» περιλαμβάνει πέντε κεφάλαια και αντιπροσωπεύει ένα δυνητικό σύνολο 120 μονάδων. Το τμήμα «στοιχεία εσωτερικής

εκτιμήσεως» περιλαμβάνει οκτώ κεφάλαια και αντιπροσωπεύει ένα σύνολο 180 μονάδων. Το τμήμα «επαγγελματική ικανότητα» περιλαμβάνει δύο κεφάλαια, ήτοι το κεφάλαιο «εμπειρία και καθήκοντα» (20 μονάδες) και το κεφάλαιο «εμπορικός δυναμισμός» (30 μονάδες). Επομένως, το ανώτατο όριο των μονάδων που μπορεί να λάβει κανείς είναι 350, το δε κατώτατο όριο μονάδων που απαιτούνται για να περιληφθεί μεταξύ των σημείων πωλήσεως ορίζεται στις 161. Εάν υπάρχουν τέσσερα μηδενικά στο σύνολο των δεκαπέντε κεφαλαίων, ο υποψήφιος αποκλείεται.

15 Ανάλογα με τα αποτελέσματα της αξιολογήσεως, ή η αίτηση απορρίπτεται αιτιολογημένα ή ο αιτών ενημερώνεται για τα μέτρα που πρέπει να λάβει προκειμένου να ικανοποιήσει τα κριτήρια. Στην τελευταία αυτή περίπτωση, του παρέχεται προθεσμία έξι το πολύ μηνών για να συμμορφωθεί με τα εν λόγω κριτήρια, οπότε εν συνεχεία πραγματοποιείται νέα αξιολόγηση. Σε περίπτωση θετικής απαντήσεως, ανοίγεται ο λογαριασμός εντός προθεσμίας εννέα μηνών από της ημερομηνίας της αξιολογήσεως.

Η Απόφαση της Επιτροπής

16 Στο σημείο II. Α. 4 της αποφάσεως, η Επιτροπή θεωρεί ότι το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης έχει εφαρμογή σ' ένα σύστημα επιλεκτικής διανομής μόνον εφόσον πληρούνται τρεις προϋποθέσεις, ήτοι, πρώτον, ότι από τις ιδιότητες των σχετικών προϊόντων προκύπτει η ανάγκη, για να διατηρηθεί η ποιότητα και να εξασφαλιστεί η καλή χρήση των προϊόντων, εφαρμογής ενός τέτοιου συστήματος, δεύτερον, ότι η επιλογή των μεταπωλητών πραγματοποιείται με βάση αντικειμενικά κριτήρια ποιοτικού χαρακτήρα σχετικά με την επαγγελματική κατάρτιση του μεταπωλητή και του προσωπικού του, καθώς και με τις εγκαταστάσεις του, και, τρίτον, ότι τα εν λόγω κριτήρια καθορίζονται κατά τρόπο ομοιόμορφο έναντι όλων των δυνητικών μεταπωλητών και εφαρμόζονται κατά τρόπο μη συνεπαγόμενο διακρίσεις (βλ. τις αποφάσεις του Δικαστηρίου της 25ης Οκτωβρίου 1977, 26/76, Metro κατά Επιτροπής, στο εξής: απόφαση Metro I, Συλλογή τόμος 1977, σ. 567, σκέψη 20, της 11ης Δεκεμβρίου 1980, 31/80, L'Oréal, Συλλογή τόμος 1980/III, σ. 471, σκέψη 16, και της 25ης Οκτωβρίου 1983, 107/82, AEG-Telefunken κατά Επιτροπής, στο εξής: απόφαση AEG, Συλλογή 1983, σ. 3151, σκέψη 33).

17 Συναφώς, η Επιτροπή διαπιστώνει τα εξής, στο σημείο ΙΙ. Α. 5, δεύτερο εδάφιο, της Αποφάσεως:

«Τα εν λόγω προϊόντα αποτελούν πράγματι είδη υψηλής ποιότητας, που προκύπτουν από ειδική έρευνα που συγχρόνως εκφράζεται από την πρωτοτυπία της δημιουργίας τους, από την πολυπλοκότητα των ειδών που κυκλοφορούν στο εμπόριο, καθώς και από το επίπεδο της ποιότητας των υλικών που χρησιμοποιούνται, ιδίως για την κατασκευή της συσκευασίας με την οποία παρουσιάζονται. Η φύση τους ως προϊόντων πολυτελείας απορρέει επίσης από τον χαρακτήρα αποκλειστικότητας και [υψηλού κύρους] που τα διακρίνει από αντίστοιχα προϊόντα που προέρχονται από άλλα τμήματα της αγοράς και ανταποκρίνονται σε άλλες απαιτήσεις του καταναλωτή. Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό, από τη μία πλευρά, συνδέεται με την ικανότητα του παραγωγού να αναπτύξει και να διαφυλάξει ένα σήμα μεγάλης φήμης και, από την άλλη πλευρά, εξαρτάται από μία παρουσίαση στο κοινό που θα μπορεί να αξιοποιήσει την αισθητική ή λειτουργική ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος ή σειράς προϊόντων (...).»

18 Εν συνεχεία, η Επιτροπή θεωρεί ότι τα κριτήρια επιλογής της Givenchy, όσον αφορά την επαγγελματική κατάρτιση, τη θέση και την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως και τον διακριτικό τίτλο του εμπόρου λιανικής πωλήσεως, δεν εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης. Η Επιτροπή θεωρεί, μεταξύ άλλων, ότι «η παρουσία στο [σημείο] πώλησης ενός ειδικευμένου επαγγελματικού συμβούλου αποτελεί θεμιτή απαίτηση στον βαθμό που ειδικές γνώσεις είναι απαραίτητες για να βοηθήσουν τον καταναλωτή στην εξεύρεση του καλύτερα προσαρμοσμένου στο αισθητήριό του και στις ανάγκες του προϊόντος και για να του δοθούν οι καλύτερες δυνατές πληροφορίες [για τις συνθήκες χρησιμοποιήσεως, ακόμη δε και διατηρήσεως], των προϊόντων αυτών» (σημείο ΙΙ. Α. 5, τρίτο εδάφιο) και ότι, «εφόσον η συντήρηση μιας εικόνας σήματος υψηλού κύρους αποτελεί, στην αγορά καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας, ουσιαστικό παράγοντα ανταγωνισμού, κανείς παραγωγός δεν θα μπορούσε να διατηρήσει τη θέση του στην αγορά χωρίς συνεχή προσπάθεια προώθησης. Όμως, είναι σαφές ότι τέτοιου είδους προσπάθειες θα μπορούσαν να εκμηδενιστούν εάν, στο στάδιο της λιανικής πωλήσεως, τα προϊόντα Givenchy κυκλοφορούσαν στο εμπόριο κατά τρόπο που θα μπορούσε να αλλοιώσει την αντίληψη του καταναλωτή. Έτσι, τα κριτήρια σχετικά με τη θέση και την εγκατάσταση του [σημείου] πωλήσεως, καθώς και τη διευθέτηση των προθηκών του, αποτελούν νόμιμες απαιτήσεις του παραγωγού, διότι αποσκοπούν στο να προσφέρουν στον καταναλωτή ένα εναρμονισμένο πλαίσιο με τον πολυτελή και αποκλειστικό χαρακτήρα των εν λόγω προϊόντων, καθώς και μια παρουσίαση σύμφωνη με την εικόνα του

σήματος Givenchy. Εξάλλου, το κριτήριο σχετικά με τον διακριτικό τίτλο αποσκοπεί στο να εξασφαλίσει ότι ο τίτλος του αρωματοπωλείου ή του καταστήματος ή του χώρου στον οποίο βρίσκεται το τμήμα αρωματοπωλείου ή το αρωματοπωλείο είναι συμβιβάσιμος με τις αρχές που διέπουν τη διανομή των εν λόγω προϊόντων. Πρέπει να υπογραμμιστεί ως προς αυτό ότι ο υποβαθμιστικός χαρακτήρας ενός [σημείου] πωλήσεως ή του διακριτικού του [τίτλου] δεν θα μπορούσε σε καμία περίπτωση να συνδεθεί με τη συνήθη πολιτική τιμών του διανομέα» (σημείο II. Α. 5, τέταρτο εδάφιο).

Η Επιτροπή συνεχίζει ως εξής, στο σημείο II. Α. 5, πέμπτο, έκτο και έβδομο εδάφιο:

«Η απαγόρευση πώλησης εμπορευμάτων που ενδέχεται να υποβαθμίζουν, λόγω της γειτνίασής τους, την εικόνα των προϊόντων Givenchy αποσκοπεί να διαφυλάξει, στην αντίληψη του κοινού, τη φήμη και την αποκλειστικότητα που συνδέονται με τα εν λόγω προϊόντα, αποφεύγοντας κατά τον τρόπο αυτό οποιαδήποτε εξομοίωση με εμπορεύματα κατώτερης ποιότητας.

Πρέπει να υπενθυμίσουμε ότι το σύστημα επιλεκτικής διανομής Givenchy απευθύνεται επίσης στα μεγάλα καταστήματα που διαθέτουν ειδικό τμήμα. Κατά συνέπεια, λαμβανομένων υπόψη ιδίως των διαφόρων μορφών διανομής για τις οποίες η Givenchy χορήγησε την [έγκρισή] της σε κοινοτικό επίπεδο, οι ποιοτικές απαιτήσεις σχετικά με τη [θέση], την εγκατάσταση και τον διακριτικό τίτλο [του σημείου] πώλησης δεν επαρκούν από μόνες τους για να αποκλείσουν ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής, όπως η διανομή στα μεγάλα καταστήματα και τα εμπορικά κέντρα.

Η υποχρέωση του [εγκεκριμένου] διανομέα να διατηρεί, για τα προϊόντα Givenchy, [μια ειδική θέση] που να αντιστοιχεί στο επίπεδο του σήματος Givenchy, λαμβανομένων υπόψη των λοιπών αντιπροσωπευομένων προϊόντων,

ανταποκρίνεται στον στόχο της διασφάλισης μιας παρουσίασης που αξιοποιεί τα προϊόντα που προβλέπονται από τη Σύμβαση. (...) ένα τέτοιο κριτήριο επιλογής δεν αποτελεί από μόνο του στοιχείο περιορισμού της ελευθερίας του διανομέα να πωλεί και να προωθεί ανταγωνιστικά προϊόντα ή εμπόδιο στην ανάπτυξη νέων μορφών διανομής.»

19 Όσον αφορά τις λοιπές υποχρεώσεις και προϋποθέσεις που πρέπει να τηρεί ο εγκεκριμένος διανομέας, η Επιτροπή θεωρεί ότι εκείνες που αφορούν τη διαδικασία εισδοχής στο δίκτυο, την πραγματοποίηση ενός ελάχιστου ποσού ετήσιων αγορών, την ύπαρξη στο σημείο πωλήσεως προϊόντων υπό ανταγωνιστικά σήματα, την αποθήκευση των προϊόντων, την αρχική διοχέτευση νέων προϊόντων και τη συνεργασία όσον αφορά τη διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1 (βλ. σημείο II. Α. 6 της Αποφάσεως), και ότι τα εμπόδια που τίθενται στον ανταγωνισμό συνιστούν σημαντικό περιορισμό του ενδοκοινοτικού εμπορίου (σημείο II. Α. 8).

20 Ωστόσο, η Επιτροπή διαπιστώνει, στο σημείο II. Β. 1 της Αποφάσεως, ότι οι συμβάσεις που αποτελούν το σύστημα διανομής της Givenchy πληρούν τις τέσσερις προϋποθέσεις του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης.

21 Όσον αφορά το αν οι επίμαχες συμβατικές διατάξεις συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής και της διανομής, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης, η Επιτροπή θεωρεί, στο σημείο II. Β. 2, ότι:

«Τα καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας διακρίνονται από αντίστοιχα προϊόντα που ανταποκρίνονται σε άλλες απαιτήσεις του καταναλωτή, μεταξύ άλλων, από την εικόνα αποκλειστικότητας και υψηλού κύρους, η οποία, στην αντίληψη του καταναλωτή, συνδέεται με το σήμα που φέρουν. Η ικανότητα του κατασκευαστή να δημιουργήσει και να διατηρήσει μια εικόνα πρωτότυπου και αξιόπιστου σήματος αποτελεί κατά τον τρόπο αυτό καθοριστικό παράγοντα ανταγωνισμού. Από τα παραπάνω προκύπτει ότι μια μάρκα καλλυντικών πολυτελείας δεν θα μπορούσε να διανέμεται παρά τηρώντας κανόνες αποκλειστικότητας. Πράγματι, η εμπειρία αποδεικνύει ότι η γενικευμένη διανομή ενός καλλυντικού προϊόντος πολυτελείας δύναται να αλλοιώσει την αντίληψη του καταναλωτή και να επιφέρει μακροπρόθεσμα μείωση της ζήτησής του.»

22 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Επιτροπή θεωρεί ότι οι διατάξεις της Συμβάσεως που εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1 (βλ. τη σκέψη 19 ανωτέρω), «έχουν ως αποτέλεσμα να εξασφαλίζουν ότι τα προϊόντα Givenchy θα διανέμονται κάτω από συνθήκες που θα μπορούν να διατηρούν την εικόνα υψηλής ποιότητας και την ιδιότητα της αποκλειστικότητας που χαρακτηρίζουν το είδος των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας» (σημείο II. Β. 2, όγδοο εδάφιο, in fine).

23 Όσον αφορά το αν εξασφαλίζεται στους καταναλωτές «δίκαιο τμήμα από το όφελος», κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης, η Επιτροπή θεωρεί, μεταξύ άλλων, ότι «το κοινοποιηθέν σύστημα διανομής επιτρέπει να διαφυλαχθεί ο αποκλειστικός χαρακτήρας των συμβατικών προϊόντων, πράγμα που αποτελεί το ουσιαστικό κίνητρο της επιλογής του καταναλωτή» (σημείο II. Β. 3, δεύτερο εδάφιο), και ότι, «εάν ο πελάτης θεωρεί δευτερεύοντα στοιχεία την εικόνα [του σήματος] ή τις υπηρεσίες που συνδέονται με την πώληση, στα πλαίσια του συστήματος επιλεκτικής διανομής, σε κάθε περίπτωση θα μπορεί να επιλέγει αντίστοιχα είδη, που προσφέρονται σε γειτονική αγορά και διανέμονται χωρίς προσφυγή σε συστήματα επιλεκτικής διανομής, τιμωρώντας κατά τον τρόπο αυτό την επιλογή εμπορικής στρατηγικής του παραγωγού» (σημείο II. Β. 3, τρίτο εδάφιο).

24 Τέλος, η Επιτροπή θεωρεί, στο σημείο II. Β. 4 της Αποφάσεως, ότι το σύστημα διανομής της Givenchy δεν περιέχει καμία υποχρέωση περιοριστική του ανταγωνισμού που να μην είναι απαραίτητη για την επίτευξη των προβλεπομένων στόχων, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 3, στοιχείο α', της Συνθήκης, και, στο σημείο II. Β. 5, ότι οι επίμαχες συμβάσεις δεν παρέχουν στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού επί σημαντικού τμήματος των σχετικών προϊόντων, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 3, στοιχείο β', της Συνθήκης. Η Επιτροπή προσθέτει, μεταξύ άλλων, ότι «δεν μπόρεσε να διαπιστώσει ότι η διάδοση των συστημάτων επιλεκτικής διανομής στον τομέα των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας καταρχήν παραγκωνίζει ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής, όπως η περίπτωση των μεγάλων καταστημάτων. Τα κριτήρια επιλογής της Givenchy θα μπορούσαν επίσης να περιλάβουν αυτές τις μορφές διανομής, έστω και αν αυτό συνεπάγεται μερική τροποποίηση των ειδικών μεθόδων εμπορίας των εν λόγω προϊόντων» (σημείο II. Β. 5, τέταρτο εδάφιο).

25 Το άρθρο 1 της Αποφάσεως έχει ως εξής:

«Οι διατάξεις του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης ΕΟΚ κηρύσσονται ανεφάρμοστες, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 85, παράγραφος 3, στη στερεότυπη σύμβαση εγκεκριμένου διανομέα που συνάπτει η Givenchy ή ενδεχομένως οι αποκλειστικοί πράκτορες της Givenchy με τους εξειδικευμένους [εμπόρους της λιανικής πωλήσεως] που είναι εγκατεστημένοι στην Κοινότητα, καθώς και στους γενικούς όρους πωλήσεως που συνοδεύουν [τη σύμβαση αυτή].

Η παρούσα απόφαση εφαρμόζεται από 1ης Ιανουαρίου 1992 μέχρι 31 Μαΐου 1997.»

Διαδικασία και αιτήματα των διαδίκων

26 Με δικόγραφο που κατέθεσε στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου στις 21 Οκτωβρίου 1992, η προσφεύγουσα άσκησε την παρούσα προσφυγή. Με διάταξη της 31ης Μαρτίου 1993, επετράπη στη Givenchy, στην Comité de liaison des syndicats européens de l'industrie de la parfumerie et des cosmétiques (επιτροπή συνδέσμου των ευρωπαϊκών επαγγελματικών οργανώσεων της βιομηχανίας αρωματοποιίας και καλλυντικών, στο εξής: Colipa), στη Fédération des industries de la parfumerie (ομοσπονδία των βιομηχανιών αρωματοποιίας, στο εξής: FIP), και στη Fédération européenne des parfumeurs détaillants (ευρωπαϊκή ομοσπονδία των εμπόρων λιανικής πωλήσεως προϊόντων αρωματοποιίας, στο εξής: FEPD), να παρέμβουν υπέρ της καθής.

27 Κατόπιν εκθέσεως του εισηγητή δικαστή, το Πρωτοδικείο αποφάσισε να προχωρήσει στην προφορική διαδικασία χωρίς προηγούμενη διεξαγωγή αποδείξεων. Ωστόσο, στο πλαίσιο λήψεως μέτρων οργανώσεως της διαδικασίας, σύμφωνα με το άρθρο 64 του Κανονισμού Διαδικασίας, κάλεσε την καθής, τη Givenchy και τη FEPD να απαντήσουν εγγράφως σε ορισμένες ερωτήσεις και να προσκομίσουν ορισμένα έγγραφα πριν από την επ' ακροατηρίου συζήτηση. Οι διάδικοι κατέθεσαν τις απαντήσεις τους μεταξύ της 16ης και 24ης Ιανουαρίου 1996.

28 Οι διάδικοι αγόρευσαν και απάντησαν στις ερωτήσεις του Πρωτοδικείου κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση που διεξήχθη στις 28 και 29 Φεβρουαρίου 1996.

29 Η προσφεύγουσα ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να ακυρώσει την Απόφαση στο σύνολό της,

— να καταδικάσει την Επιτροπή στο σύνολο των δικαστικών εξόδων.

30 Η καθής ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να απορρίψει την προσφυγή,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα.

31 Η παρεμβαίνουσα Givenchy ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να κρίνει απαράδεκτη την προσφυγή,

— επικουρικώς, να απορρίψει την προσφυγή ως αβάσιμη,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα, περιλαμβανομένων και των εξόδων που προκλήθηκαν από την παρέμβαση της Givenchy.

32 Η παρεμβαίνουσα FIP ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να αποφανθεί κατά νόμο επί του παραδεκτού της προσφυγής,

— να απορρίψει την προσφυγή ως αβάσιμη,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα, περιλαμβανομένων και των εξόδων που προκλήθηκαν από την παρέμβαση της FIP.

33 Η παρεμβαίνουσα Colipa ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να απορρίψει την προσφυγή,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα, περιλαμβανομένων και των εξόδων που προκλήθηκαν από την παρέμβαση της Colipa.

34 Η παρεμβαίνουσα FEPD ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να απορρίψει την προσφυγή,

— να καταδικάσει την προσφεύγουσα στα δικαστικά έξοδα, περιλαμβανομένων και των εξόδων που προκλήθηκαν από την παρέμβαση της FEPD.

35 Με τις παρατηρήσεις της επί των υπομνημάτων των παρεμβαινουσών, η προσφεύγουσα ζητεί από το Πρωτοδικείο:

— να κρίνει παραδεκτή την προσφυγή της,

— να αποφασίσει ότι οι παρεμβαίνουσες θα φέρουν τα έξοδά τους.

Επί του παραδεκτού

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων

36 Η Givenchy ισχυρίζεται ότι η προσφυγή είναι απαράδεκτη, για τον λόγο ότι η Απόφαση δεν αφορά ούτε άμεσα ούτε ατομικά την Galec, κατά την έννοια του άρθρου 173, δεύτερο εδάφιο, της Συνθήκης ΕΟΚ (που κατέστη το άρθρο 173, τέταρτο εδάφιο, της Συνθήκης ΕΚ, στο εξής: Συνθήκη), και ότι η Galec δεν έχει έννομο συμφέρον προς άσκηση της προσφυγής.

37 Η Galec δεν είναι παρά μεσάζων μεταξύ των μελών της, των κέντρων Leclerc, και των προμηθευτών, ουδέποτε δε πραγματοποιεί τις αγορές και τις μεταπωλήσεις των σχετικών προϊόντων στους τελικούς καταναλωτές. Επιπλέον, η Galec δεν έχει καμία εντολή αντιπροσωπεύσεως των κέντρων Leclerc, τα οποία και μόνον νομιμοποιούνται να προσβάλουν την Απόφαση. Επομένως, η Απόφαση δεν αφορά άμεσα τη Galec, καθόσον δεν της προκαλεί καμία ιδιαίτερη ζημία (βλ. την απόφαση του Δικαστηρίου της 15ης Ιουλίου 1963, 25/62, Plaumann κατά Επιτροπής, Συλλογή τόμος 1954-1964, σ. 937). Επιπλέον, το μόνο ατομικό έννομο συμφέρον της Galec είναι εκείνο που έχει ως αμιγής μεσάζων και, επομένως, δεν έχει «γεγεννημένο και ενεστώς έννομο συμφέρον» για την ακύρωση της Αποφάσεως (βλ. την απόφαση του Πρωτοδικείου της 17ης Σεπτεμβρίου 1992, Τ-138/89, NBV και NVB κατά Επιτροπής, Συλλογή 1991, σ. II-2181). Η Givenchy, αναφερόμενη στην απόφαση του Δικαστηρίου της 28ης Οκτωβρίου 1982, 135/81, Groupement des agences de voyages κατά Επιτροπής (Συλλογή 1982, σ. 3799, σκέψη 7), επικαλείται επίσης την αρχή ότι «μόνον ο φορεύς του αξιουμένου δικαιώματος έχει την εξουσία να ασκήσει αγωγή».

38 Η Galec υποστηρίζει ότι κατά τη διοικητική διαδικασία κατέθεσε, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 19, παράγραφος 3, του κανονισμού 17, παρατηρήσεις οι οποίες ισοδυναμούν λόγω του αντικειμένου τους με την υποβολή καταγγελίας και ότι η απόφαση της Επιτροπής απηχεί τα επιχειρήματά της, ιδίως στα σημεία Ι.Δ και ΙΙ. Β. 5, in fine. Επομένως, η προσφυγή της είναι παραδεκτή (βλ. την απόφαση του Δικαστηρίου της 22ας Οκτωβρίου 1986, 75/84, Metro κατά Επιτροπής, στο εξής: απόφαση Metro II, Συλλογή 1986, σ. 3021, σκέψεις 20 έως 23).

39 Περαιτέρω, η Galec, υπό την ιδιότητα του κεντρικού πρακτορείου προμηθειών ενός οικονομικού ομίλου, αποτελεί επιχειρηματία που ασκεί ευθέως δραστηριότητα στην αγορά των αρωμάτων και των καλλυντικών προϊόντων, επιλέγοντας τους παρασκευαστές και διαπραγματευόμενη τους όρους που αφορούν τις κατηγορίες ποιότητας και τις τιμές, τους χρηματοοικονομικούς όρους και τους τρόπους παραδόσεως και εφοδιασμού. Εάν δεν είχε εκδοθεί η Απόφαση, η Galec θα μπορούσε κανονικά, κατά τον ένα ή τον άλλο τρόπο, να εφοδιάζεται με προϊόντα Givenchy, πλην όμως η έκδοσή της της στέρησε κάθε δικαίωμα κανονικής προσβάσεως στην αγορά αυτή.

40 Η καθής δεν αμφισβητεί το παραδεκτό της προσφυγής.

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου

41 Η καθής δεν ζήτησε να κηρυχθεί απαράδεκτη η προσφυγή. Υπό τις συνθήκες αυτές, η Givenchy δεν νομιμοποιείται να προβάλει ένσταση απαραδέκτου και, επομένως, το Πρωτοδικείο δεν υποχρεούται να εξετάσει τους προβαλλόμενους ισχυρισμούς (απόφαση του Δικαστηρίου της 24ης Μαρτίου 1993, C-313/90, CIRFS κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 1993, σ. I-1125, σκέψεις 20 έως 22).

42 Πρέπει ωστόσο να εξετασθεί αυτεπαγγέλτως το παραδεκτό της προσφυγής, βάσει του άρθρου 113 του Κανονισμού Διαδικασίας (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση CIRFS κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψη 23).

43 Σύμφωνα με το άρθρο 173 της Συνθήκης, τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα δύνανται να ασκούν προσφυγή κατά αποφάσεως που απευθύνεται σε άλλο πρόσωπο, μόνον αν η απόφαση αυτή τα αφορά άμεσα και ατομικά. Δεδομένου ότι η Απόφαση είχε ως αποδέκτη τη Givenchy, πρέπει να εξετασθεί αν οι δύο αυτές προϋποθέσεις πληρούνται όσον αφορά τη Galec.

44 Όσον αφορά το αν η Απόφαση αφορά «ατομικά» τη Galec, από πάγια νομολογία προκύπτει ότι τα υποκείμενα δικαίου πλην των αποδεκτών μιας αποφάσεως δεν μπορούν να ισχυριστούν ότι η απόφαση τα αφορά ατομικά, παρά μόνον αν τα θίγει λόγω ορισμένων ιδιαιτέρων ιδιοτήτων τους ή μιας πραγματικής καταστάσεως που τα χαρακτηρίζει σε σχέση με κάθε άλλο πρόσωπο και, ως εκ τούτου, τα εξατομικεύει κατά τρόπο ανάλογο με εκείνο του αποδέκτη (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση Plaumann κατά Επιτροπής, σ. 942, και την απόφαση του Πρωτοδικείου της 6ης Ιουλίου 1995, Τ-447/93, Τ-448/93 και Τ-449/93, AITEC κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 1995, σ. II-1971, σκέψη 34).

45 Το Πρωτοδικείο τονίζει συναφώς ότι η Galec είναι μια συνεταιριστική εταιρία με μεταβαλλόμενο κεφάλαιο, στην οποία μετέχουν έμποροι λιανικής πωλήσεως που ασκούν εμπορία με τον διακριτικό τίτλο É. Leclerc και η οποία έχει συσταθεί σύμφωνα με τον γαλλικό νόμο 72-652, της 11ης Ιουλίου 1972. Το άρθρο 1 του νόμου αυτού ορίζει ότι ο σκοπός των συνεταιριστικών εταιριών αυτού του είδους συνίσταται στη βελτίωση, με την κοινή προσπάθεια των εταίρων τους, των προϋποθέσεων υπό τις οποίες αυτοί ασκούν το εμπορικό τους επάγγελμα. Προς τούτο, οι εν λόγω εταιρίες μπορούν μεταξύ άλλων να προμηθεύουν εν όλω ή εν μέρει τους εταίρους τους με τα εμπορεύματα, τα είδη διατροφής ή τις υπηρεσίες, τον εξοπλισμό και τα υλικά που είναι απαραίτητα για την άσκηση του εμπορίου τους. Το άρθρο 2, παράγραφος 2, του καταστατικού της Galec διευκρινίζει, μεταξύ άλλων, ότι οι υπηρεσίες που η εταιρία προτίθεται να παρέχει στα μέλη της δεν περιορίζονται ούτε από άποψη είδους ούτε από άποψη ποσότητας και μπορούν ιδίως να αφορούν κάθε συναλλαγή και δραστηριότητα που έχει οποιαδήποτε σχέση με το επάγγελμα των μελών της. Σύμφωνα με το άρθρο 30 Α του καταστατικού της, η Galec εργάζεται αποκλειστικά για λογαριασμό των εταίρων προκειμένου να τους παράσχει τη δυνατότητα να μειώσουν το κόστος τους κατά την αγορά και τη διανομή στους δικούς τους εταίρους ή/και στους καταναλωτές. Η Galec μπορεί μεταξύ άλλων να πραγματοποιήσει αγορές, ιδίω ονόματι, για λογαριασμό των μελών της.

46 Σύμφωνα με όσα υποστήριξε η Galec κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, τα οποία και δεν αμφισβητήθηκαν, πριν από την έκδοση της Αποφάσεως είχε απευθυνθεί σε διάφορους αρωματοποιούς, συμπεριλαμβανομένης της Givenchy, για να ζητήσει να γίνουν τουλάχιστον ορισμένα από τα μέλη της δεκτά στο δίκτυο ως εγκεκριμένοι διανομείς. Ακολούθως, ένα μέλος της Galec, η εταιρία Rocadis, υπέβαλε με έγγραφο της 7ης Φεβρουαρίου 1991 «δοκιμαστική» αίτηση υποψηφιότητας στη Givenchy, για το κέντρο Leclerc του Poitiers.

47 Η αίτηση αυτή απορρίφθηκε με έγγραφο της Givenchy της 29ης Απριλίου 1991, για τον λόγο ότι δεν επληρούντο τα κριτήρια επιλογής και ιδίως ότι ο διακριτικός τίτλος Leclerc δεν συνέβαλλε στο κύρος και τη διασημότητα του σήματος Givenchy. Το δελτίο αξιολογήσεως που χρησιμοποιήθηκε στην περίπτωση εκείνη ήταν κατ' ουσίαν πανομοιότυπο με αυτό που χρησιμοποιεί σήμερα η Givenchy.

48 Δεν αμφισβητείται επίσης ότι διάφορα άλλα κέντρα Leclerc εξεδήλωσαν την πρόθεσή τους να διανείμουν τα προϊόντα Givenchy, όπως αποδεικνύεται από τις πολυάριθμες εθνικές δίκες για τις οποίες η Galec και η Givenchy έκαναν λόγο στα έγγραφα υπομνήματά τους.

49 Περαιτέρω, η Galec συμμετέσχε στη διοικητική διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής υποβάλλοντας εκτενείς παρατηρήσεις, κατόπιν της δημοσιεύσεως της ανακοινώσεως που προβλέπεται στο άρθρο 19, παράγραφος 3, του κανονισμού 17 (βλ. σκέψη 6 ανωτέρω). Με τις παρατηρήσεις αυτές, η Galec ισχυρίστηκε μεταξύ άλλων ότι η Απόφαση συνεπάγεται αποκλεισμό των μελών της από τη διανομή των προϊόντων Givenchy και κάλεσε την Επιτροπή να ελέγξει επί τόπου τις συνθήκες διανομής των προϊόντων πολυτελείας στις εγκαταστάσεις των κέντρων Leclerc που επιθυμούν να αποκτήσουν πρόσβαση στη διανομή των αρωμάτων πολυτελείας.

50 Με έγγραφο της 12ης Δεκεμβρίου 1991, η Επιτροπή επιβεβαίωσε ότι οι παρατηρήσεις της Galec θα εξετάζονταν μετά προσοχής. Η Επιτροπή υποστήριξε κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση ότι έλαβε υπόψη τις παρατηρήσεις

αυτές κατά την έκδοση της Αποφάσεως. Δεν αμφισβητείται ωστόσο ότι η Απόφαση εγκρίνει, κατ' ουσίαν, τις ιδιομορφίες του συστήματος επιλεκτικής διανομής της Givenchy τις οποίες επέκρινε η Galec κατά τη διοικητική διαδικασία.

51 Υπό τις περιστάσεις αυτές, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η κατάσταση στην προκειμένη περίπτωση δεν διαφέρει ουσιαστικά από εκείνη την οποία αφορούσε η απόφαση Metro II (σκέψεις 21 έως 23), με την οποία το Δικαστήριο έκρινε ότι μια απόφαση της Επιτροπής αφορά άμεσα και ατομικά έναν επιχειρηματία του οποίου απορρίφθηκε η αίτησή του να γίνει δεκτός σε δίκτυο ως εγκεκριμένος διανομέας και ο οποίος είχε υποβάλει παρατηρήσεις βάσει του άρθρου 19, παράγραφος 3, του κανονισμού 17, εφόσον η εν λόγω απόφαση ενέκρινε τα κριτήρια τα οποία ο επιχειρηματίας αυτός είχε επικρίνει κατά τη διοικητική διαδικασία.

52 Πρέπει να προστεθεί ότι η Απόφαση θίγει τα ίδια συμφέροντα της Galec, καθόσον ο καταστατικός της σκοπός συνίσταται μεταξύ άλλων στη διαπραγμάτευση των συμβάσεων εφοδιασμού των κέντρων Leclerc. Επομένως, η Απόφαση αφορά ατομικά τη Galec υπό την ιδιότητά της ως διαπραγματευόμενης τις εν λόγω συμβάσεις εφοδιασμού (βλ., κατ' αναλογία, την απόφαση του Δικαστηρίου της 2ας Φεβρουαρίου 1988, 67/85, 68/85 και 70/85, Van der Kooy κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 1988, σ. 219, σκέψεις 20 έως 25, καθώς και την προπαρατεθείσα απόφαση CIRFS κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψη 30).

53 Περαιτέρω, από το καταστατικό της Galec και ιδίως από το άρθρο του 2 προκύπτει ότι η Galec είχε εμμέσως εξουσιοδοτηθεί να προβάλει, κατά τη διοικητική διαδικασία, όχι μόνο τη δική της άποψη, αλλά και την άποψη των μελών της που επιθυμούσαν να γίνουν μέλη του δικτύου Givenchy. Δεδομένου ότι τα μέλη αυτά είναι δυνητικοί ανταγωνιστές των εγκεκριμένων διανομέων της Givenchy, έχουν τα ίδια την ιδιότητα του «ενδιαφερομένου τρίτου», κατά την έννοια του άρθρου 19, παράγραφος 3, του κανονισμού 17. Επομένως, η

Απόφαση αφορά ατομικά τη Galec και για τον λόγο ότι συμμετέσχε στη διοικητική διαδικασία ως εκπρόσωπος των μελών της (βλ., κατ' αναλογία, την προπαρατεθείσα απόφαση AITEC κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψεις 60 έως 62).

54 Όσον αφορά το αν η Απόφαση αφορά άμεσα τη Galec, αρκεί να διαπιστωθεί ότι η εν λόγω Απόφαση άφησε άθικτα όλα τα αποτελέσματα του δικτύου της Givenchy, επιτρέποντας έτσι στη Givenchy να αντιτάξει ευθέως στη Galec και στα μέλη της τα κριτήρια επιλογής των οποίων η Galec είχε αμφισβητήσει τη νομιμότητα κατά τη διοικητική διαδικασία.

55 Περαιτέρω, μολονότι η ίδια η Galec δεν επιδιώκει να καταστεί εγκεκριμένος διανομέας της Givenchy, οι αγορές της προϊόντων Givenchy εξαρτώνται πλέον από την τήρηση των κριτηρίων επιλογής, των οποίων η νομιμότητα διαπιστώθηκε με την Απόφαση. Επομένως, η Galec έχει γεγεννημένο και ενεστώς συμφέρον να αμφισβητήσει το βάσιμο της Αποφάσεως.

56 Επομένως, η προσφυγή είναι παραδεκτή.

Επί της ουσίας

57 Η κύρια αιτίαση της Galec συνίσταται στο ότι η σώρευση των κριτηρίων επιλογής που εγκρίθηκαν με την Απόφαση συνεπάγεται a priori αποκλεισμό από το δίκτυο Givenchy ορισμένων μεγάλων υπεραγορών με τον διακριτικό τίτλο É. Leclerc, παρά το ότι οι υπεραγορές αυτές είναι ικανές να εμπορεύονται αρώματα πολυτελείας υπό συνθήκες έντιμες και αναδεικνύουσες την αξία των προϊόντων. Σχετικά μ' αυτή την κύρια αιτίαση, η Galec προβάλλει με την προσφυγή της τρεις σειρές λόγων ακυρώσεως που αφορούν, αντιστοίχως, ελλείψεις αιτιολογήσεως, πλάνες περί τα πράγματα και πλάνες περί το δίκαιο. Οι λόγοι αυτοί αλληλεπικαλύπτονται και περιλαμβάνουν, κατ' ουσίαν, τους ακόλουθους τέσσερις κύριους ισχυρισμούς: α) η Απόφαση είναι πλημμελής λόγω ελλιπούς αιτιολογίας ή/και πρόδηλων πλανών περί τα πράγματα, στο μέτρο που θεωρείται ότι οι μέθοδοι αναδείξεως της αξίας των προϊόντων που χρησιμοποιούν οι μεγάλες ή μεσαίες υπεραγορές (στο εξής: διανομή

μεγάλης κλίμακας) είναι ακατάλληλες για τη διανομή των αρωμάτων πολυτελείας· β) η Απόφαση είναι πλημμελής λόγω ελλιπούς αιτιολογίας ή/και πρόδηλων πλανών περί τα πράγματα, όσον αφορά τις ανάγκες και τις προσδοκίες των καταναλωτών· γ) η Απόφαση είναι πλημμελής λόγω πλανών περί το δίκαιο ή/και ελλιπούς αιτιολογίας, καθόσον η Επιτροπή αποφάσισε ότι τα κριτήρια που συνοψίζονται στο σημείο της II. Α. 5 δεν εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης· δ) η Απόφαση είναι πλημμελής λόγω πλανών περί το δίκαιο ή/και πρόδηλων πλανών περί τα πράγματα ή/και ελλιπούς αιτιολογίας, όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζεται το άρθρο 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης.

58 Πρέπει καταρχάς να εξετασθεί το βάσιμο της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, συγκεντρώνοντας όλους τους σχετικούς ισχυρισμούς και επιχειρήματα των διαδίκων και, δεύτερον, το βάσιμο της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης.

I — *Επί του βασίμου της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης*

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων

Επιχειρήματα της Galec

59 Η Galec εκθέτει καταρχάς ότι διανέμει, μέσω των μελών της που χρησιμοποιούν τον διακριτικό τίτλο É. Leclerc, διάφορα προϊόντα πολυτελείας (συσκευές ήχου υψηλής πιστότητας, οίνο υψηλής ποιότητας, κοσμήματα, ωρολόγια, φωτογραφικές μηχανές, υφάσματα πολυτελείας κ.λπ.) υπό απόλυτα προσαρμοσμένες συνθήκες και ότι δέχεται την αναγκαιότητα ενός συστήματος του οποίου ο στόχος στηρίζεται στην έννοια «επιλεκτικότητα πολυτελείας», προκειμένου να διατηρηθεί το κύρος των προϊόντων πολυτελείας και να ικανοποιηθούν οι προσδοκίες των καταναλωτών. Η Galec δέχεται επίσης ότι δεν έχουν όλα τα καταστήματα με το διακριτικό τίτλο É. Leclerc την ικανότητα να ασκούν ένα τέτοιο είδος εμπορίας. Ωστόσο, ορισμένες μεγάλες υπεραγορές υπό τον διακριτικό τίτλο É. Leclerc εφαρμόζουν ήδη την επιλεκτικότητα πολυτελείας, μέσω ιδιαίτερων τεχνικών, όπως είναι η διαμόρφωση μιας θέσης με ειδικό προορισμό μέσα στο κατάστημα ή η διαρρύθμιση, εντός

του συνολικού χώρου που χρησιμοποιείται για τις πωλήσεις, ενός εξειδικευμένου χώρου ο οποίος φέρει ενδεχομένως ένα δευτερεύοντα διακριτικό τίτλο (για παράδειγμα Éole). Τα καταστήματα αυτά είναι προσαρμοσμένα ή μπορούν να προσαρμοστούν στην πώληση των καλλυντικών πολυτελείας, πράγμα που αποδεικνύεται από τις συνημμένες στην προσφυγή φωτογραφίες των χώρων που προσδιορίζονται με το δίπτυχο «ομορφιά-υγεία» και οι οποίοι βρίσκονται μέσα σε ορισμένα κέντρα Leclerc.

60 Ωστόσο, η διανομή μεγάλης κλίμακας αποκλείεται αυτόματα από το δίκτυο Givenchy, λόγω της σώρευσης των κριτηρίων επιλογής που εγκρίθηκαν με την Απόφαση, ιδίως των κριτηρίων που αφορούν το γεωγραφικό περιβάλλον, την εξωτερική όψη των γειτονικών εμπορικών καταστημάτων, την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως, το περιβάλλον που συνθέτουν τα λοιπά διανεμόμενα εμπορεύματα τα οποία δεν πρέπει να μειώνουν την αξία του σήματος Givenchy, την ποιότητα της προσόψεως, την ύπαρξη μιας ή περισσοτέρων προθηκών στην πρόσοψη, την απαίτηση να συνάδει το επίπεδο και η διακόσμηση των προθηκών αυτών με τη συνήθη πρακτική που διέπει την πώληση των προϊόντων πολυτελείας και, τέλος, τον διακριτικό τίτλο ο οποίος στην αντίληψη του κοινού δεν πρέπει να συνεπάγεται περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών (σημεία II.4, II.6 και II.8 της Συμβάσεως, τα οποία παρατίθενται στις σκέψεις 12 και 13 ανωτέρω). Πράγματι, τα προαναφερθέντα κριτήρια δεν μπορούν να ικανοποιηθούν παρά μόνον από τις παραδοσιακές μορφές εμπορίου, όπως είναι οι έμποροι λιανικής πωλήσεως στο κέντρο της πόλεως, τα μεγάλα καταστήματα στο κέντρο της πόλεως και τα εμπορικά κέντρα.

61 Ειδικότερα, η προσφεύγουσα απορεί πώς η Επιτροπή μπόρεσε να επικυρώσει ένα κριτήριο τόσο απορριπτικό όσο εκείνο που αφορά τον διακριτικό τίτλο, διότι το κριτήριο αυτό είναι εντελώς υποκειμενικό και αποκλείει όλους τους εθνικούς ή κοινοτικούς διακριτικούς τίτλους των υπεραγορών που αναπτύχθηκαν ιστορικά στηριζόμενες στην προβολή της «έκπτωσης» και στον περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών — μολονότι η εμπορική αυτή πρακτική εξελίχθηκε πολύ τα τελευταία είκοσι έτη και στην αντίληψη των καταναλωτών ο διακριτικός τίτλος ενός διανομέα μεγάλης κλίμακας δεν ταυτίζεται πλέον καθόλου με μειωμένη αξία.

62 Όσον αφορά την αιτιολογία της Αποφάσεως, η προσφεύγουσα φρονεί ότι σε μια απόφαση αρχής όπως εν προκειμένω, η παρατεθείσα από την Επιτροπή αιτιολογία θα έπρεπε να είναι ιδιαιτέρως πλήρης. Η Επιτροπή όμως δεν αιτιολόγησε την άποψη ότι τα κριτήρια που διαλαμβάνονται στην Απόφαση

είναι σύμφυτα με την επιλεκτικότητα πολυτελείας. Συναφώς, παρά τις παρατηρήσεις που υπέβαλε η Galec κατά τη διοικητική διαδικασία, η Απόφαση δεν περιέχει καμία αιτιολόγηση όσον αφορά την ικανότητα της διανομής μεγάλης κλίμακας να αναδεικνύουν την αξία των αρωμάτων πολυτελείας. Πράγματι, στη διανομή μεγάλης κλίμακας έχει σημειωθεί μια βαθιά αλλαγή των μεθόδων εμπορίας (βλ. σκέψη 59 ανωτέρω), με αποτέλεσμα να μπορεί όχι μόνο να προστατεύει την εμπορική φήμη που συνοδεύει τα προϊόντα υψηλής τεχνολογίας και πολυτελείας, αλλά επιπλέον να είναι ανταγωνιστική όσον αφορά τη φήμη των προϊόντων αυτών.

63 Ωστόσο, η Επιτροπή επαφέθηκε στους παρασκευαστές για να κρίνουν το πώς «αντιλαμβάνεται» το κοινό έναν διακριτικό τίτλο, το περιβάλλον που συνθέτουν τα λοιπά εμπορεύματα ή την τήρηση της «συνήθους πρακτικής» που διέπει την πώληση των προϊόντων πολυτελείας, πράγμα που συνιστά υπερβολική ελευθερία, εγγίζουσα την εξουσιαστική αίρεση, της οποίας τον απαραίτητο χαρακτήρα ουδόλως αιτιολόγησε η καθής. Συναφώς, οι αρωματοποιοί, θεωρώντας εσφαλμένα ότι η γειτνίαση των αρωμάτων πολυτελείας με άλλα εμπορεύματα μειώνει την αξία τους, αποκλείουν de facto τα προϊόντα αυτά από κάθε διανομή μεγάλης κλίμακας (βλ., για παράδειγμα, την απόφαση του γαλλικού Cour de cassation της 19ης Μαΐου 1992, Sodigar κατά Dior, παράρτημα 6 της προσφυγής). Ένα παράδειγμα της αυθαιρεσίας και της υποκειμενικότητας της Givenchy, καθώς και του ότι αποκλείει a priori τη διανομή μεγάλης κλίμακας, αποτελεί η άποψη που περιέχεται στο έγγραφο της 29ης Απριλίου 1991, το οποίο αφορά την αίτηση εγκρίσεως της εταιρίας Rocadis για το κέντρο Leclerc του Poitiers, «ότι υφίσταται μια απόλυτη διάκριση μεταξύ, αφενός, ενός παραδοσιακού αρωματοπωλείου το οποίο ικανοποιεί όλα τα ποιοτικά κριτήρια μας και είναι εγκατεστημένο εντός της εμπορικής στοάς μιας υπεραγοράς και, αφετέρου, του προοριζόμενου για την πώληση των προϊόντων αρωματοποιίας χώρου ο οποίος βρίσκεται εντεύθεν των ταμείων μιας υπεραγοράς».

64 Περαιτέρω, η Επιτροπή ουδόλως αιτιολόγησε την άποψη ότι ο καταναλωτής προϊόντων πολυτελείας αναζητεί την πολυτέλεια μόνο στα πλαίσια του παραδοσιακού εμπορίου. Συγκεκριμένα, η γνώμη της Επιτροπής ότι το βασικό κίνητρο της επιλογής του καταναλωτή στηρίζεται στον αποκλειστικό χαρακτήρα των προϊόντων (σημεία II. A. 5, τέταρτο εδάφιο, και II. B. 3, δεύτερο

εδάφιο, της Αποφάσεως) αποτελεί απλώς μια ex cathedra διαπίστωση. Η Επιτροπή, αποφεύγοντας να αναφερθεί σε οποιαδήποτε δημοσκόπηση, σφυγμομέτρηση της κοινής γνώμης ή στατιστική μελέτη, δεν παρέσχε στο Πρωτοδικείο τη δυνατότητα να βεβαιωθεί για την πιστότητα αυτής της εικόνας του μέσου καταναλωτή. Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές προσδοκούν μια διαφοροποιημένη προσφορά προϊόντων πολυτελείας και ανταποκρίνονται θετικά όταν μια τέτοια προσφορά τίθεται στη διάθεσή τους. Κατά την προσφεύγουσα, πρόκειται για «παρελθοντολογικά» κίνητρα τα οποία δεν στηρίζονται σε καμία απόδειξη.

65 Όσον αφορά τα ελαττώματα της αποφάσεως που συνίστανται σε πλάνες περί τα πράγματα, η προσφεύγουσα υποστηρίζει ότι, για τους ήδη εκτεθέντες λόγους, η Επιτροπή αγνόησε την ικανότητα της διανομής μεγάλης κλίμακας να διαθέτει τα αρώματα πολυτελείας υπό ικανοποιητικές συνθήκες. Επιπλέον, η Επιτροπή παρερμήνευσε προφανώς τα κίνητρα των πελατών διαπιστώνοντας, στο σημείο ΙΙ. Β. 3, δεύτερο εδάφιο, της Αποφάσεως, ότι «το κοινοποιηθέν σύστημα διανομής επιτρέπει να διαφυλαχθεί ο αποκλειστικός χαρακτήρας των συμβατικών προϊόντων, πράγμα που αποτελεί το ουσιαστικό κίνητρο της επιλογής του καταναλωτή».

66 Στην πραγματικότητα, αφ' ης μια υπεραγορά κατορθώνει να διαθέσει στο εμπόριο αρώματα πολυτελείας, αντιμετωπίζει μια σημαντική αυθόρμητη ζήτηση των καταναλωτών, που αναζητούν την πολυτέλεια και την ονειρική διάσταση, αλλ' όχι αναγκαστικά και την τιμή που ζητείται σ' ένα κλειστό δίκτυο. Ειδικότερα, υπάρχει μια κατηγορία καταναλωτών, συχνά σχετικά νέων, ευπόρων, αστών, που αρέσκονται στις καινοτομίες και στα προϊόντα υπό συγκεκριμένα σήματα, οι οποίοι πραγματοποιούν κατά προτίμηση τις αγορές τους μέσω της διανομής μεγάλης κλίμακας, περιλαμβανομένων και όλων των ειδών υψηλής ποιότητας, κατηγορία καταναλωτών των οποίων την ύπαρξη αρνείται η Επιτροπή.

67 Επομένως, είναι λάθος να τεκμαίρεται ότι η εικόνα που έχει ο καταναλωτής για τη διανομή μεγάλης κλίμακας είναι ενιαία και υποτιμητική ή ότι η διάθεση ενός προϊόντος πολυτελείας μέσω της διανομής μεγάλης κλίμακας θα είχε ως αποτέλεσμα να το μεταβάλει σε τρέχον προϊόν. Ειδικότερα, το κριτήριο που στηρίζεται στη γενική πρόσληψη ενός διακριτικού τίτλου δεν είναι

κατάλληλο, διότι μπορεί να υφίστανται, υπό τον ίδιο διακριτικό τίτλο, ειδικά διαρρυθμισμένοι χώροι, όπως τα «manèges à bijoux» ορισμένων κέντρων Leclerc. Ομοίως, ο καταναλωτής μπορεί να βρει, συγκεντρωμένα κάτω από τον ίδιο διακριτικό τίτλο, ένα πλήθος καταστημάτων, είτε εμπορικών είτε παροχής υπηρεσιών, οπότε εν προκειμένω δεν συνδέονται στην αντίληψή του τα προϊόντα με τον διακριτικό τίτλο των κέντρων Leclerc.

68 Κατά την προσφεύγουσα, από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η Επιτροπή παρέβη το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, αποφασίζοντας ότι τα συνοψιζόμενα στο σημείο II. Α. 5 της Αποφάσεως κριτήρια δεν εμπίπτουν στην απαγόρευση της διατάξεως αυτής. Ειδικότερα, τα εν λόγω κριτήρια δεν είναι ούτε αντικειμενικά ούτε ομοιόμορφα και υπερβαίνουν το αναγκαίο μέτρο. Επιπλέον, η Επιτροπή αντιμετώπισε κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις τις τεχνικές αναδείξεως της αξίας των προϊόντων που χρησιμοποιεί η διανομή μεγάλης κλίμακας.

69 Επιπλέον, ο περιορισμός του ανταγωνισμού που συνεπάγεται η εφαρμογή των κριτηρίων αυτών επιδεινώνεται λόγω του σωρευτικού αποτελέσματος που έχουν τα δίκτυα που είναι ανάλογα εκείνου της Givenchy. Επομένως, η Επιτροπή πλανήθηκε καταφανώς περί το δίκαιο υποστηρίζοντας ότι η αποκλειστικότητα για τα προϊόντα πολυτελείας που εφαρμόζουν κατά τρόπο παράλληλο και σωρευτικό όλοι οι κοινοτικοί παρασκευαστές δεν περιορίζει τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 1.

70 Συγκεκριμένα, η Απόφαση παγιώνει τον αριθμό των διανομέων στην αγορά των «αρωμάτων πολυτελείας» — που αποτελεί την κρίσιμη αγορά σύμφωνα με την έκθεση του καθηγητή Weber που διαλαμβάνεται στο σημείο Ι. Β της Αποφάσεως — και επικυρώνει το αντίθετο προς τον ανταγωνισμό σύστημα του numerus clausus που εντοπίζει η έκθεση αυτή. Επιπλέον, δεν αφήνεται κανένα περιθώριο για άλλες μορφές διανομής, πλην εκείνης που περιγράφεται στην Απόφαση, και η αγορά είναι τόσο άκαμπτη και δομημένη ώστε δεν υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός, οπότε τυγχάνει εφαρμογής το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης (βλ. την απόφαση Metro II, σκέψεις 40 έως 42). Συναφώς, η Επιτροπή κακώς ανέμειξε διαφορετικές αγορές διαπιστώνοντας, στο σημείο Ι. Β, τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως, ότι τα προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο μέσω της επιλεκτικής διανομής αντιπροσωπεύουν μεταξύ 24 και 36 % των πωλήσεων σε σχέση με το σύνολο των πωλήσεων των καλλυντικών προϊόντων.

Επιχειρήματα της Επιτροπής

71 Η Επιτροπή φρονεί ότι δεν απέκλεισε a priori καμία σύγχρονη μορφή εμπορίου. Δεν αποφάνθηκε ως προς το αν ορισμένα κέντρα Leclerc μπορούν να ικανοποιήσουν τα κριτήρια που της κοινοποίησε η Givenchy, αλλά διαπίστωσε απλώς ότι τα εν λόγω κριτήρια επιλογής ήσαν αναγκαία για να διατηρηθεί η ποιότητα και να εξασφαλιστεί η καλή χρήση των προϊόντων ή ότι ήσαν σχετικά με τις απαιτήσεις της διανομής των προϊόντων αυτών (απόφαση του Δικαστηρίου της 3ης Ιουλίου 1985, 243/83, Binon, Συλλογή 1985, σ. 2015, σκέψη 31). Η καθής διευκρινίζει ότι από το 1988 άρχισε την επανεξέταση της καταστάσεως του ανταγωνισμού στον επίμαχο τομέα, πράγμα που την οδήγησε να διατυπώσει αντιρρήσεις όσον αφορά μια σειρά από συμβατικές ρήτρες, προκειμένου να διασφαλιστεί η κατάργηση κάθε αμιγώς ποσοτικού κριτηρίου επιλογής. Επομένως, ούτε παγίωσε τον αριθμό των διανομέων αρωμάτων πολυτελείας ούτε επικύρωσε ένα σύστημα numerus clausus, αντίθετα προς όσα υποστηρίζει η Galec.

72 Περαιτέρω, η Επιτροπή εξέφρασε την άποψη, στα σημεία II. A. 5, έκτο εδάφιο, και II. B. 5, τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως, ότι τα κριτήρια της Givenchy δεν ήσαν ικανά να αποκλείσουν ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής όπως τα μεγάλα καταστήματα, έστω και αν αυτό συνεπάγεται μερική τροποποίηση των ειδικών μεθόδων τους εμπορίας. Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, ο εκπρόσωπος της Επιτροπής επιβεβαίωσε ότι η Επιτροπή δεν αποκλείει a priori καμία μορφή διανομής του «είδους της υπεραγοράς» στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας και ότι η έκφραση «μεγάλα καταστήματα», στα σημεία II. A. 5, έκτο εδάφιο, και II. B. 5, τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως, έχει την έννοια ότι περικλείει και τις υπεραγορές.

73 Όσον αφορά τα κριτήρια τα οποία η Galec προσδιορίζει ως εκείνα που την αποκλείουν από το δίκτυο, ούτε η προϋπόθεση ότι οι προθήκες πρέπει να ανταποκρίνονται διαρκώς στο κύρος του σήματος ούτε η συνεκτίμηση των λοιπών δραστηριοτήτων ενός σημείου πωλήσεως συνεπάγονται υποχρεωτικά

τον αποκλεισμό των μεγάλων και μεσαίων υπεραγορών. Αντιθέτως, αν το πρόβλημα είναι στην πραγματικότητα πρόβλημα εφαρμογής των εν λόγω κριτηρίων κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις, η εν λόγω εφαρμογή θα ήταν φυσικά παράνομη, αλλ' αυτό δεν μπορούσε να το γνωρίζει η Επιτροπή κατά το στάδιο της εξετάσεως του θεμιτού των κριτηρίων αυτών.

74 Εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή εμμένει στο ότι είναι προφανής η αναγκαιότητα του κριτηρίου που αφορά τον διακριτικό τίτλο, καθόσον το κριτήριο αυτό επιτρέπει τον αποκλεισμό ορισμένων διακριτικών τίτλων που είναι καταφανώς μειωτικοί της αξίας του προϊόντος. Από τα επιχειρήματα της Galec προκύπτει ότι υφίστανται μεγάλες και μεσαίες υπεραγορές των οποίων ο διακριτικός τίτλος αντιστοιχεί στην εκούσια κατασκευή μιας εικόνας στηριζόμενης στον περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών, πράγμα το οποίο δικαιολογεί τον αποκλεισμό τους από τα δίκτυα διανομής των σχετικών προϊόντων. Αντιστρόφως, οι διανομείς που έχουν έναν διακριτικό τίτλο ο οποίος δεν είναι ή δεν είναι πλέον συνώνυμος με τον περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών ουδόλως αποκλείονται από το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Givenchy. Επιπλέον, η Επιτροπή διευκρίνισε, στο σημείο II. Α. 5, τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως, ότι ο υποβαθμιστικός χαρακτήρας ενός σημείου πωλήσεως ή του διακριτικού του τίτλου δεν πρέπει να συνδέεται με τη συνήθη πολιτική τιμών του διανομέα.

75 Σχετικά με την άποψη ότι η Επιτροπή επαφέθηκε στον παρασκευαστή όσον αφορά την εκτίμηση ορισμένων κριτηρίων, όπως ο διακριτικός τίτλος κ.λπ., η καθής ισχυρίζεται ότι η πλειονότητα των ποιοτικών κριτηρίων επιλογής δεν μπορεί να οριστεί κατά τρόπο αυστηρό, αλλά συνεπάγεται μια κατά περίπτωση εκτίμηση εκ μέρους του παρασκευαστή, η οποία εξαρτάται από την τήρηση της αρχής της απαγορεύσεως των διακρίσεων και υπόκειται στον έλεγχο των αρμοδίων δικαστηρίων.

76 Όσον αφορά την αιτιολογία της Αποφάσεως, αυτή είναι σαφής και πλήρης, ιδίως στο σημείο II. Α. 5. Περαιτέρω, από την προπαρατεθείσα απόφαση L'Oréal, από την απόφαση του Δικαστηρίου της 10ης Ιουλίου 1980, 99/79, Lancôme (Συλλογή τόμος 1980/II, σ. 617), και την απόφαση 85/616/ΕΟΚ της Επιτροπής, της 16ης Δεκεμβρίου 1985, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του

άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΟΚ (IV/30.665 — Villeroy et Boch) (ΕΕ L 376, σ. 15), προκύπτει ότι δεν υπήρξε καμία καινοτομία στο γεγονός ότι η Επιτροπή θεώρησε ότι η διατήρηση της εικόνας υψηλού κύρους ενός προϊόντος μπορεί να δικαιολογήσει κριτήρια σχετικά με την επαγγελματική κατάρτιση του μεταπωλητή και την ποιότητα των εγκαταστάσεών του.

77 Όσον αφορά τους καταναλωτές, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι μπόρεσε να στηριχθεί στις παρατηρήσεις που υπέβαλαν ορισμένες από τις ενώσεις τους, στα πλαίσια της διαδικασίας που αφορούσε την απόφαση Yves Saint Laurent. Εν πάση περιπτώσει, είναι προφανές ότι το ουσιαστικό κίνητρο του καταναλωτή προϊόντων πολυτελείας είναι η εξασφάλιση ότι το προϊόν δεν θα καταστεί κοινότοπο. Μολονότι, σε μια πρώτη φάση, ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να αγοράσει ένα προϊόν πολυτελείας που του προσφέρεται σε έναν χώρο πωλήσεως που δεν αντικατοπτρίζει τον χαρακτήρα πολυτέλειας του προϊόντος, το γεγονός ότι το προϊόν αυτό προσφέρεται σ' έναν τέτοιο χώρο πωλήσεως θα έχει βαθμιαίως συνέπεια την υποβάθμισή του, με αποτέλεσμα να παύσει να αποτελεί πλέον προϊόν πολυτελείας, οπότε μακροπρόθεσμα ο καταναλωτής θα απομακρυνθεί από αυτό.

78 Όσον αφορά το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, η Επιτροπή φρονεί ότι τα κριτήρια που διαλαμβάνονται στο σημείο II. Α. 5 της Αποφάσεως είναι προδήλως αντικειμενικά κριτήρια ποιοτικού χαρακτήρα, όπως εκείνα που περιγράφονται στην απόφαση Metro I, και ότι έχουν καθοριστεί κατά τρόπο ομοιόμορφο και μη συνεπαγόμενο διακρίσεις, καθόσον δεν αποκλείουν κανένα διανομέα δυνάμενο να τα πληροί. Περαιτέρω, η Επιτροπή διευκρίνισε επίσης ότι η εφαρμογή των κριτηρίων αυτών έπρεπε να μην ενέχει διακρίσεις, πράγμα το οποίο είναι θέμα πρακτικής και δεν εμπίπτει στην εκτίμηση των κριτηρίων αυτών καθεαυτά.

79 Τα επίμαχα κριτήρια δεν βαίνουν πέραν του αναγκαίου μέτρου. Συγκεκριμένα, η Επιτροπή υποστήριξε με την Απόφαση ότι τα χαρακτηριστικά των αρωμάτων πολυτελείας, ήτοι η υψηλή ποιότητά τους και η αίγλη τους που συνδέεται με το υψηλό κύρος και την αποκλειστικότητα, συνδέονται στενά με την ικανότητα του παραγωγού να αναπτύσσει και να διατηρεί μια εμπορική φήμη μεγάλης ακτινοβολίας, που να αξιοποιεί την αισθητική ή λειτουργική ιδιομορφία κάθε προϊόντος ή σειράς προϊόντων. Από τη διαπίστωση αυτή εξήχθη το συμπέρασμα ότι τα κριτήρια επιλογής που αφορούν τη θέση, τα αισθητικά και λειτουργικά χαρακτηριστικά του σημείου πωλήσεως και την απαγόρευση πωλήσεως εμπορευμάτων των οποίων η γειτνίαση μπορεί να υποβαθμίσει την εικόνα του σήματος είναι αναγκαία για να διατηρηθεί η εμπορική φήμη υψηλού κύρους των αρωμάτων Givenchy.

80 Όσον αφορά το σωρευτικό αποτέλεσμα των δικτύων, η Επιτροπή φρονεί ότι η κρίσιμη αγορά είναι η αγορά των καλλυντικών πολυτελείας, αλλ' ότι, εν πάση περιπτώσει, έλαβε δεόντως υπόψη την ύπαρξη των παραλλήλων δικτύων (βλ. σημείο ΙΙ. Α. 8 της Αποφάσεως). Όσον αφορά τη μνημονευόμενη από την προσφεύγουσα σκέψη 40 της αποφάσεως Metro II, από τις σκέψεις 41 και 42 της αποφάσεως αυτής προκύπτει ότι τα συστήματα επιλεκτικής διανομής παύουν να είναι σύμφωνα προς το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης μόνον όταν καταλήγουν σε πλήρη ακαμψία της σχετικής αγοράς, στην οποία επομένως δεν υφίσταται πλέον κανένας ανταγωνισμός. Αυτό δεν συμβαίνει στην προκειμένη περίπτωση, όπου υφίσταται πραγματικός ανταγωνισμός, τόσο μεταξύ καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας υπό ανταγωνιστικά σήματα όσο και μεταξύ προϊόντων υπό το αυτό σήμα, πράγμα το οποίο δικαιολογεί την άποψη ότι τέτοια συστήματα συνάδουν με τις διατάξεις του άρθρου 85, παράγραφος 1.

81 Επιπλέον, μολονότι είναι μέτρια η δυνατότητα υποκαταστάσεως των αρωμάτων πολυτελείας από άλλα αρώματα που δεν πωλούνται μέσω συστήματος επιλεκτικής διανομής, ο καταναλωτής που επιθυμεί να αγοράσει αρώματα χωρίς να καταβάλει την τιμή των αρωμάτων πολυτελείας έχει τη δυνατότητα να βρει τέτοια προϊόντα στα πλαίσια άλλων δικτύων (βλ. σημείο ΙΙ. Β. 3, τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως). Μια τέτοια δυνατότητα καθίσταται ακόμη πιο σημαντική από το γεγονός ότι τα καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας αντιπροσωπεύουν μόνο ένα περιορισμένο τμήμα, που κυμαίνεται μεταξύ 22,4 και 36,2 % ανάλογα με τα κράτη μέλη, της συνολικής αγοράς των καλλυντικών προϊόντων (σημείο Ι. Β, τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως).

Επιχειρήματα των παρεμβαινουσών

82 Δεδομένου ότι οι παρεμβαίνουσες ανέπτυξαν διά μακρών επιχειρήματα παρόμοια με εκείνα της Επιτροπής, επιβάλλεται να παρατεθούν κατωτέρω μόνο τα ακόλουθα στοιχεία.

83 Η Givenchy φρονεί ότι θέσπισε κριτήρια επιλογής αντικειμενικά, απλά και μη ενέχοντα διακρίσεις, σύμφωνα με τη νομολογία του Δικαστηρίου, και ότι παρέσχε σε κάθε επιχειρηματία τη δυνατότητα να αμφισβητήσει τα κριτήρια

επιλογής που χρησιμοποιεί και να προσφύγει στα αρμόδια δικαστήρια. Προς επίρρωση με παραδείγματα του επιχειρήματός της, η Givenchy επισυνάπτει έγγραφα σχετικά με την απόρριψη, για λόγους που θεωρεί αμιγώς ποιοτικούς, της υποψηφιότητας της εταιρίας Rocadis για το κέντρο Leclerc του Poitiers (βλ. σκέψη 46 ανωτέρω). Η εν λόγω εταιρία δεν ήγειρε καμία αμφισβήτηση όσον αφορά τους λόγους της απορρίψεως αυτής.

84 Η Givenchy τονίζει επίσης ότι δεν έχει προκατάληψη έναντι ουδενός επιχειρηματία ο οποίος μπορεί να πληροί τα ποιοτικά κριτήρια που καθόρισε αντικειμενικά η Απόφαση και ότι, επομένως, είναι δυνατό να εξετασθεί κάθε μορφή διανομής — εξειδικευμένοι έμποροι λιανικής πωλήσεως, εμπορικά κέντρα, μεγάλα καταστήματα κ.λπ. — που μπορούν να ικανοποιήσουν τα επίμαχα ποιοτικά κριτήρια. Επομένως, δεν ευσταθεί η επιχειρηματολογία της Galec ότι η Απόφαση ενέκρινε ένα σύστημα διανομής το οποίο απευθύνεται αποκλειστικά στους εξειδικευμένους εμπόρους λιανικής πωλήσεως.

85 Κατά τη Givenchy, η εικόνα, το κύρος και η διασημότητα των προϊόντων υπό το σήμα Givenchy εξαρτώνται στενά από την ποιότητά τους και από τον τρόπο με τον οποίο τα αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής, αλλ' επίσης και από το κύκλωμα εμπορίας, στο μέτρο που τα προϊόντα αρωματοποιίας πολυτελείας — που ανταποκρίνονται σε ειδικές προδιαγραφές και αποτελούν τον καρπό ανεπτυγμένων τεχνικών ερευνών — εξατομικεύονται ως προϊόντα πολυτελείας σε σχέση με τα τρέχοντα προϊόντα αρωματοποιίας. Πράγματι, χωρίς την επιλεκτική διανομή, θα εξαφανιζόταν η ίδια η έννοια του προϊόντος αρωματοποιίας πολυτελείας. Για την επιχείρηση Givenchy, καθετί που θα έθιγε τις προϋποθέσεις διατηρήσεως της εικόνας των προϊόντων αρωματοποιίας πολυτελείας θα είχε επομένως αναπόφευκτα ως αποτέλεσμα την καταστροφή της εντός ολίγου χρόνου.

86 Όσον αφορά το συμφέρον του καταναλωτή, αυτό συνίσταται ουσιαστικά στην αγορά ενός προϊόντος αρωματοποιίας υψηλού κύρους το οποίο να διαφέρει από τα προϊόντα τρέχουσας καταναλώσεως. Επομένως, το συμφέρον του καταναλωτή επιτάσσει τη διατήρηση ενός τρόπου διανομής που να

διασφαλίζει τη διαφύλαξη μιας εικόνας του προϊόντος η οποία να μπορεί να ικανοποιήσει την ιδιαίτερη αναζήτησή του. Επιπλέον, η αγορά ενός προϊόντος αρωματοποιίας συνεπάγεται ότι ο καταναλωτής μπορεί ανά πάσα στιγμή να τύχει μιας προσήκουσας υπηρεσίας παροχής συμβουλών, τόσο για τα προϊόντα αρωματοποιίας όσο και για τα καλλυντικά προϊόντα. Συναφώς, είναι γνωστό ότι ένα προϊόν αρωματοποιίας υψηλού κύρους, όπως και ένα καλλυντικό προϊόν, περιλαμβάνει ιδιότητες ενεργών συστατικών οι οποίες δεν παράγουν τα ίδια αποτελέσματα σε διαφορετικούς καταναλωτές.

87 Καμία από τις επίμαχες διατάξεις δεν συνιστά περιορισμό που να μην είναι απαραίτητος για να καταστεί δυνατή η εμπορία των προϊόντων αρωματοποιίας υψηλού κύρους. Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Givenchy πρόσθεσε μεταξύ άλλων ότι τα κριτήρια που αφορούν τη γεωγραφική θέση (βλ. σκέψη 12 ανωτέρω) αποσκοπούν μεταξύ άλλων στο να αποκλείσουν σημεία πωλήσεως που βρίσκονται σε περιοχές εντελώς ακατάλληλες να εγγυηθούν την εικόνα του σήματος, για παράδειγμα βιομηχανικές περιοχές, και ότι δεν έχει προκατάληψη όσον αφορά τη θέση του σημείου πωλήσεως.

88 Το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Givenchy δεν καταργεί τον ανταγωνισμό για ένα σημαντικό τμήμα των σχετικών προϊόντων, διότι η Σύμβαση ενθαρρύνει τον ανταγωνισμό στα πλαίσια του σήματος Givenchy και ο εγκεκριμένος διανομέας παραμένει ελεύθερος να εμπορεύεται οποιοδήποτε προϊόν αρωματοποιίας υψηλού κύρους υπό άλλο σήμα, αφ' ης πληροί τα αναγκαία ποιοτικά κριτήρια. Επιπλέον, δεν πρόκειται για μονοπώλιο, κυρίως καθόσον ο καταναλωτής δεν είναι υποχρεωμένος να αγοράσει ένα άρωμα υψηλού κύρους, αλλά μπορεί να αγοράσει στα πλαίσια άλλων δικτύων διανομής προϊόντα αρωματοποιίας τα οποία δεν φέρουν περιώνυμο σήμα ή των οποίων η παρασκευή δεν απαιτεί ειδική τεχνολογία.

89 Επιπλέον, η εθνική νομολογία έχει επανειλημμένως καταδικάσει τις πρακτικές του εμπορικού παρασιτισμού, ιδίως εκείνη την πρακτική που είναι γνωστή ως «σήμα κράχτης», η οποία συνίσταται στην εμπορία ενός προϊόντος με

μοναδικό σκοπό την προαγωγή της εικόνας του πωλητή και την προσέλκυση του καταναλωτή προς άλλα προϊόντα τα οποία δεν έχουν καμία σχέση με το φέρον το σήμα προϊόν. Η ακύρωση της Αποφάσεως θα παρείχε τη δυνατότητα στη Galec να ασκήσει αυτό το είδος εμπορίας, το οποίο θα έβλαπτε ευθέως την εικόνα και το κύρος του σήματος Givenchy.

90 Όσον αφορά τον διακριτικό τίτλο, η Επιτροπή δέχθηκε μεταξύ άλλων ότι δεν πρόκειται με κανένα τρόπο να θεωρηθεί ένας διακριτικός τίτλος ως υποβαθμιστικός υπό το πρόσχημα και μόνο της ειδικής πολιτικής τιμών. Για ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής που λειτουργούν υπό συνθήκες χαμηλότερων τιμών απ' ό,τι οι λεγόμενες «παλαιές» μορφές διανομής, αυτό που ζητείται είναι να εγγυηθούν απλώς την ύπαρξη διακόσμου και υπηρεσιών που να αντιστοιχούν στα αναγνωριζόμενα ποιοτικά κριτήρια, προκειμένου ο διακριτικός τίτλος να μην προσλαμβάνεται ως αντιστοιχών σε ανεπάρκεια διακόσμου ή υπηρεσιών. Εναπόκειται στη Galec — η οποία αναγνώρισε η ίδια το πρόβλημα του διακριτικού τίτλου χρησιμοποιώντας τον δευτερεύοντα τίτλο «Éole» — να προβεί στις αναγκαίες διαρρυθμίσεις για να μπορέσει να ανταποκριθεί σ' αυτά τα ποιοτικά κριτήρια που έγιναν δεκτά. Η Givenchy προσθέτει ότι ο τρόπος με τον οποίο προσλαμβάνεται ο διακριτικός τίτλος μπορεί να γίνει αντικείμενο ερευνών και από τα δύο μέρη και ότι ο τρόπος αυτός μπορεί να κριθεί από ένα εθνικό δικαστήριο βάσει των πραγματογνωμοσυνών που θα του υποβληθούν.

91 Τέλος, η Givenchy, απαντώντας στις ερωτήσεις του Πρωτοδικείου κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση που σκοπό είχαν να διευκρινίσουν αν η άποψη της Givenchy ήταν πάντοτε εκείνη που είχε εκφράσει με το έγγραφο της 29ης Απριλίου 1991 που απέστειλε στην εταιρία Rocadis και το οποίο επικαλέστηκε η Galec (βλ. σκέψη 47 ανωτέρω), επανέλαβε ότι δεν έχει προκατάληψη έναντι των κέντρων Leclerc. Δεν πρόκειται να αντιτάσσει αυτόματη άρνηση στις υπεραγορές, καθόσον όλα εξαρτώνται από τις ειδικές περιστάσεις κάθε συγκεκριμένης υποψηφιότητας.

92 Η Colipa υπενθυμίζει καταρχάς ότι η Απόφαση κάνει μνεία της εκθέσεως του καθηγητή Weber, η οποία, κατά τη γνώμη της, βρίσκεται σε συμφωνία με τη γνώση της αγοράς που έχει η ίδια. Από την έκθεση αυτή προκύπτει ότι η κοινοτική αγορά των καλλυντικών προϊόντων είναι κατατετμημένη και ότι η κατάτμηση αυτή συνοδεύεται από μια διαφοροποίηση των τρόπων διανομής

ανάλογα με τον κάθε συγκεκριμένο τομέα. Ορθώς η Επιτροπή διαπίστωσε ότι τα προϊόντα αρωματοποιίας και τα καλλυντικά πολυτελείας έχουν σύμφυτα χαρακτηριστικά, που σχετίζονται τόσο με τη φύση των συστατικών τους όσο και με την ανώτερης ποιότητας παρουσίασή τους, τα οποία τα διαφοροποιούν σε σχέση με τα προϊόντα που υπάγονται σε άλλα τμήματα της αγοράς, μολονότι υφίσταται μια κάποια ώσμωση μεταξύ των σχετικών προϊόντων, καθόσον οι καταναλωτές χρησιμοποιούν, για χρονική διάρκεια που ποικίλλει, ένα προϊόν υπαγόμενο σ' ένα τμήμα για μια συγκεκριμένη ανάγκη και περνούν εν συνεχεία σ' ένα άλλο τμήμα για ένα προϊόν που μπορεί να ικανοποιήσει μια άλλη ανάγκη. Ωστόσο, η δυνατότητα αυτή εναλλακτικής επιλογής δεν αφαιρεί τον ειδικό χαρακτήρα από τα προϊόντα πολυτελείας.

93 Περαιτέρω, η έκθεση του καθηγητή Weber επιβεβαίωσε ότι υφίσταται ένας μεγάλος αριθμός παραγωγών και διανομέων που ασκούν δραστηριότητα στην αγορά των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας υπό δυναμικές και λίαν ανταγωνιστικές συνθήκες και ότι ο αριθμός των νεοαφικνουμένων στην αγορά είναι και αυτός εξίσου μεγάλος. Επιπλέον, οι παραγωγοί οφείλουν διαρκώς να αναζητούν και να αναπτύσσουν νέα προϊόντα, καθώς επίσης να αναπτύσσουν και να διατηρούν μια προσήκουσα πολιτική εμπορίας, προκειμένου να διατηρούν μια εμπορική φήμη υψηλού κύρους. Επομένως, η Επιτροπή αξιολόγησε ορθώς, με την Απόφαση, το ανταγωνιστικό περιβάλλον των κοινοποιηθεισών συμφωνιών. Ο ισχυρισμός της προσφεύγουσας ότι η διανομή μεγάλης κλίμακας αποκλείεται από τις συμφωνίες αυτές δεν στηρίζεται σε καμία οικονομική ανάλυση ούτε σε κανένα άλλο αποδεικτικό στοιχείο.

94 Η Colipa, υπενθυμίζοντας εν συνεχεία τις νομικές αρχές που έχουν εφαρμογή στην επιλεκτική διανομή, τις οποίες συνάγει κυρίως από την ανάλυση της νομολογίας του Δικαστηρίου καθώς και από τις αρχές του «free rider» («λαθρεπιβάτη») στο αμερικανικό δίκαιο και της «Immanenz-Theorie» στο γερμανικό δίκαιο, υποστηρίζει ότι αυτή η μορφή διανομής είναι απολύτως δικαιολογημένη για τα καλλυντικά πολυτελείας, όπως αυτό αναγνωρίστηκε από το Δικαστήριο, μεταξύ άλλων, με τις προπαρατεθείσες αποφάσεις L'Oréal και Lancôme, καθώς και από τον γενικό εισαγγελέα G. Reischl με τις προτάσεις του στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση του Δικαστηρίου της 10ης Ιουλίου 1980, 253/78 και 1/79, 2/79 και 3/79, Guerlain κ.λπ. (Συλλογή τόμος 1980/ΙΙ, σ. 527, 536).

95 Συγκεκριμένα, η εν λόγω οικονομική προσέγγιση, που στηρίζεται στον κανόνα του ορθού λόγου, αναγνωρίζει ότι ο ανταγωνισμός που θέτει ως στόχο άλλα στοιχεία πλην της τιμής έχει πλεονεκτήματα, ενόψει κυρίως των σημαντικών επενδύσεων που είναι αναγκαίες και της ανάγκης να αποφευχθεί το ενδεχό-

μενο «παρασιτικοί» έμποροι λιανικής πωλήσεως να ζουν εις βάρος εκείνων που αποδέχονται τους οικονομικούς περιορισμούς της εμπορικής πολιτικής του παρασκευαστή. Επιπλέον, ο ανταγωνισμός δεν καταργείται στην εν λόγω αγορά, καθόσον η επίμαχη επιλεκτική διανομή εξακολουθεί να υφίσταται δίπλα σε διαφορετικές μεθόδους που αντιπροσωπεύουν, εν προκειμένω, πλέον του 50 % των προϊόντων της ευρωπαϊκής βιομηχανίας αρωμάτων.

96 Η παράλληλη ύπαρξη και άλλων δικτύων επιλεκτικής διανομής έχει σημασία μόνο στο μέτρο που συνιστά φραγμό για την είσοδο στην αγορά (βλ. την απόφαση του Δικαστηρίου της 28ης Φεβρουαρίου 1991, C-234/89, Δηλιμίτης, Συλλογή 1991, σ. I-935) ή αν δεν αφήνει κανένα περιθώριο σε άλλες μορφές διανομής που στηρίζονται σε ανταγωνιστική πολιτική διαφορετικής φύσεως ή αν καταλήγει σε ακαμψία της διαρθρώσεως των τιμών η οποία δεν αντισταθμίζεται από άλλους παράγοντες ανταγωνισμού (απόφαση Metro II), πράγμα το οποίο δεν συμβαίνει εν προκειμένω. Αντιθέτως, καμία σύγχρονη μορφή διανομής δεν εμποδίζεται κατ' ανάγκη να ενταχθεί στο δίκτυο, θα αρκούσε δε στην Galec, για να το πράξει αυτό, να υποβάλει αίτηση εγκρίσεως και να ικανοποιήσει τα κριτήρια επιλογής.

97 Κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, η Colipa επικαλέστηκε επίσης την έκθεση της Monopolies and Mergers Commission «Fine Fragrances — A report on the supply in the UK for retail sale of fine fragrances» (Cm 2380, Νοέμβριος 1993), σύμφωνα με την οποία η επιλεκτική διανομή στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας δεν αντίκειται στο δημόσιο συμφέρον κατά την έννοια του Fair Trading Act 1973 του Ηνωμένου Βασιλείου. Η Colipa υπογράμμισε επίσης ότι, σε διάφορα κράτη μέλη, τα καλλυντικά πολυτελείας πωλούνται μέσω επιλεκτικής διανομής από καταστήματα «μη εξειδικευμένα» ή «ποικιλίας προϊόντων», όπως είναι τα καταστήματα Boots στο Ηνωμένο Βασίλειο, Matas στη Δανία, Sephora στη Γαλλία, Müller στη Γερμανία κ.λπ.

98 Η FIP ισχυρίζεται ότι σε κάθε προϊόν πολυτελείας το άυλο μέρος είναι ουσιώδες και ότι σε κάθε υπηρεσία κύρους το δημιουργούμενο κλίμα είναι πρωταρχικό, καθότι η φήμη του σήματος και, κατά συνέπεια, το μέλλον του βρίσκονται στα χέρια των μεταπωλητών του, οι οποίοι αποτελούν την

προθήκη του σήματος για τον καταναλωτή. Συναφώς, ο εγκεκριμένος έμπορος λιανικής πωλήσεως προσφέρει μια σειρά εγγυήσεων στον καταναλωτή, ήτοι ότι του προσφέρεται το πλήρες φάσμα των προϊόντων ή μια επαρκής επιλογή, όπου συγκαταλέγονται τα πλέον πρόσφατα προϊόντα φέροντα το σχετικό σήμα· το ότι τυγχάνει συμβουλών παρεχομένων από αρμόδιο προσωπικό, που έχει εκπαιδευθεί από τον παρασκευαστή· ότι έχει την ασφάλεια μιας υπηρεσίας εγγυήσεως και εξυπηρετήσεως μετά την πώληση· το ότι απολαμβάνει ένα αγοραστικό περιβάλλον που προσθέτει την ευχαρίστηση και την ονειρική διάσταση στην πράξη της αγοράς. Ωστόσο, τα συμβολικά ελατήρια που προσδίδουν και αφαιρούν την πολυτέλεια θα μπορούσαν να σπάσουν αν τα προϊόντα υψηλού κύρους διετίθεντο στο εμπόριο υπό μη προσήκουσες συνθήκες ή σ' ένα περιβάλλον αποτελούμενο από προϊόντα (για παράδειγμα προϊόντα διατροφής ή καθαρισμού) που μπορούν να υποβαθμίσουν την εικόνα υψηλού κύρους του σχετικού σήματος, όπως το περιβάλλον εκείνο που υπήρξε η αιτία να εξαφανιστούν τα αρώματα Coty λόγω του ότι το σήμα κατέστη κοινότοπο.

99 Στο πλαίσιο αυτό, η FIP φρονεί ότι οι επίμαχες ποιοτικές υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αφορούν τον διακριτικό τίτλο, είναι απαραίτητες για να διατηρηθεί η εικόνα του σήματος του παρασκευαστή και να διασφαλιστεί η ικανοποιητική παροχή συμβουλών στον καταναλωτή, έστω και αν οι απαιτήσεις αυτές μπορεί να έχουν ως συνέπεια να μη γίνουν δεκτοί ορισμένοι έμποροι λιανικής πωλήσεως στο δίκτυο. Εν προκειμένω, η Επιτροπή τήρησε σχολαστικά τη νομολογία του Δικαστηρίου και κατ' ουδένα τρόπο αποδέχθηκε τον a priori αποκλεισμό κάποιας μορφής διανομής.

100 Η FEPD υποστηρίζει κυρίως ότι, μολονότι η Galec επικεντρώνεται στο ζήτημα της επιλεκτικότητας, με την προσφυγή της αποσκοπεί στην πραγματικότητα να θίξει τη στρατηγική επιλογή της Givenchy και να αντιταχθεί στις εξειδικευμένες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, πράγμα το οποίο αντιστρατεύεται τα συμφέροντα του καταναλωτή. Ωστόσο, η προσφυγή αυτή δεν είναι βάσιμη, καθόσον η Επιτροπή ορθώς κατέληξε ότι τα επίμαχα κριτήρια πληρούν τις προϋποθέσεις που επιβάλλει η νομολογία, μάλιστα δε προχώρησε περαιτέρω, διευκρινίζοντας ότι τα κριτήρια αυτά δεν ήσαν ικανά να αποκλείσουν από την αγορά τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν άλλες μεθόδους εμπορίας, υπό τον όρο να προσαρμοσθούν αυτές, εφόσον υπάρχει ανάγκη, στα επικυρωθέντα κριτήρια. Επομένως, εναπόκειται στη Galec να διαρρυθμίσει τις μεθόδους της εμπορίας ανάλογα με τη φύση των σχετικών προϊόντων, πράγμα το οποίο δεν απαιτεί ριζική αλλαγή των μεθόδων της πωλήσεως, ιδίως αν, όπως υποστηρίζει, ορισμένα από τα μέλη της, ως έχουν, πληρούν τα ποιοτικά κριτήρια που επικύρωσε η Επιτροπή.

101 Όσον αφορά τις προσμονές και τις απαιτήσεις των καταναλωτών, τα επιχειρήματα της Επιτροπής στηρίζονται κυρίως στη μελέτη του καθηγητή Michel Glais, από την οποία προκύπτει, μεταξύ άλλων, ότι είναι προφανές ότι τον καταναλωτή τον ενδιαφέρει να πραγματοποιεί τις αγορές του προϊόντων πολυτελείας σε καταστήματα που ειδικεύονται στην πώληση τέτοιων προϊόντων.

102 Όσον αφορά την κρίσιμη αγορά, η Επιτροπή ορθώς όρισε ως κρίσιμη την αγορά των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας. Συγκεκριμένα, η επιτυχία της σειράς των αλκοολούχων προϊόντων συνέτεινε κυρίως στην εμπορική επιτυχία των εταιριών που χρησιμοποιούσαν τα σχετικά σήματα και, προκειμένου να παρατείνουν την επιτυχία αυτή, οι εταιρίες αυτές επλούτισαν τις κατηγορίες των προϊόντων τους με προϊόντα περιποίησης και καλλωπισμού. Επομένως, το να προτείνεται ότι η κρίσιμη αγορά πρέπει να περιοριστεί μόνο στα αλκοολούχα προϊόντα ισοδυναμεί με περιορισμό της δυνατότητας εμπλουτισμού της σειράς αλκοολούχων προϊόντων με προϊόντα περιποίησης και καλλωπισμού.

103 Όσον αφορά τον διακριτικό τίτλο, η FEPD φρονεί ότι δεν μπορεί να συμβιβαστούν ο διακριτικός τίτλος ενός διανομέα που στήριξε την επιτυχία του στον περιορισμό του διακόσμου και των παρεχομένων υπηρεσιών και η εμπορία προϊόντων πολυτελείας υπό κατάλληλες συνθήκες. Το γεγονός ότι η Galec αναγνωρίζει ότι δεν έχουν όλα τα μέλη της την ίδια ικανότητα να ικανοποιήσουν την επιλεκτικότητα πολυτελείας θέτει το πρόβλημα της διακρίσεως που θα καλείται να πραγματοποιήσει ο καταναλωτής μεταξύ των επιλεκτικών και μη σημείων πωλήσεως, δοθέντος ότι και τα μεν και τα δε θα λειτουργούν υπό τον ίδιο διακριτικό τίτλο.

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου

104 Η εκτίμηση του βασίμου της αποφάσεως, καθόσον εφαρμόζει το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, εγείρει τέσσερα κύρια ζητήματα, ήτοι: Α) αν η επιλεκτική διανομή που στηρίζεται σε ποιοτικά κριτήρια στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας συνάδει, καταρχήν, με το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης· Β) αν τα κριτήρια επιλογής της Givenchy που διαλαμβάνονται στο σημείο ΙΙ. Α. 5 της Αποφάσεως πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για να θεωρηθούν θεμιτά από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης· Γ) αν είναι πράγματι βάσιμοι οι ισχυρισμοί και τα επιχειρήματα

της προσφεύγουσας όσον αφορά το ότι τα μέλη της αποκλείονται a priori από το δίκτυο της Givenchy και όσον αφορά τη σχετική συμπεριφορά των καταναλωτών και Δ) αν το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης τυγχάνει εφαρμογής λόγω της υπάρξεως παραλλήλων δικτύων στον σχετικό τομέα.

Α — Επί του καταρχήν συμβατού με το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης ενός συστήματος επιλεκτικής διανομής που στηρίζεται σε ποιοτικά κριτήρια στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας

105 Μολονότι η προσφεύγουσα ισχυρίζεται ότι δέχεται την αναγκαιότητα ενός συστήματος επικεντρωνόμενου στην έννοια της «επιλεκτικότητας πολυτελείας» προκειμένου να διατηρηθεί το κύρος των προϊόντων πολυτελείας και να ικανοποιηθούν οι προσμονές των καταναλωτών, αμφισβητεί ωστόσο το θεμιτό των κριτηρίων επιλογής που χρησιμοποιεί η Givenchy, από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης. Υπό τις συνθήκες αυτές, πρέπει καταρχάς να εξετασθούν οι βασικές νομικές αρχές που διέπουν την εφαρμογή του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας.

106 Από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει ότι τα συστήματα επιλεκτικής διανομής συνιστούν στοιχείο ανταγωνισμού σύμφωνο προς το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, εφόσον πληρούνται τέσσερις προϋποθέσεις, ήτοι: πρώτον, ότι οι ιδιότητες του επίμαχου προϊόντος καθιστούν αναγκαίο ένα σύστημα επιλεκτικής διανομής, υπό την έννοια ότι το σύστημα αυτό συνιστά θεμιτή απαίτηση, ενόψει της φύσεως των σχετικών προϊόντων, ιδίως δε της υψηλής ποιότητας ή της τεχνολογίας τους, προκειμένου να διατηρηθεί η ποιότητά τους και να διασφαλιστεί η καλή χρήση τους (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση L'Oréal, σκέψη 16, ερμηνευόμενη υπό το φως της αποφάσεως Metro I, σκέψεις 20 και 21, της αποφάσεως AEG, σκέψη 34, και της αποφάσεως του Πρωτοδικείου της 27ης Φεβρουαρίου 1992, T-19/91, Vichy κατά Επιτροπής, Συλλογή 1992, σ. II-415, σκέψεις 69 έως 71)· δεύτερον, ότι η επιλογή των μεταπωλητών πραγματοποιείται βάσει αντικειμενικών κριτηρίων ποιοτικού χαρακτήρα, τα οποία καθορίζονται κατά ομοιόμορφο τρόπο έναντι όλων των δυνητικών μεταπωλητών και εφαρμόζονται κατά τρόπο που δεν συνεπάγεται διακρίσεις (βλ., για παράδειγμα, τις αποφάσεις Metro I, σκέψη 20, L'Oréal, σκέψη 15, και AEG, σκέψη 35)· τρίτον, ότι το επίμαχο σύστημα σκοπεύει στην επίτευξη ενός αποτελέσματος που να μπορεί να βελτιώσει τον ανταγωνισμό και, επομένως, να αντισταθμίσει τον περιορισμό του ανταγωνισμού που είναι σύμφυτος στα συστήματα επιλεκτικής διανομής, ιδίως όσον αφορά τις τιμές (βλ. τις αποφάσεις Metro I, σκέψεις 20 έως 22, AEG, σκέψεις 33, 34 και 73, και

Metro II, σκέψη 45) και, τέταρτον, ότι τα επιβαλλόμενα κριτήρια δεν βαίνουν πέραν του αναγκαίου μέτρου (βλ. τις προπαρατεθείσες αποφάσεις L'Oréal, σκέψη 16, και Vichy κατά Επιτροπής, σκέψεις 69 έως 71). Το ζήτημα αν πληρούνται οι προϋποθέσεις αυτές πρέπει να εκτιμάται αντικειμενικώς, λαμβανομένου υπόψη του συμφέροντος του καταναλωτή (βλ. τις προπαρατεθείσες αποφάσεις Metro I, σκέψη 21, Vichy κατά Επιτροπής, 69 έως 71).

107 Μολονότι το Δικαστήριο έχει πράγματι κρίνει ότι τέτοια συστήματα επιλεκτικής διανομής που στηρίζονται σε ποιοτικά κριτήρια μπορούν να γίνουν δεκτά στον τομέα της παραγωγής διαρκών καταναλωτικών αγαθών υψηλής ποιότητας ή τεχνολογίας, χωρίς αυτό να συνιστά παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, προκειμένου να διατηρείται ένα εξειδικευμένο εμπόριο ικανό να παρέχει ειδικές υπηρεσίες όσον αφορά τα ως άνω προϊόντα (βλ. τις αποφάσεις Metro I, σκέψη 20, AEG, σκέψη 33, και Metro II, σκέψη 54, και την απόφαση του Δικαστηρίου της 10ης Δεκεμβρίου 1985, 31/85, ETA, Συλλογή 1985, σ. 3933, σκέψη 16), από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει επίσης ότι τα συστήματα επιλεκτικής διανομής που δικαιολογούνται από την ειδική φύση των προϊόντων ή τις απαιτήσεις της διανομής τους μπορούν να τεθούν σε εφαρμογή και σε άλλους οικονομικούς τομείς χωρίς αυτό να συνιστά παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1 (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση Binon, σκέψεις 31 και 32, και την απόφαση της 16ης Ιουνίου 1981, 126/80, Salonia, Συλλογή 1981, σ. 1563). Ομοίως, με την απόφασή του Metro I (σκέψη 20), το Δικαστήριο έκρινε ότι η φύση και η ένταση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού («workable competition») που είναι αναγκαίος για την επίτευξη των στόχων της Συνθήκης μπορούν να ποικίλλουν ανάλογα με τα σχετικά προϊόντα ή τις υπηρεσίες και την οικονομική διάρθρωση των αγορών που αφορούν τους σχετικούς τομείς, χωρίς να παραβιάζεται η αρχή του ανόθευτου ανταγωνισμού των άρθρων 3 και 85 της Συνθήκης.

108 Όσον αφορά τα καλλυντικά πολυτελείας, ιδίως δε τα αρώματα πολυτελείας που συνιστούν κατ' ουσίαν τα επίμαχα προϊόντα, δεν αμφισβητείται, πρώτον, ότι πρόκειται για προϊόντα πολύπλοκης παρασκευής και υψηλής ποιότητας, τα οποία είναι αποτέλεσμα ιδιαίτερης έρευνας και τα οποία χρησιμοποιούν υλικά υψηλού ποιοτικού επιπέδου, ιδίως για τη συσκευασία τους· δεύτερον, ότι τα προϊόντα αυτά προσφέρουν μια «εικόνα πολυτέλειας» που χρησιμεύει για να διακρίνονται από άλλα παρόμοια προϊόντα τα οποία στερούνται μιας τέτοιας εικόνας και, τρίτον, ότι αυτή η εικόνα πολυτέλειας είναι σημαντική στα μάτια των καταναλωτών, οι οποίοι εκτιμούν τη δυνατότητα αγοράς καλλυντικών πολυτελείας, ιδίως δε αρωμάτων πολυτελείας. Πράγματι, στην αντίληψη του καταναλωτή τα καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας δεν μπορούν παρά σε πολύ μικρό βαθμό να υποκατασταθούν από άλλα παρόμοια προϊόντα που υπάγονται σε άλλα τμήματα του τομέα (βλ. σημείο II. Α. 8 της Αποφάσεως).

109 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η έννοια των «ιδιοτήτων» των καλλυντικών πολυτελείας, όπως αυτή χρησιμοποιείται στην προπαρατεθείσα απόφαση L'Oréal, δεν μπορεί να περιορίζεται στα υλικά χαρακτηριστικά τους, αλλά περικλείει επίσης τον ειδικό τρόπο με τον οποία τα προσλαμβάνουν οι καταναλωτές και ειδικότερα την «αίγλη πολυτέλειας» που τα περιβάλλει. Επομένως, πρόκειται στη συγκεκριμένη περίπτωση για προϊόντα τα οποία, αφενός, είναι καθεαυτά υψηλής ποιότητας και, αφετέρου, έχουν έναν χαρακτήρα πολυτέλειας που άπτεται αυτής ταύτης της φύσεώς τους.

110 Όσον αφορά το αν η επιλεκτική διανομή συνιστά θεμιτή απαίτηση στην περίπτωση προϊόντων που διαθέτουν τέτοια χαρακτηριστικά, το Πρωτοδικείο τονίζει ότι η αιτιολογία της Αποφάσεως επί του σημείου αυτού (σημείο ΙΙ. Α) δεν στηρίζεται στην έννοια του εξειδικευμένου εμπορίου ικανού να παρέχει ειδικές υπηρεσίες για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, κατά την έννοια των αποφάσεων Metro I, Metro II και AEG, αλλά μάλλον στηρίζεται σε δύο άλλες κύριες σκέψεις, ήτοι α) το συμφέρον της Givenchy, ως παραγωγού καλλυντικών πολυτελείας, να διατηρήσει την εικόνα υψηλού κύρους του σήματός της και να διαφυλάξει τους καρπούς των προσπαθειών της που αφορούν την προαγωγή των προϊόντων της (βλ. το σημείο ΙΙ. Α. 5, δεύτερο και τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως· βλ., επίσης, με το ίδιο πνεύμα, το σημείο ΙΙ. Β. 2) και β) την ανάγκη να διαφυλαχθεί, στην αντίληψη των καταναλωτών, η «αίγλη αποκλειστικότητας και κύρους» των επίμαχων προϊόντων, διασφαλίζοντας κυρίως μια «παρουσίαση στο κοινό ικανή να αξιοποιήσει την αισθητική ή λειτουργική ιδιαιτερότητα» των προϊόντων (σημείο ΙΙ. Α. 5, δεύτερο εδάφιο) και «ένα πλαίσιο [που εναρμονίζεται] με τον πολυτελή και αποκλειστικό χαρακτήρα των εν λόγω προϊόντων, καθώς και μια παρουσίαση σύμφωνη με την εικόνα του σήματος» (σημείο ΙΙ. Α. 5, τέταρτο εδάφιο· βλ. επίσης το σημείο ΙΙ. Α. 5, πέμπτο και έκτο εδάφιο).

111 Συναφώς, πρέπει να διευκρινιστεί ότι, μολονότι κάθε παραγωγός είναι ελεύθερος να επιλέξει την πολιτική εμπορίας που επιθυμεί, το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης πρέπει να λαμβάνεται υπόψη αφ' ης στιγμής η εφαρμογή της πολιτικής αυτής συνεπάγεται συμφωνίες που επιβάλλουν σε άλλους ανεξάρτητους επιχειρηματίες υποχρεώσεις ικανές να περιορίσουν την ελευθερία ανταγωνισμού σε τέτοιο βαθμό που να θίγεται αισθητά το ενδοκοινοτικό εμπόριο. Υπό τις συνθήκες αυτές, το γεγονός και μόνον ότι ένας παραγωγός κατέβαλε σημαντικές προσπάθειες για την προαγωγή των προϊόντων δεν συνιστά, αυτό καθεαυτό, αντικειμενική δικαιολογία ικανή να εμποδίσει την εφαρμογή του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης σ' ένα

δίκτυο διανομής που περιορίζει την ελευθερία ανταγωνισμού των συμμετεχουσών επιχειρήσεων και των τρίτων. Αν ίσχυε κάτι διαφορετικό, πράγματι, ο οποιοσδήποτε παρασκευαστής θα μπορούσε να δικαιολογήσει την εφαρμογή συστήματος επιλεκτικής διανομής στηριζόμενος αποκλειστικά στις προσπάθειες προαγωγής των προϊόντων του και οποιοδήποτε περιοριστικό κριτήριο επιλογής θα μπορούσε να δικαιολογηθεί για τον λόγο ότι είναι αναγκαίο προκειμένου να προστατευθεί η πολιτική εμπορίας που επέλεξε ο παρασκευαστής (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση Vichy κατά Επιτροπής, σκέψη 71).

112 Το Πρωτοδικείο θεωρεί επομένως ότι ένα σύστημα επιλεκτικής διανομής δεν εκφεύγει του πεδίου εφαρμογής του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης παρά μόνον αν δικαιολογείται αντικειμενικώς, λαμβανομένου υπόψη του συμφέροντος των καταναλωτών (βλ. σκέψη 106, in fine, ανωτέρω).

113 Συναφώς, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι είναι προς το συμφέρον των καταναλωτών που αναζητούν καλλυντικά πολυτελείας το να παρουσιάζονται τα προϊόντα αυτά υπό καλές συνθήκες στα σημεία πωλήσεως. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τα προϊόντα υψηλής ποιότητας και των οποίων η εικόνα πολυτέλειας εκτιμάται από τους καταναλωτές, τα κριτήρια που αποσκοπούν αποκλειστικά στο να διασφαλίζουν μια παρουσίαση που αναδεικνύει την αξία τους επιδιώκουν αποτέλεσμα ικανό να βελτιώσει τον ανταγωνισμό, μέσω της διατηρήσεως αυτής της εικόνας πολυτέλειας, και, επομένως, να αντισταθμίσει τον περιορισμό του ανταγωνισμού που είναι σύμφυτος με τα συστήματα επιλεκτικής διανομής. Τα κριτήρια αυτά συνιστούν επομένως θεμιτή απαίτηση, κατά την έννοια της προπαρατεθείσας νομολογίας (βλ. την απόφαση Metro I, σκέψη 37).

114 Το Πρωτοδικείο θεωρεί, πράγματι, ότι είναι προς το συμφέρον των καταναλωτών που αναζητούν καλλυντικά πολυτελείας το να μην ατονεί η εικόνα πολυτέλειας των προϊόντων αυτών, διότι εν εναντία περιπτώσει δεν θα θεωρούνται πλέον προϊόντα πολυτελείας. Στον τομέα των καλλυντικών υφίσταται σήμερα μια διάκριση μεταξύ των καλλυντικών πολυτελείας και των λοιπών καλλυντικών, η οποία ανταποκρίνεται στις διαφορετικές ανάγκες των καταναλωτών και η οποία επομένως δεν είναι επικριτέα από οικονομική άποψη. Μολονότι ο χαρακτήρας «πολυτέλειας» των καλλυντικών πολυτελείας απορρέει επίσης, μεταξύ άλλων, από το ότι είναι καθεαυτά υψηλής ποιότητας, από την υψηλότερη τιμή τους και από τις διαφημιστικές εκστρατείες των παρασκευαστών, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το γεγονός ότι τα προϊόντα αυτά πωλούνται στο πλαίσιο συστημάτων επιλεκτικής διανομής που αποσκοπούν στη διασφάλιση μιας παρουσιάσεως που να αναδεικνύει την αξία τους στο

σημείο πωλήσεως μπορεί να συντελέσει, και αυτό, στην εν λόγω εικόνα πολυτέλειας και, επομένως, στη διατήρηση ενός από τα κύρια χαρακτηριστικά των προϊόντων που αναζητούν οι καταναλωτές. Πράγματι, το αποτέλεσμα μιας γενικευμένης διανομής των σχετικών προϊόντων, στο πλαίσιο της οποίας η Givenchy δεν θα είχε καμία δυνατότητα να διασφαλιστεί ότι τα προϊόντα της πωλούνται υπό κατάλληλες συνθήκες, θα περιέκλειε τον κίνδυνο υποβάθμισης της ποιότητας όσον αφορά την παρουσίαση των προϊόντων στο σημείο πωλήσεως, η οποία θα μπορούσε να θίξει την «εικόνα πολυτέλειας» και, επομένως, αυτήν ταύτην τη φύση των σχετικών προϊόντων. Επομένως, τα κριτήρια που αποσκοπούν στη διασφάλιση μιας παρουσιάσεως των προϊόντων στο σημείο πωλήσεως η οποία να εναρμονίζεται με τη φύση τους ως προϊόντων πολυτελείας συνιστούν θεμιτή απαίτηση ικανή να βελτιώσει τον ανταγωνισμό προς το συμφέρον του καταναλωτή, κατά την έννοια της προπαρατεθείσας νομολογίας.

115 Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από το προβληθέν κατά τη διάρκεια της δίκης γεγονός ότι, σε ορισμένα κράτη μέλη, κυρίως στις Κάτω Χώρες αλλά και στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γαλλία, ένα λιγότερο ή περισσότερο σημαντικό τμήμα των πωλήσεων πραγματοποιείται από εγκεκριμένους εμπόρους λιανικής πωλήσεως οι οποίοι εφοδιάζονται στην παράλληλη αγορά. Συγκεκριμένα, δεν αποκλείεται το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τέτοιες πωλήσεις να δημιουργήθηκε εν μέρει λόγω της εικόνας πολυτέλειας, στη διατήρηση της οποίας η επιλεκτική διανομή συνετέλεσε τουλάχιστον μερικώς. Επομένως, δεν έπεται από τα ανωτέρω ότι αυτή η εικόνα πολυτέλειας θα παρέμενε άθικτη σε περίπτωση που δεν θα υφίστατο επιλεκτική διανομή.

116 Ωστόσο, μολονότι είναι προς το συμφέρον του καταναλωτή να μπορεί να προμηθεύεται καλλυντικά πολυτελείας πωλούμενα υπό καλές συνθήκες παρουσιάσεως και να βλέπει έτσι ότι διατηρείται η εικόνα πολυτέλειας των προϊόντων αυτών, είναι επίσης προς το συμφέρον του ένα σύστημα διανομής στηριζόμενο σ' αυτή την κεντρική ιδέα να μην εφαρμόζεται κατά τρόπο υπερβολικά περιοριστικό και, ιδίως, να μην περιορίζεται υπέρμετρα η πρόσβαση στα προϊόντα, όπως υποστήριξαν και οι τέσσερις ενώσεις καταναλωτών με τις παρατηρήσεις τους στην υπόθεση Yves Saint Laurent, που προσκομίστηκαν από την Επιτροπή κατόπιν αιτήσεως του Πρωτοδικείου (βλ. σκέψη 167 κατωτέρω). Ομοίως, από τη νομολογία του Δικαστηρίου προκύπτει ότι το σύστημα της Givenchy δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι επιδιώκει θεμιτό αποτέλεσμα, δυνάμενο να αντισταθμίσει τον περιορισμό του ανταγωνισμού που είναι σύμφυτος με αυτό, παρά μόνον αν το σύστημα αυτό είναι ανοικτό σε όλους τους δυνητικούς μεταπωλητές που μπορούν να διασφαλίσουν μια καλή παρουσίαση στον χρήστη, σ' ένα κατάλληλο περιβάλλον, και να διατηρήσουν

την εικόνα πολυτέλειας των σχετικών προϊόντων (βλ. σκέψη 106 ανωτέρω). Πράγματι, ένα σύστημα επιλεκτικής διανομής που θα είχε ως συνέπεια τον αποκλεισμό ορισμένων μορφών εμπορίας δυναμένων να πωλούν προϊόντα υπό συνθήκες αναδεικνύουσες την αξία τους, για παράδειγμα σε μια θέση ή σε ένα χώρο κατάλληλα προσαρμοσμένο, θα είχε ως μοναδικό αποτέλεσμα την προστασία των υφισταμένων μορφών εμπορίου από τον ανταγωνισμό των νέων επιχειρηματιών και δεν θα ήταν επομένως σύμφωνο προς το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης (βλ. την απόφαση AEG, σκέψεις 74 και 75).

117 Επομένως, στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας, τα ποιοτικά κριτήρια επιλογής των εμπόρων λιανικής πωλήσεως που δεν βαίνουν πέραν του αναγκαίου μέτρου προκειμένου να διασφαλιστεί η πώληση των προϊόντων αυτών υπό καλές συνθήκες παρουσιάσεως δεν εμπίπτουν, καταρχήν, στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, εφόσον τα κριτήρια αυτά είναι αντικειμενικά, καθορίζονται κατά τρόπο ομοιόμορφο έναντι όλων των δυνητικών μεταπωλητών και εφαρμόζονται κατά τρόπο που δεν συνεπάγεται διακρίσεις.

Β — Επί του ζητήματος αν τα κριτήρια επιλογής της Givenchy που διαλαμβάνονται στο σημείο ΙΙ. Α. 5 της Αποφάσεως πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για να θεωρηθούν θεμιτά από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1

1. Επί των ρόλων που αντιστοιχούν στο Πρωτοδικείο και στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές

118 Η Galec φρονεί ότι ορισμένα από τα κριτήρια επιλογής της Givenchy της παρέχουν υπερβολική και ανεξέλεγκτη ελευθερία εκτιμήσεως και δεν είναι επομένως αντικειμενικά κατά την έννοια της νομολογίας του Δικαστηρίου. Η Επιτροπή και οι παρεμβαίνουσες φρονούν ότι τα κριτήρια αυτά συνεπάγονται την εκ μέρους του παρασκευαστή κατά περίπτωση εκτίμηση, η οποία εξαρτάται από την τήρηση της αρχής της απαγορεύσεως των διακρίσεων και υπόκειται στον έλεγχο των αρμοδίων δικαστηρίων.

119 Ενόψει των επιχειρημάτων αυτών, πρέπει να διευκρινιστούν καταρχάς οι ρόλοι που αντιστοιχούν στο Πρωτοδικείο και στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές.

120 Όσον αφορά το αν τα επίμαχα κριτήρια πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για να θεωρηθούν θεμιτά από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, ήτοι, αφενός, αν είναι ποιοτικά και αντικειμενικά κριτήρια και, αφετέρου, αν δεν ενέχουν διακρίσεις και δεν είναι δυσανάλογα, ο εκ μέρους του Πρωτοδικείου δικαστικός έλεγχος βάσει του άρθρου 173 της Συνθήκης περιορίζεται στην έρευνα αν οι διαπιστώσεις της Επιτροπής στο σημείο II. Α. 5 της Αποφάσεως είναι πλημμελείς λόγω ελλιπούς αιτιολογίας, πρόδηλης πλάνης περί τα πράγματα ή περί το δίκαιο, πρόδηλης πλάνης εκτιμήσεως ή καταχρήσεως εξουσίας. Το Πρωτοδικείο δεν είναι αρμόδιο να κρίνει την εφαρμογή των κριτηρίων αυτών σε συγκεκριμένες περιπτώσεις.

121 Ωστόσο, όπως ορθώς ισχυρίστηκαν η Επιτροπή και η Givenchy, η εφαρμογή των λόγω κριτηρίων σε συγκεκριμένες περιπτώσεις δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη διακριτική ευχέρεια του παρασκευαστή, αλλά πρέπει να προσδιορίζεται κατά τρόπο αντικειμενικό. Επομένως, η δυνατότητα ανεξάρτητου και αποτελεσματικού ελέγχου της εφαρμογής των κριτηρίων αυτών σε συγκεκριμένες περιπτώσεις συνιστά ουσιαστικό στοιχείο της νομιμότητας του δικτύου Givenchy από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1 (βλ. σημεία II. Α. 6, στοιχείο α', και II. Β. 4, τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως).

122 Κατά πάγια νομολογία, τα εθνικά δικαστήρια είναι αρμόδια να εφαρμόζουν το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, λόγω του αμέσου αποτελέσματός του (βλ. την απόφαση του Δικαστηρίου της 30ής Ιανουαρίου 1974, 127/73, BRT, Συλλογή τόμος 1974, σ. 35, σκέψεις 15 και 16). Επομένως, ένας υποψήφιος του οποίου απορρίφθηκε η αίτηση εισδοχής στο δίκτυο και ο οποίος φρονεί ότι τα επίμαχα κριτήρια εφαρμόστηκαν στην περίπτωσή του κατά τρόπο που δεν συνάδει προς το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, ιδίως δε κατά τρόπο που συνεπάγεται διακρίσεις ή είναι δυσανάλογος, μπορεί να ασκήσει ένδικο βοήθημα ενώπιον των αρμοδίων εθνικών δικαστηρίων. Μπορεί επίσης να ασκήσει διοικητική προσφυγή, ενδεχομένως, ενώπιον των εθνικών αρχών στην αρμοδιότητα των οποίων εμπίπτει η εφαρμογή του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

123 Εναπόκειται επομένως στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές, ενώπιον των οποίων ασκήθηκε σχετικό ένδικο βοήθημα ή διοικητική προσφυγή, να αποφανθούν, με γνώμονα ενδεχομένως τη νομολογία του Δικαστηρίου και του Πρωτοδικείου, επί του ζητήματος αν τα κριτήρια επιλογής της Givenchy εφαρμόστηκαν σε συγκεκριμένη περίπτωση κατά τρόπο ο οποίος συνεπάγεται διακρίσεις ή είναι δυσανάλογος και ο οποίος συνιστά συνεπώς παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1. Τα εθνικά δικαστήρια ή αρχές οφείλουν να μεριμνούν ώστε τα επίμαχα κριτήρια να μη χρησιμοποιούνται για να εμποδίζεται η πρόσβαση στο δίκτυο νέων επιχειρηματιών που έχουν τη δυνατότητα να διανέμουν τα σχετικά προϊόντα υπό συνθήκες που δεν υποβαθμίζουν την αξία τους.

124 Περαιτέρω, ένας υποψήφιος του οποίου απορρίφθηκε η αίτηση εισδοχής στο δίκτυο έχει τη δυνατότητα, υπό την επιφύλαξη των αρχών που διατύπωσε το Πρωτοδικείο με την απόφασή του της 18ης Σεπτεμβρίου 1992, T-24/90, Automec κατά Επιτροπής (Συλλογή 1992, σ. II-2223), να υποβάλει καταγγελία ενώπιον της Επιτροπής βάσει του άρθρου 3 του κανονισμού 17, ιδίως σε περίπτωση συστηματικής χρησιμοποιήσεως των προϋποθέσεων εισδοχής κατά τρόπο ασύμβατο προς το κοινοτικό δίκαιο (βλ. την απόφαση AEG, σκέψεις 44 έως 46, 67 επ.).

2. Επί του καταρχήν θεμιτού των επίμαχων κριτηρίων από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης

α) Τα κριτήρια που αφορούν την επαγγελματική κατάρτιση

125 Με τα υπομνήματά της, η Galec δεν αμφισβήτησε τα κριτήρια που αφορούν την επαγγελματική κατάρτιση του προσωπικού και τις υπηρεσίες παροχής συμβουλών και επιδείξεως που διαλαμβάνονται στα σημεία II.3 και II.5 της Συμβάσεως (βλ. σημείο 26 των παρατηρήσεών της επί των υπομνημάτων παρεμβάσεως), αλλά υποστήριξε, κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, ότι τα κριτήρια αυτά είναι δυσανάλογα σε σχέση με τις απαιτήσεις της πωλήσεως των σχετικών προϊόντων υπό κατάλληλες συνθήκες.

126 Το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η παρουσία στο σημείο πωλήσεως ενός προσώπου ικανού να παρέχει στον καταναλωτή τις προσήκουσες συμβουλές ή πληροφορίες συνιστά καταρχήν θεμιτή απαίτηση για την πώληση των καλλυντικών πολυτελείας, η οποία αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της καλής παρουσιάσεως των προϊόντων αυτών. Κατά τα λοιπά, η προσφεύγουσα δεν προσκόμισε στοιχεία που να παρέχουν τη δυνατότητα στο Πρωτοδικείο να κρίνει αν τα προσόντα που απαιτούνται στο σημείο II.3 της Συμβάσεως, ήτοι είτε δίπλωμα αισθητικού ή ανάλογη επαγγελματική κατάρτιση είτε διετής απασχόληση με την πώληση αρωμάτων, είναι δυσανάλογα ενόψει της φύσεως των σχετικών προϊόντων.

127 Εν πάση περιπτώσει, εναπόκειται στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να μεριμνούν ώστε οι διατάξεις της Συμβάσεως που αφορούν την επαγγελματική κατάρτιση να μην εφαρμόζονται κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις ή δυσανάλογο σε συγκεκριμένες περιπτώσεις.

β) Τα κριτήρια που αφορούν τη θέση και την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως

128 Οι επικρίσεις της Galec στρέφονται κυρίως κατά των κριτηρίων που αφορούν το «περιβάλλον» του σημείου πωλήσεως, την εξωτερική εμφάνιση του σημείου πωλήσεως, ιδίως δε των προθηκών, και την πώληση άλλων εμπορευμάτων στο σημείο πωλήσεως. Κατά τη Galec, τα κριτήρια αυτά είναι υπερβολικά υποκειμενικά, δυσανάλογα και συνεπάγονται διακρίσεις εις βάρος των μελών της.

— «Το περιβάλλον» και η θέση του σημείου πωλήσεως

129 Το σημείο II.4 της Συμβάσεως ορίζει ότι «το επίπεδο και το περιβάλλον του σημείου πωλήσεως του αρωματοπωλείου πρέπει να αντιστοιχούν στο κύρος του σήματος». Κατά τη διάταξη αυτή, το περιβάλλον των καταστημάτων εκτιμάται με βάση το «εξωτερικό περιβάλλον του καταστήματος (γειτονικά καταστήματα και οδός)», τη «γεωγραφική θέση (κέντρο πόλεως, περιφερειακή

συνοικία, εμπορική οδός κ.λπ.)» και τα «λοιπά γειτνιάζοντα εμπορικά καταστήματα υψηλού κύρους (κοσμηματοπωλεία, καταστήματα δώρων, ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ.)». Από το κεφάλαιο «a) Ποιότητα του περιβάλλοντος — συνοικία ή οδός» της βαθμολογικής κλίμακας του δελτίου αξιολογήσεως της Givenchy προκύπτει ότι ένα εμπορικό κατάστημα που κείται σε συνοικία ή οδό καλής φήμης ή δίπλα σε εμπορικά καταστήματα πολυτελείας λαμβάνει υψηλότερη βαθμολογία απ' ό,τι ένα εμπορικό κατάστημα που κείται σ' ένα κοινό προάστιο. Στο κεφάλαιο αυτό προσδίδεται επίσης η μέγιστη στάθμιση (30 βαθμοί), ήτοι μεγαλύτερη απ' ό,τι στην επαγγελματική κατάρτιση (20 βαθμοί).

130 Το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι ένα κριτήριο που αφορά το περιβάλλον στο οποίο κείται ένα σημείο πωλήσεως καλλυντικών πολυτελείας δεν εμπίπτει καθεαυτό στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, στο μέτρο που αποσκοπεί να αποτρέψει το ενδεχόμενο πωλήσεως των προϊόντων αυτών σε εντελώς ακατάλληλους χώρους, όπως υποστήριξε ο εκπρόσωπος της Givenchy κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση (βλ. σκέψη 87 ανωτέρω). Το Πρωτοδικείο τονίζει, ωστόσο, ότι εναπόκειται στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να μεριμνούν ώστε ένα τέτοιο κριτήριο να μην εφαρμόζεται κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις ή δυσανάλογο σε συγκεκριμένες περιπτώσεις.

— Η εξωτερική εμφάνιση του σημείου πωλήσεως, ιδίως δε «οι προθήκες στην πρόσοψη»

131 Η Galec επικρίνει τις διατάξεις της Συμβάσεως που αφορούν την ποιότητα της προσόψεως, καθώς και τη διάταξη του σημείου II.6 της Συμβάσεως σύμφωνα με την οποία το κατάστημα πρέπει να έχει «στην πρόσοψη μία ή περισσότερες προθήκες» οι οποίες πρέπει να παρουσιάζονται «κατά τρόπο σύμφωνο προς την πρακτική που διέπει την πώληση προϊόντων πολυτελείας». Στο δελτίο αξιολογήσεως, το κεφάλαιο b) που αφορά την εξωτερική εμφάνιση του σημείου πωλήσεως αντιπροσωπεύει 30 βαθμούς κατ' ανώτατο όριο (για μια «πρόσοψη εξαιρετικά πολυτελή») και το κεφάλαιο c) που αφορά τις προθήκες αντιπροσωπεύει 10 βαθμούς κατ' ανώτατο όριο.

132 Το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι διατάξεις όπως αυτές, ιδίως δε εκείνες που αφορούν τις προθήκες, επιδέχονται εφαρμογή συνεπαγόμενη διακρίσεις εις βάρος

ενός σημείου πωλήσεως — όπως είναι μια υπεραγορά — που δεν έχει την ίδια πρόσοψη με ένα παραδοσιακό εμπορικό κατάστημα, κυρίως μια πρόσοψη με προθήκες, αλλά το οποίο έχει διαρρυθμίσει μια θέση ή έναν χώρο στο εσωτερικό καταστήματος κατά τρόπο που να αρμόζει στην πώληση των καλλυντικών πολυτελείας. Επιπλέον, οι προθήκες στην πρόσοψη δεν είναι αναγκαίες για την καλή παρουσίαση των προϊόντων, στην περίπτωση μιας θέσεως ή ενός χώρου που έχουν διαρρυθμιστεί στο εσωτερικό ενός καταστήματος «ποικιλίας προϊόντων».

133 Ωστόσο, από το δελτίο που χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση της υποψηφιότητας της εταιρίας Rocadis για το κέντρο Leclerc του Poitiers (βλ. σκέψεις 46 και 47 ανωτέρω) προκύπτει ότι τα κριτήρια της Συμβάσεως που αφορούν τις προθήκες μπορούν να ερμηνευθούν ως αφορώντα τις «προθήκες» ενός χώρου διαρρυθμισμένου στο εσωτερικό ενός σημείου πωλήσεως και όχι τις εξωτερικές προθήκες.

134 Υπό τις συνθήκες αυτές, αρκεί η διαπίστωση ότι εναπόκειται στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να μεριμνούν ώστε τα κριτήρια που αφορούν την εξωτερική εμφάνιση του σημείου πωλήσεως, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αφορούν τις προθήκες, να μην εφαρμόζονται κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις ή δυσανάλογο.

— Η πώληση άλλων εμπορευμάτων δυναμένων να υποβαθμίσουν την εικόνα του σήματος Givenchy

135 Η Galec αμφισβητεί τη νομιμότητα του σημείου II.6 της Συμβάσεως, σύμφωνα με το οποίο «το περιβάλλον που συνθέτουν τα λοιπά διανεμόμενα στον χώρο πωλήσεων προϊόντα δεν πρέπει να υποβαθμίζει την εικόνα του σήματος Givenchy».

136 Επιβάλλεται η διαπίστωση ότι δεν διευκρινίζεται ούτε στη Σύμβαση ούτε στο δελτίο αξιολογήσεως ποια είναι τα προϊόντα των οποίων η πώληση στον ίδιο χώρο μπορεί να υποβαθμίσει την εικόνα του σήματος Givenchy. Στην

Απόφαση, η Επιτροπή περιορίζεται να διαπιστώσει ότι η διάταξη αυτή αποσκοπεί στη διαφύλαξη, στην αντίληψη του κοινού, της αίγλης κύρους και αποκλειστικότητας που είναι σύμφυτη με τα σχετικά προϊόντα, «[αποτρέποντας έτσι] οποιαδήποτε εξομοίωση με εμπορεύματα κατώτερης ποιότητας» (σημείο II. Α. 5, πέμπτο εδάφιο).

137 Πρέπει επομένως να τονιστεί ότι το σημείο II.6 της Συμβάσεως στερείται ακρίβειας και σαφήνειας και επιδέχεται υποκειμενική και ενδεχομένως συνεπαγόμενη διακρίσεις εφαρμογή.

138 Ωστόσο, το Πρωτοδικείο υπενθυμίζει ότι η Επιτροπή θεωρεί ότι μια υπεραγορά δεν μπορεί να αποκλειστεί από το δίκτυο για το γεγονός και μόνον ότι πωλεί και άλλα εμπορεύματα (βλ. σημείο II. Α. 5, πέμπτο και έκτο εδάφιο, της Αποφάσεως και σκέψεις 156 επ. κατωτέρω). Επιπλέον, οι παρεμβαίνουσες δεν προσδιόρισαν τα προϊόντα των οποίων η διανομή θα μπορούσε να υποβαθμίσει την «εικόνα» των προϊόντων, εξαιρουμένων των προϊόντων διατροφής ή καθαρισμού.

139 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η Απόφαση έχει την έννοια ότι η πώληση και άλλων εμπορευμάτων που κατά κανόνα βρίσκονται σε μια υπεραγορά δεν μπορεί καθεαυτή να βλάψει την «εικόνα πολυτέλειας» των σχετικών προϊόντων, υπό τον όρο ότι η θέση ή ο χώρος που προορίζεται για την πώληση των καλλυντικών πολυτελείας είναι διαρρυθμισμένος έτσι ώστε τα προϊόντα αυτά να παρουσιάζονται υπό συνθήκες αναδεικνύουσες την αξία τους. Λόγω μιας τέτοιας διαρρυθμίσεως μπορεί να παραστεί ανάγκη ορισμένα άλλα προϊόντα, όπως τα προϊόντα διατροφής ή καθαρισμού, να μη διανέμονται «εγγύς» των καλλυντικών πολυτελείας ή να υπάρχει ένας κατάλληλος διαχωρισμός μεταξύ της πωλήσεως των καλλυντικών πολυτελείας και της πωλήσεως άλλων προϊόντων κατώτερης ποιότητας (βλ. σημείο II. Α. 5, πέμπτο εδάφιο, της Αποφάσεως).

140 Υπό το φως των διευκρινίσεων αυτών, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι ο έλεγχος που θα ασκηθεί, σε περίπτωση δυσχερειών, από τα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές είναι ικανός να αντισταθμίσει την έλλειψη σαφήνειας του κριτηρίου αυτού. Συγκεκριμένα, εναπόκειται στα όργανα αυτά να μεριμνούν ώστε η διάταξη αυτή να μην εφαρμόζεται κατά τρόπο συνεπαγόμενο διακρίσεις ή δυσανάλογο.

— Η σημασία των λοιπών δραστηριοτήτων που ασκούνται στο σημείο πωλήσεως

141 Προς στήριξη των επικρίσεων που διατυπώνει στην προσφυγή της κατά των κριτηρίων που αφορούν την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως και την πώληση άλλων εμπορευμάτων, η Galec έβαλε, κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, κατά του κεφαλαίου «m) Δραστηριότητα του καταστήματος» του τμήματος «Στοιχεία εσωτερικής εκτιμήσεως» του δελτίου αξιολογήσεως της Givenchy. Από το κεφάλαιο αυτό, στο οποίο αναλογεί η μέγιστη στάθμιση των 30 βαθμών, προκύπτει ότι, αν η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητα του καταστήματος δεν είναι η προέχουσα σε σχέση με το σύνολο των λοιπών δραστηριοτήτων ή αν στα ράφια εμπορευμάτων του καταστήματος τα αρώματα καλύπτουν λιγότερο από το 50 % του χώρου, ο αντίστοιχος υποψήφιος λαμβάνει τον βαθμό μηδέν. Η Galec φρονεί ότι το κεφάλαιο αυτό συνεπάγεται διακρίσεις.

142 Είναι γεγονός ότι το κεφάλαιο αυτό δεν το αναφέρει η Απόφαση. Το Πρωτοδικείο υπενθυμίζει ωστόσο ότι η Απόφαση διαπιστώνει ότι τα κριτήρια της Givenchy που αφορούν την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως και την πώληση άλλων εμπορευμάτων, που διαλαμβάνονται στο σημείο II.6 της Συμβάσεως, δεν εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης (σημείο II. Α. 5, πέμπτο και έκτο εδάφιο). Δεδομένου ότι το δελτίο αξιολογήσεως αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του εν λόγω σημείου II.6, έπεται ότι η Απόφαση πρέπει επίσης να ερμηνευθεί ως αποφασίζουσα ότι ένα κριτήριο όπως εκείνο που προβλέπεται στο κεφάλαιο m) δεν εμπίπτει στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

143 Μολονότι, σύμφωνα με το δελτίο αξιολογήσεως, ένας υποψήφιος αποκλείεται μόνον αν λάβει τέσσερα μηδενικά στο σύνολο των δεκαπέντε κεφαλαίων, το κεφάλαιο m) του δελτίου αξιολογήσεως συντελεί παρά ταύτα στον αποκλεισμό των υποψηφίων, όπως είναι τα καταστήματα «ποικιλίας προϊόντων», των οποίων η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητα αντιπροσωπεύει λιγότερο από το 50 % των δραστηριοτήτων τους, αυτό δε έστω και αν διαθέτουν μια εξειδικευμένη θέση για την πώληση των σχετικών προϊόντων.

144 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το κεφάλαιο m) του δελτίου αξιολογήσεως πρέπει να θεωρηθεί δυσανάλογο, καθόσον το γεγονός και μόνον ότι η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητα ενός καταστήματος αντιπροσωπεύει λιγότερο από το 50 % των συνολικών δραστηριοτήτων του δεν έχει καθεαυτό καμία σχέση με τη θεμιτή απαίτηση της διαφυλάξεως της εικόνας των προϊόντων αυτών ως προϊόντων πολυτελείας.

145 Περαιτέρω, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το κεφάλαιο m) συνεπάγεται διακρίσεις, στο μέτρο που τείνει να ευνοήσει την υποψηφιότητα ενός εξειδικευμένου αρωματοπωλείου εις βάρος της υποψηφιότητας ενός καταστήματος «ποικιλίας προϊόντων», το οποίο διαθέτει εξειδικευμένη θέση διαρρυθμισμένη έτσι ώστε να πληρούνται οι ποιοτικές προϋποθέσεις που αρμόζουν στην πώληση των καλλυντικών πολυτελείας.

146 Επομένως, το κεφάλαιο αυτό είναι ως εκ της φύσεώς του ικανό να περιορίσει ή να νοθεύσει τον ανταγωνισμό, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, καθόσον έχει ως αποτέλεσμα τη δυσμενή αντιμετώπιση ενός υποψηφίου για τον λόγο και μόνον ότι η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητά του δεν είναι η προέχουσα σε σχέση με τις λοιπές δραστηριότητες του καταστήματος.

147 Μολονότι το δελτίο αξιολογήσεως αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα των διατάξεων του σημείου II.6 της Συμβάσεως και της διαδικασίας εισδοχής στο δίκτυο Givenchy, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι το σημείο II. A. 5 της Αποφάσεως δεν περιέχει στην αιτιολογία κανένα στοιχείο που να δικαιολογεί το επίμαχο κεφάλαιο. Επομένως, η Απόφαση είναι συναφώς πλημμελής λόγω ελλιπούς αιτιολογίας.

148 Πρέπει κατά συνέπεια να ακυρωθεί η Απόφαση, καθόσον με αυτήν αποφασίζεται ότι μια διάταξη που επιτρέπει στη Givenchy να αντιμετωπίζει δυσμενώς την υποψηφιότητα ορισμένων διανομέων, για τον λόγο και μόνον ότι η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητά τους δεν είναι η προέχουσα, δεν εμπίπτει στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

γ) Το κριτήριο του διακριτικού τίτλου

149 Η Galec επικρίνει ως υποκειμενική, συνεπαγόμενη διακρίσεις και δυσανάλογη τη διάταξη II.8 της Συμβάσεως που ορίζει ότι «αποκλείεται υφιστάμενος διακριτικός τίτλος του οποίου η εικόνα συνδέεται με περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών. Αποκλείεται επίσης νέος διακριτικός τίτλος ο οποίος προσλαμβάνεται από το κοινό κατά τρόπο συνεπαγόμενο περιορισμό του

διακόσμου ή των υπηρεσιών. Διευκρινίζεται ωστόσο ότι η συνήθης πολιτική τιμών ενός διακριτικού τίτλου δεν μπορεί να θεωρηθεί ως υποβαθμιστικό στοιχείο». Η Επιτροπή και οι παρεμβαίνουσες φρονούν ότι η διάταξη αυτή είναι αναγκαία για να διατηρηθεί ο χαρακτήρας πολυτέλειας των προϊόντων και η εικόνα πολυτέλειας του σήματος Givenchy.

150 Το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι ένα κριτήριο που σκοπεύει αποκλειστικά στο να αποτρέψει το ενδεχόμενο ο διακριτικός τίτλος του εμπόρου λιανικής πωλήσεως να είναι ικανός να υποβαθμίσει την εικόνα πολυτέλειας των καλλυντικών πολυτελείας συνιστά καταρχήν θεμιτή απαίτηση της διανομής των προϊόντων αυτών και, επομένως, δεν εμπίπτει κατ' ανάγκη στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης. Πράγματι, είναι επίφοβο ότι, ελλείψει ενός τέτοιου κριτηρίου, η εικόνα πολυτέλειας των καλλυντικών πολυτελείας και συνεπώς αυτή ταύτη η φύση τους μπορεί να θιγεί από την πώληση των προϊόντων αυτών εκ μέρους εμπόρων λιανικής πωλήσεως των οποίων ο διακριτικός τίτλος είναι καταφανώς υποβαθμιστικός στα μάτια των καταναλωτών.

151 Ωστόσο, λαμβανομένου υπόψη του γεγονότος ότι, αντίθετα προς τα κριτήρια που αφορούν τις υλικές πτυχές ενός σημείου πωλήσεως, το κριτήριο του διακριτικού τίτλου δεν μπορεί να ελεγχθεί με λήψη φωτογραφιών ή με επί τόπου επιθεώρηση, εναπόκειται στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να μεριμνούν όλως ιδιαιτέρως ώστε το κριτήριο αυτό να μην εφαρμόζεται κατά τρόπο αδικαιολόγητο ή δυσανάλογο.

152 Συγκεκριμένα, πρώτον, το κριτήριο αυτό δεν μπορεί να αφορά παρά τον τρόπο κατά τον οποίο ο σχετικός διακριτικός τίτλος γίνεται εκάστοτε αντιληπτός από τους καταναλωτές. Επομένως, η πρώτη φράση της διατάξεως II.8 της Συμβάσεως, σύμφωνα με την οποία «αποκλείεται υφιστάμενος διακριτικός τίτλος του οποίου η εικόνα συνδέεται με περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών», δεν μπορεί να ερμηνεύεται ως αποκλείουσα σύγχρονες μορφές εμπορίου που στηρίχθηκαν, στις απαρχές τους, στον περιορισμό του διακόσμου ή των υπηρεσιών, αλλά οι οποίες ανέπτυξαν έκτοτε νέες μεθόδους αναδείξεως της αξίας για την πώληση των προϊόντων πολυτελείας, οπότε ο διακριτικός τους τίτλος δεν θεωρείται πλέον συναφώς υποβαθμιστικός.

153 Δεύτερον, σύμφωνα με τις αρχές που προανέφερε το Πρωτοδικείο (βλ. σκέψεις 121 επ. ανωτέρω), ο τρόπος με τον οποίο γίνεται αντιληπτός ο σχετικός διακριτικός τίτλος δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη διάκριση του παραγωγού, αλλά πρέπει να καθορίζεται κατά τρόπο όσο το δυνατόν αντικειμενικότερο. Σε περίπτωση αμφισβητήσεως, θα πρέπει ενδεχομένως να υποβάλλονται στην εκτίμηση των αρμόδιων εθνικών δικαστηρίων ή αρχών αντικειμενικά αποδεικτικά στοιχεία, όπως δημοσκοπήσεις ή έρευνες αγοράς.

154 Τρίτον, όπως υποστήριξε και η ίδια η καθής, η Απόφαση διευκρινίζει στο σημείο II. Α. 5 ότι η εικόνα που απορρέει από τη «συνήθη πολιτική τιμών του διανομέα» δεν πρέπει να θεωρείται υποβαθμιστική. Πράγματι, το κριτήριο του διακριτικού τίτλου δεν μπορεί να χρησιμοποιείται με μοναδικό σκοπό τον αποκλεισμό των καταστημάτων που μπορούν να προσφέρουν τα προϊόντα σε χαμηλές τιμές, αλλά υπό συνθήκες αναδεικνύουσες την αξία τους.

155 Τέλος, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το κριτήριο του διακριτικού τίτλου πρέπει να εφαρμόζεται πάρα πολύ προσεκτικά στην περίπτωση που είναι αναμφίβολο ότι ο έμπορος λιανικής πωλήσεως έχει πραγματοποιήσει τις αναγκαίες επενδύσεις προκειμένου να ανταποκριθεί σε όλες τις απαιτήσεις που αφορούν τις υλικές συνθήκες πωλήσεως (διαρρύθμιση, χωρισμός από τα άλλα είδη, κατηρτισμένο προσωπικό κ.λπ.) και έχει αποδεχθεί τις υποχρεώσεις αποθηκεύσεως, ελάχιστου ποσού ετήσιων αγορών, συνεργασία κατά τη διαφήμιση κ.λπ. Σε μια τέτοια περίπτωση, εναπόκειται στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να ελέγχουν αν το κριτήριο του διακριτικού τίτλου χρησιμοποιείται με μοναδικό σκοπό τον αποκλεισμό από το δίκτυο ενός σημείου πωλήσεως ικανού να πωλεί τα σχετικά προϊόντα, χωρίς να υφίσταται πραγματικός κίνδυνος να θιγεί η εικόνα των προϊόντων αυτών.

Γ — Επί των ισχυρισμών και επιχειρημάτων της προσφεύγουσας που αφορούν, αφενός, το αν τα μέλη της αποκλείονται a priori από το δίκτυο Givenchy και, αφετέρου, τη σχετική συμπεριφορά των καταναλωτών

156 Υπό το φως των προεκτεθέντων, πρέπει, στο παρόν στάδιο της συλλογιστικής, να εξεταστούν οι ισχυρισμοί και τα επιχειρήματα της Galec που αφορούν, αφενός, το αν τα μέλη της αποκλείονται a priori από το δίκτυο Givenchy λόγω της σωρεύσεως των κριτηρίων επιλογής και, αφετέρου, τη σχετική συμπεριφορά των καταναλωτών.

157 Το Πρωτοδικείο υπενθυμίζει καταρχάς ότι η Επιτροπή τόνισε επανειλημμένως κατά τη διάρκεια της δίκης ότι με την Απόφαση ουδόλως σκοπείται ο a priori αποκλεισμός των σύγχρονων μορφών εμπορίου, όπως είναι οι υπεραγορές τις οποίες εκμεταλλεύονται τα κέντρα Leclerc (βλ. σκέψεις 71 και 72 ανωτέρω). Η Givenchy υποστήριξε ομοίως ότι δεν έχει προκατάληψη κατά των υπεραγορών ή άλλων σύγχρονων μορφών διανομής ούτε κατά των κέντρων Leclerc (βλ. σκέψεις 84 και 91 ανωτέρω). Οι λοιπές τρεις παρεμβαίνουσες ισχυρίστηκαν και αυτές ότι η Απόφαση δεν αποκλείει καθεαυτήν τη μορφή διανομής που πραγματοποιούν τα μέλη της Galec ή άλλες σύγχρονες μορφές διανομής. Αντιθέτως, οι παρεμβαίνουσες προέβαλαν μεταξύ άλλων την ύπαρξη, σε διάφορα κράτη μέλη, εγκεκριμένων διανομέων «ποικίλων προϊόντων», προκειμένου να αποδείξουν τον μη περιοριστικό χαρακτήρα του συστήματος Givenchy.

158 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι κανείς από τους διαδίκους δεν προέβαλε ενώπιον του Πρωτοδικείου την καταρχήν ανικανότητα των υπεραγορών ή άλλων μορφών διανομής «ποικιλίας προϊόντων» να πωλούν καλλυντικά πολυτελείας. Η Επιτροπή και οι προσφεύγουσες δέχονται ότι η δυνατότητα αυτή εξετάζεται με την Απόφαση, υπό τον όρο ότι τα ως άνω σημεία πωλήσεως θα διαρρυθμιστούν καταλλήλως και θα αποδεχθούν υποχρεώσεις ισοδύναμες με εκείνες που αποδέχονται οι λοιποί εγκεκριμένοι διανομείς. Το Πρωτοδικείο θεωρεί εξάλλου ότι, εν εναντία περιπτώσει, το δίκτυο της Givenchy θα συνιστούσε παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, λόγω του ότι θα απέκλειε a priori από το σύστημα μια κατηγορία δυνητικών μεταπωλητών (βλ. σκέψη 116 ανωτέρω).

159 Η Επιτροπή, μολονότι στα σημεία II. A. 5, έκτο εδάφιο, και II. B. 5, τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως εκφράστηκε κατά τρόπο σχετικά διφορούμενο χρησιμοποιώντας την έκφραση «μεγάλα καταστήματα», η οποία κανονικά αφορά μια μορφή παραδοσιακού εμπορίου, και τονίζοντας ότι «δεν μπόρεσε να διαπιστώσει» ότι η διάδοση των συστημάτων επιλεκτικής διανομής στον τομέα των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας παραγκωνίζει «καταρχήν» ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής, διευκρίνισε κατά τη διάρκεια της δίκης ότι κατά την έκδοση της Αποφάσεως δεν είχε την πρόθεση να αποκλείσει μορφές εμπορίου όπως οι υπεραγορές των μελών της Galec και ότι η έκφραση «μεγάλα καταστήματα» στην Απόφαση περικλείει τέτοιες μορφές εμπορίου (βλ. σκέψη 72 ανωτέρω).

160 Περαιτέρω, το Πρωτοδικείο τόνισε στην παρούσα απόφαση τον ρόλο που καλούνται να διαδραματίσουν τα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές, όσον αφορά τη μη συνεπαγόμενη διακρίσεις και αναλογική εφαρμογή των επίμαχων κριτηρίων (βλ. σκέψεις 121 επ. ανωτέρω).

161 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η προσφεύγουσα δεν απέδειξε επαρκώς κατά νόμο ότι υφίστανται σήμερα φραγμοί για την πρόσβαση της διανομής μεγάλης κλίμακας στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας, υπό τον όρο ότι τα σχετικά σημεία πωλήσεως είναι κατάλληλα προσαρμοσμένα στην πώληση τέτοιων προϊόντων.

162 Συγκεκριμένα, εναπόκειται στη Galec ή στα μέλη της να υποβάλουν την υποψηφιότητά τους και, ενδεχομένως, στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές να αποφασίσουν αν η απόρριψη μιας συγκεκριμένης αιτήσεως εισδοχής συνάδει με το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, υπό το φως της νομολογίας του Δικαστηρίου και του Πρωτοδικείου. Περαιτέρω, εναπόκειται στην Επιτροπή να μεριμνά, ιδίως σε περίπτωση αιτήσεως ανανεώσεως της Αποφάσεως, ώστε οι σύγχρονες μορφές διανομής να μην αποκλείονται αδικαιολόγητα από το δίκτυο της Givenchy ή από παρόμοια δίκτυα.

163 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι πρέπει να απορριφθεί ο ισχυρισμός της Galec ότι τα μέλη της αποκλείονται a priori από το δίκτυο Givenchy.

164 Πρέπει επίσης να απορριφθούν οι ισχυρισμοί ή/και τα επιχειρήματα της Galec ότι η Επιτροπή δεν αιτιολόγησε την άποψή της ότι τα διαλαμβανόμενα στην Απόφαση ποιοτικά κριτήρια είναι τα μόνα που είναι σύμφυτα με την επιλεκτικότητα των αρωμάτων πολυτελείας ή/και ότι οι μέθοδοι της διανομής μεγάλης κλίμακας για την ανάδειξη της αξίας των προϊόντων είναι ακατάλληλες για τη διανομή τους. Πράγματι, η Απόφαση δεν μπορεί να ερμηνευθεί ως περιέχουσα μια τέτοια άποψη.

165 Για τους ίδιους λόγους πρέπει να απορριφθεί και ο ισχυρισμός της Galec ότι η Επιτροπή πλανήθηκε καταφανώς περί τα πράγματα όσον αφορά τον φερόμενο αποκλεισμό της διανομής μεγάλης κλίμακας από την εμπορία των επίμαχων προϊόντων.

166 Για τους ίδιους επίσης λόγους πρέπει να απορριφθεί η διπλή αιτίαση που διατύπωσε η Galec κατά της Επιτροπής, αφενός, ότι δεν δικαιολόγησε τις απόψεις της ως προς τα κίνητρα του καταναλωτή και, αφετέρου, ότι πλανήθηκε καταφανώς περί τα πράγματα επί του σημείου αυτού.

167 Συναφώς, είναι γεγονός ότι η Επιτροπή δεν στηρίχθηκε σε ανεξάρτητη πραγματογνωμοσύνη ικανή να τεκμηριώσει τις απόψεις της σχετικά με τα κίνητρα του καταναλωτή, ιδίως στο σημείο II. Β. 3 της Αποφάσεως. Είναι επίσης γεγονός ότι, όπως υποστήριξε η Galec κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση, οι τέσσερις γαλλικές ενώσεις καταναλωτών που υπέβαλαν παρατηρήσεις κατά τη διοικητική διαδικασία που προηγήθηκε της εκδόσεως της αποφάσεως Yves Saint Laurent, ήτοι η Union féminine civique et sociale (UCS), το Institut national de la consommation (INC), η Confédération syndicale du cadre de vie (CSCV) και η Confédération des familles (CSF), δεν υποστήριξαν ανεπιφύλακτα την άποψη της Επιτροπής. Συγκεκριμένα, η CSF και το INC προέβαλαν την αντίθεσή τους στην προτεινόμενη απόφαση, για τον λόγο κυρίως ότι η απόφαση αυτή θα είχε ως αποτέλεσμα τη διατήρηση υπερβολικά υψηλών τιμών και τον αποκλεισμό ενός σημαντικού τμήματος του πληθυσμού από την πρόσβαση στα προϊόντα αυτά. Η UCS ισχυρίστηκε ότι ορισμένες από τις επίμαχες διατάξεις έτειναν στο να καταστήσουν δυσχερέστερη απ' ό,τι προηγουμένως την είσοδο στην αγορά νέων μορφών διανομής και ότι οι διατάξεις αυτές «δεν κινούνται προς την κατεύθυνση του ανοίγματος και της υπάρξεως καλύτερου ανταγωνισμού στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς ούτε προς την κατεύθυνση του συμφέροντος των καταναλωτών». Η CSCV έκλεισε τις παρατηρήσεις της παρατηρώντας ότι «υπό το πρόσχημα της υψηλής τεχνολογίας των προϊόντων της και του κύρους του σήματός της, η SA Yves Saint Laurent περιορίζει τον ανταγωνισμό με κριτήρια επιλογής συνεπαγόμενα διακρίσεις και διατηρεί πλασματικά μια πολύ υψηλή τιμή για τα προϊόντα της».

168 Επιβάλλεται ωστόσο η διαπίστωση ότι στην Απόφαση η Επιτροπή δεν υποστήριξε ότι ο καταναλωτής αναζητεί την πολυτέλεια μόνο στο παραδοσιακό εμπόριο. Ομοίως, η προσφεύγουσα δεν απέδειξε ότι η Επιτροπή πλανήθηκε

καταφανώς περί τα πράγματα ή παρέθεσε ανεπαρκή αιτιολογία όσον αφορά τις προσμονές των καταναλωτών. Πράγματι, από την Απόφαση προκύπτει ότι ο καταναλωτής ο οποίος προτιμά να πραγματοποιεί τις αγορές του καλλυντικών πολυτελείας σε ένα καταλλήλως διαρρυθμισμένο σημείο πωλήσεως μιας υπεραγοράς πρέπει να έχει τη δυνατότητα αυτή, ενώ ο καταναλωτής του είδους που διαλαμβάνεται στην έκθεση του καθηγητή Glais, ο οποίος προτιμά να πραγματοποιεί τις αγορές του σε ένα εξειδικευμένο αρωματοπωλείο ή σε ένα παραδοσιακό μεγάλο κατάστημα, παραμένει επίσης ελεύθερος να συνεχίσει να συχνάζει σ' αυτά τα σημεία πωλήσεως.

169 Επομένως, πρέπει να απορριφθεί το σύνολο των ισχυρισμών και επιχειρημάτων της προσφεύγουσας που αφορούν το αν τα μέλη της αποκλείονται a priori από την πώληση των καλλυντικών πολυτελείας, καθώς και οι συναφείς ισχυρισμοί και επιχειρήματα που αφορούν τις προσμονές των καταναλωτών.

Δ — Επί του αν η απαγόρευση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης τυγχάνει εφαρμογής λόγω της υπάρξεως παραλλήλων δικτύων στον σχετικό τομέα

170 Η Galec ισχυρίζεται επίσης ότι, εν πάση περιπτώσει, υπήρξε παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης στη συγκεκριμένη περίπτωση, λόγω του ότι σε όλο τον σχετικό τομέα υφίστανται δίκτυα παρόμοια με εκείνα της Givenchy, οπότε δεν υπάρχουν περιθώρια για άλλες μορφές διανομής και ότι δεν υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός στην κρίσιμη αγορά — ήτοι στην αγορά των «αρωμάτων πολυτελείας» — κατά την έννοια των σκέψεων 40 έως 42 της αποφάσεως Metro II. Η Επιτροπή και οι παρεμβαίνουσες φρονούν ότι, παρά την ύπαρξη δικτύων παραλλήλων με εκείνο της Givenchy, υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός στην κρίσιμη αγορά — η οποία είναι η αγορά των «καλλυντικών πολυτελείας» —, οπότε δεν έχει εφαρμογή το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

171 Το Πρωτοδικείο υπενθυμίζει ότι το Δικαστήριο, στη σκέψη 40 της αποφάσεώς του Metro II, έκρινε ότι, μολονότι τα λεγόμενα «απλά» συστήματα επιλεκτικής διανομής (ήτοι τα συστήματα που στηρίζονται αποκλειστικά σε ποιοτικά κριτήρια) μπορούν να αποτελούν στοιχείο ανταγωνισμού σύμφωνο προς

το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, μπορεί ωστόσο να επέλθει περιορισμός ή και κατάργηση του ανταγωνισμού στην περίπτωση που η ύπαρξη ορισμένου αριθμού τέτοιων συστημάτων δεν αφήνει κανένα περιθώριο για άλλες μορφές διανομής που να βασίζονται σε διαφορετική πολιτική ανταγωνισμού ή καταλήγει σε διαρθρωτική ανελαστικότητα των τιμών, η οποία δεν αντισταθμίζεται από άλλους παράγοντες ανταγωνισμού μεταξύ προϊόντων υπό το ίδιο σήμα και από την ύπαρξη πραγματικού ανταγωνισμού μεταξύ προϊόντων υπό διαφορετικά σήματα. Ωστόσο, σύμφωνα με τις σκέψεις 41 και 42 της ίδιας αυτής αποφάσεως, από την ύπαρξη και μόνο μεγάλου αριθμού συστημάτων επιλεκτικής διανομής για ένα ορισμένο προϊόν δεν μπορεί να συναχθεί ότι περιορίζεται ή νοθεύεται ο ανταγωνισμός, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 1. Πράγματι, στην περίπτωση πολλαπλασιασμού των λεγόμενων «απλών» συστημάτων επιλεκτικής διανομής, το άρθρο 85, παράγραφος 1, δεν εφαρμόζεται παρά μόνον αν η σχετική αγορά έχει τόσο ανελαστικές δομές, ώστε δεν υφίσταται πλέον αποτελεσματικός ανταγωνισμός στον τομέα των τιμών (βλ. επίσης τις σκέψεις 44 και 45 της αποφάσεως αυτής).

172 Αντίθετα προς την υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση Metro II, στην οποία τα επίμαχα ηλεκτρονικά προϊόντα ψυχαγωγίας δεν επωλούντο πάντα μέσω της επιλεκτικής διανομής, δεν αμφισβητείται εν προκειμένω ότι σχεδόν όλοι οι παρασκευαστές που ασκούν δραστηριότητα στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας χρησιμοποιούν συστήματα διανομής παρόμοια με εκείνο της Givenchy.

173 Ωστόσο, το Πρωτοδικείο διαπίστωσε ήδη ότι η επιλεκτική διανομή των καλλυντικών πολυτελείας είναι ικανή να βελτιώσει τον ανταγωνισμό προς το συμφέρον του καταναλωτή, συμβάλλοντας ιδίως στη διαφύλαξη της εικόνας «πολυτέλειας» των προϊόντων σε σχέση με τα άλλα παρόμοια προϊόντα τα οποία δεν συνδέονται με μια τέτοια εικόνα, οπότε το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης δεν έχει εφαρμογή σε ορισμένα ποιοτικά κριτήρια που επιδιώκουν τον στόχο αυτό (σκέψεις 108 επ. ανωτέρω).

174 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το μνημονευόμενο στην απόφαση Metro II γεγονός ότι καταργείται ο ανταγωνισμός «στην περίπτωση που η ύπαρξη ορισμένου αριθμού τέτοιων συστημάτων δεν αφήνει κανένα περιθώριο για άλλες μορφές διανομής, που να βασίζονται σε διαφορετική πολιτική ανταγωνισμού» δεν σημαίνει ότι το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης έχει αυτομάτως εφαρμογή για τον λόγο και μόνον ότι όλοι οι παρασκευαστές στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας έχουν κάνει την

ίδια επιλογή όσον αφορά τις μεθόδους τους διανομής. Εν προκειμένω, οι σκέψεις 40 έως 46 της αποφάσεως Metro II έχουν την έννοια ότι, εφόσον εξεταζόμενα καθένα χωριστά ορισμένα κριτήρια επιλογής της Givenchy δεν εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, το σωρευτικό αποτέλεσμα των λοιπών δικτύων δεν μπορεί να μεταβάλλει το συμπέρασμα αυτό παρά μόνον αν αποδεικνύεται, πρώτον, ότι υφίστανται φραγμοί που εμποδίζουν την είσοδο στην αγορά των νέων ανταγωνιστών που έχουν τη δυνατότητα να πωλούν τα σχετικά προϊόντα, οπότε τα επίμαχα συστήματα επιλεκτικής διανομής έχουν ως αποτέλεσμα να παγιώνουν τη διανομή προς όφελος ορισμένων υφισταμένων διαύλων (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση Δηλιμίτης, σκέψεις 15 επ.), ή, δεύτερον, ότι δεν υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός, ιδίως στον τομέα των τιμών, ενόψει της φύσεως των σχετικών προϊόντων.

175 Όσον αφορά την ύπαρξη φραγμών που εμποδίζουν την είσοδο νέων ανταγωνιστών οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να πωλούν τα σχετικά προϊόντα, το Πρωτοδικείο διαπίστωσε ήδη ότι αυτό δεν αποδείχθηκε όσον αφορά τις υπεραγορές που είναι μέλη της προσφεύγουσας (βλ. σκέψεις 156 επ. ανωτέρω).

176 Γενικότερα, όσον αφορά το αν υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός, πρέπει καταρχάς να προσδιοριστεί η κρίσιμη αγορά. Συγκεκριμένα, μολονότι η Επιτροπή βασίμως έλαβε υπόψη της στην Απόφαση το σύνολο του τομέα των καλλυντικών πολυτελείας, για τον λόγο ότι τα προϊόντα πολυτελείας, είτε είναι προϊόντα αρωματοποιίας είτε καλλωπισμού είτε περιποίησης, μετέχουν της ίδιας εικόνας πολυτέλειας και συχνά πωλούνται μαζί υπό το ίδιο σήμα, το ζήτημα αν υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός δεν μπορεί να εκτιμηθεί παρά στα πλαίσια της αγοράς που συγκεντρώνει το σύνολο των προϊόντων τα οποία λόγω των χαρακτηριστικών τους είναι ιδιαιτέρως κατάλληλα να ικανοποιήσουν μόνιμες ανάγκες και δύσκολα μπορούν να αντικατασταθούν από άλλα προϊόντα (βλ. την προπαρατεθείσα απόφαση L'Oréal, σκέψη 25).

177 Εν προκειμένω όμως δεν αμφισβητείται ότι ένα άρωμα δεν μπορεί να αντικατασταθεί, όσον αφορά τα χαρακτηριστικά του ή τη χρησιμοποίησή του, με ένα προϊόν καλλωπισμού (για παράδειγμα ένα προϊόν μακιγιάζ) ή περιποίησης (για παράδειγμα μια κρέμα νυκτός). Ομοίως δεν αμφισβητείται ότι

την περίοδο εκείνη περίπου το 90 % των συνολικών πωλήσεων της Givenchy το αποτελούσαν τα αρώματα πολυτελείας. Ενόψει της σημασίας αυτού του χωριστού τομέα, πρέπει να ερευνηθεί αν στην περίπτωση των αρωμάτων πολυτελείας υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός σε επίπεδο λιανικού εμπορίου, παρά το γεγονός ότι εξακολουθούν να διατίθενται μέσω της επιλεκτικής διανομής.

178 Συναφώς, πρέπει καταρχάς να απορριφθεί το επιχείρημα της Επιτροπής και των παρεμβαινουσών που αντλείται από το σημείο Β.3. τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως, σύμφωνα με το οποίο, «εάν ο πελάτης θεωρεί δευτερεύοντα στοιχεία την εικόνα [του σήματος] ή τις υπηρεσίες που συνδέονται με την πώληση, στα πλαίσια του συστήματος επιλεκτικής διανομής, σε κάθε περίπτωση θα μπορεί να επιλέγει αντίστοιχα είδη, που προσφέρονται σε γειτονική αγορά και διανέμονται χωρίς προσφυγή σε συστήματα επιλεκτικής διανομής, τιμωρώντας κατά τον τρόπο αυτό την επιλογή εμπορικής στρατηγικής του παραγωγού». Συγκεκριμένα, η ίδια η Επιτροπή διαπίστωσε στην Απόφαση ότι ο βαθμός δυνατότητας υποκαταστάσεως των καλλυντικών πολυτελείας από ανάλογα προϊόντα που προέρχονται από άλλα τμήματα του τομέα είναι «σε γενικές γραμμές χαμηλός» (σημείο Ι. Β, πρώτο εδάφιο) και ότι, «λαμβανομένου υπόψη του ελάχιστου βαθμού δυνατότητας υποκατάστασης που υπάρχει στην αντίληψη του καταναλωτή, μεταξύ των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας και αντίστοιχων προϊόντων που ανήκουν σε άλλα τμήματα του τομέα, η αγορά που πρέπει να εξετάσουμε στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι εκείνη των καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας» (σημείο ΙΙ. Α. 8). Περαιτέρω, από τα σημεία Ι. Β και ΙΙ. Α. 8 της Αποφάσεως προκύπτει ότι η Επιτροπή έλαβε υπόψη το τμήμα της αγοράς που κατέχει ο όμιλος Louis Vuitton Moët-Hennessy για τα προϊόντα αρωματοποιίας πολυτελείας, προκειμένου να ερευνήσει αν οι επίμαχοι περιορισμοί ήσαν ικανοί να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό το ενδοκοινοτικό εμπόριο.

179 Επομένως, για να καθοριστεί αν στην περίπτωση των αρωμάτων πολυτελείας υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός, δεν ενδείκνυται να ληφθεί υπόψη ο υποθετικός ανταγωνισμός των αρωμάτων που δεν είναι πολυτελείας.

180 Πρέπει επίσης να απορριφθεί το επιχείρημα που προέβαλε η Επιτροπή και οι προσφεύγουσες ότι η ύπαρξη αποτελεσματικού ανταγωνισμού πρέπει να συναχθεί από το γεγονός ότι, σύμφωνα με το σημείο Ι. Β, τρίτο εδάφιο, της

Αποφάσεως, που στηρίζεται στην έκθεση του καθηγητή Weber, τα προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο μέσω δικτύων εγκεκριμένων διανομέων «αντιπροσώπευαν, το 1987, ποσοστό ύψους 24,7 % στη Γερμανία, 30,3 % στη Γαλλία, 36,2 % στην Ιταλία και 22,4 % στο Ηνωμένο Βασίλειο, σε σχέση με το σύνολο των πωλήσεων των καλλυντικών προϊόντων». Συγκεκριμένα, οι αριθμοί αυτοί προέρχονται από τον πίνακα υπ' αριθ. 22 της εκθέσεως του καθηγητή Weber και αντιπροσωπεύουν την αναλογία των πωλήσεων που πραγματοποιούνται μέσω του διαύλου της επιλεκτικής διανομής, εκπεφρασμένη ως ποσοτό του συνόλου των πωλήσεων όλων ομού των κατηγοριών των καλλυντικών, ήτοι των αρωμάτων, των προϊόντων καλλωπισμού, των προϊόντων περιποίησης, των προϊόντων για την περιποίηση των μαλλιών (ιδίως των σαμπουάν) και των προϊόντων ατομικής καθαριότητας (οδοντόκρεμες, σαπούνια, αποσμητικά κ.λπ.). Επιπλέον, από την εν λόγω έκθεση (σ. 89) προκύπτει ότι στην Ιταλία η αναλογία των αρωμάτων που πωλούνται μέσω του διαύλου της επιλεκτικής διανομής ήταν 81 % και ότι η αναλογία στη Γαλλία ήταν 65 %. Σύμφωνα με τα αριθμητικά στοιχεία που προσκόμισε η FIP, η αναλογία των αρωμάτων που πωλούνται μέσω του διαύλου της επιλεκτικής διανομής στη Γαλλία είναι 73 % (βλ. το παράρτημα I του υπομνήματός της παρεμβάσεως, σ. 17). Οι αριθμοί που παρατίθενται στο σημείο I. B, τρίτο εδάφιο, της Αποφάσεως δεν είναι επομένως χρήσιμοι για να εκτιμηθεί η αποτελεσματικότητα του ανταγωνισμού σ' έναν ειδικό τομέα όπως εκείνος των αρωμάτων πολυτελείας.

181 Ωστόσο, η Επιτροπή και οι παρεμβαίνουσες ισχυρίζονται ότι, ακόμη και στην αγορά των αρωμάτων πολυτελείας εξεταζόμενη καθεαυτήν, υφίσταται αποτελεσματικός ανταγωνισμός τόσο μεταξύ των παρασκευαστών (inter brand) όσο και μεταξύ των εγκεκριμένων από τη Givenchy διανομέων (intra brand).

182 Συναφώς, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η άποψη της Επιτροπής και των παρεμβαινουσών δεν βρίσκει κανένα στήριγμα στην έκθεση του καθηγητή Weber, από την οποία προκύπτει, ιδίως στις σελίδες 71, 89 έως 96, 105 και 110, ότι το 1987 δεν υφίστατο παρά περιορισμένος ανταγωνισμός μεταξύ των διανομέων αρωμάτων πολυτελείας και μεταξύ των διαφόρων μορφών διανομής. Ωστόσο, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι η Επιτροπή, προτού εκδώσει την Απόφαση το 1992, επέβαλε στη Givenchy διάφορες τροποποιήσεις των συμβάσεών της, όπως η κατάργηση όλων των αμιγώς ποσοτικών κριτηρίων επιλογής, η απάλειψη των διατάξεων που περιορίζουν την ελευθερία των διανομέων να μεταπωλούν τα προϊόντα σε άλλα μέλη του επιλεκτικού δικτύου, η απάλειψη των διατάξεων που περιορίζουν την ελευθερία επιλογής του μεταπωλητή όσον

αφορά τα άλλα σήματα που μπορούν να προσφερθούν στο σημείο πωλήσεως και η ρητή αναγνώριση της ελευθερίας του μεταπωλητή να καθορίζει ανεξάρτητα τις τιμές του. Επιπλέον, όπως διαπίστωσε ανωτέρω το Πρωτοδικείο, η Απόφαση μνημονεύει τη δυνατότητα προσβάσεως στο δίκτυο της Givenchy των νέων μορφών εμπορίου που έχουν τη δυνατότητα να διανέμουν τα εν λόγω προϊόντα.

183 Υπό τις συνθήκες αυτές, η Galec όφειλε να προσκομίσει αποδεικτικά στοιχεία προκειμένου να αποδειχθεί επαρκώς κατά νόμο ότι, ως επακόλουθο της Αποφάσεως, η αγορά κατέστη τόσο άκαμπτη και δομημένη ώστε δεν υφίσταται πλέον αποτελεσματικός ανταγωνισμός μεταξύ των εγκεκριμένων διανομέων των αρωμάτων πολυτελείας, ιδίως στον τομέα των τιμών (βλ. την απόφαση Metro II, σκέψεις 42 και 44). Δεδομένου ότι η Galec δεν προσκόμισε κανένα συγκεκριμένο σχετικό στοιχείο, το Πρωτοδικείο διαπιστώνει ότι δεν υφίστανται εν προκειμένω τέτοια αποδεικτικά στοιχεία.

184 Από το σύνολο των προεκτεθέντων προκύπτει ότι οι ισχυρισμοί και τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας που αφορούν παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, καθώς και οι λοιποί συναφείς ισχυρισμοί και επιχειρήματά της, πρέπει να απορριφθούν, πλην εκείνων που αφορούν τη διάταξη που διαλαμβάνεται στη σκέψη 148 ανωτέρω.

II — *Επί του βασίμου της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης*

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων

185 Όσον αφορά τη χορηγηθείσα εξαίρεση, η Galec προβάλλει πέντε κύρια επιχειρήματα για να αποδείξει ότι δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης. Πρώτον, η Επιτροπή θεωρεί ότι η βελτίωση της παραγωγής και της διανομής των αρωμάτων πολυτελείας είναι δυνατή μόνο σε πλαίσια αποκλειστικότητας (βλ. σημείο II. Β. 2, πρώτο εδάφιο, της

Αποφάσεως), μολονότι οι πρόσθετες υποχρεώσεις που απαριθμούνται στο σημείο II. Β. 2, δεύτερο έως έκτο εδάφιο, της Αποφάσεως μπορούν να εκπληρωθούν από τη διανομή μεγάλης κλίμακας. Δεύτερον, όσον αφορά τα πλεονεκτήματα των χρηστών, η Επιτροπή προέβαλε μια άποψη σχετικά με τη συμπεριφορά και τις προσμονές των καταναλωτών που είναι παρωχημένη. Τρίτον, η Επιτροπή νομιμοποίησε την πλήρη έλλειψη ανταγωνισμού μέσω των τιμών μεταξύ προϊόντων υπό το ίδιο σήμα, ενώ ο ανταγωνισμός αυτός θα μπορούσε να εξασφαλιστεί μέσω της διανομής μεγάλης κλίμακας. Τέταρτον, σε αντίθεση προς την αρχή της αναλογικότητας, η Επιτροπή παρέλειψε να συγκρίνει την επιλεκτική διανομή μέσω των εξειδικευμένων εμπόρων λιανικής πωλήσεως με την επιλεκτική διανομή που χρησιμοποιεί άλλες μορφές εμπορίου, αγνοώντας έτσι το γεγονός ότι οι μεταπωλητές που πραγματοποιούν διανομή μεγάλης κλίμακας υπόκεινται στις ίδιες υποχρεώσεις και τα ίδια βάρη όπως κάθε άλλος εγκεκριμένος διανομέας (βλ., μεταξύ άλλων, το σημείο II. Β. 4, δεύτερο εδάφιο, in fine, της Αποφάσεως). Πέμπτον, η Απόφαση, επιβάλλοντας στις άλλες μορφές διανομής μια «μερική τροποποίηση των ειδικών μεθόδων τους εμπορίας», καταργεί τον ανταγωνισμό εκ μέρους αυτών των μορφών διανομής, εκτός των περιθωριακών περιπτώσεων των μεγάλων καταστημάτων και των εμπορικών κέντρων. Εν πάση περιπτώσει, η Επιτροπή δεν ασχολήθηκε με τη συγκεκριμένη κατάσταση που επικρατεί σήμερα στην αγορά και δεν διευκρίνισε ποιες είναι οι τροποποιήσεις που πρέπει να γίνουν.

186 Σε απάντηση των ανωτέρω, η καθής διευκρινίζει ότι η χορηγηθείσα εξαίρεση δεν αφορά παρά τη διαδικασία εισδοχής, το ελάχιστο ποσό ετήσιων αγορών, τις υποχρεώσεις σχετικά με την αποθήκευση και τη συνεργασία για τη διαφήμιση και την προαγωγή των προϊόντων, την απαγόρευση πωλήσεως ενός προϊόντος το οποίο δεν έχει ακόμη διοχετευθεί για πρώτη φορά, τον έλεγχο των τιμολογίων από τη Givenchy και, στην περίπτωση που ο πελάτης είναι και ο ίδιος διανομέας, την εξακρίβωση ότι ανήκει στο επίσημο δίκτυο διανομής — υποχρεώσεις τις οποίες η προσφεύγουσα δεν επέκρινε από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1. Η καθής υποστηρίζει ότι δεν όφειλε να εξετάσει αν τα κριτήρια που δεν εμπίπτουν στην απαγόρευση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης πληρούσαν τις προϋποθέσεις του άρθρου 85, παράγραφος 3.

187 Περαιτέρω, οι επικρίσεις της προσφεύγουσας δεν ευσταθούν. Ειδικότερα, η άποψη ότι η Επιτροπή δεν ασχολήθηκε καθόλου με τον ανταγωνισμό «intra brand» μέσω των τιμών είναι ανακριβής (βλ. σημείο Ι.Γ, στοιχεία β', γ', ε' και

στ', και σημείο ΙΙ. Α. 5, τέταρτο εδάφιο, της Αποφάσεως) και, εν πάση περιπτώσει, το Δικαστήριο έχει κρίνει ότι ένας ορισμένος περιορισμός του ανταγωνισμού σε επίπεδο τιμών είναι σύμφυτος με κάθε σύστημα επιλεκτικής διανομής, ο δε περιορισμός αυτός αντισταθμίζεται από την ύπαρξη ανταγωνισμού ως προς την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών (απόφαση Metro II, σκέψη 45). Όσον αφορά τους καταναλωτές, πρόκειται για επιχειρήματα που έχουν ήδη αποκρουστεί στα πλαίσια της εξετάσεως της Συμβάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1. Όσον αφορά τη φερόμενη παραβίαση της αρχής της αναλογικότητας, η Επιτροπή υποστηρίζει ότι δεν επιδόθηκε σε απατηλές συγκρίσεις και υπενθυμίζει ότι το Δικαστήριο στη σκέψη 45 της αποφάσεως Metro II τόνισε ότι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το κόστος που φέρουν οι διανομείς του δικτύου λόγω του βάρους των υποχρεώσεων που απορρέουν από την έγκριση. Όσον αφορά την κατάργηση του ανταγωνισμού, η Απόφαση διευκρινίζει ρητώς ότι ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής δεν αποκλείονται καταρχήν και επισημαίνει την ύπαρξη ανταγωνισμού μεταξύ των σημάτων όπως και μεταξύ των εγκεκριμένων διανομέων. Όσον αφορά τη «μερική τροποποίηση» των μεθόδων ορισμένων σύγχρονων μορφών διανομής, η Επιτροπή προέβη σε ορθή εκτίμηση της καταστάσεως, όπως αυτή παρουσιάζεται. Το ότι η Απόφαση δεν διευκρινίζει τις τροποποιήσεις που πρέπει να υποστούν αυτές οι ειδικές μέθοδοι εμπορίας, αυτό οφείλεται στο ότι οι τροποποιήσεις αυτές εξαρτώνται από μια κατά περίπτωση εκτίμηση.

188 Τα επιχειρήματα των παρεμβαινουσών στηρίζουν την άποψη της Επιτροπής.

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου

189 Όπως ορθώς υποστήριξε η Επιτροπή, η αιτιολογία του σημείου ΙΙ. Β της Αποφάσεως αφορά αποκλειστικά τις πτυχές της Συμβάσεως τις οποίες θεώρησε ότι εμπίπτουν στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, ήτοι τις πτυχές που αφορούν, μεταξύ άλλων, τη διαδικασία εισδοχής στο δίκτυο, την αποθήκευση, το ελάχιστο ποσό ετησίων αγορών, την παρουσία στο σημείο πωλήσεως προϊόντων υπό ανταγωνιστικά σήματα, την αρχική διοχέτευση νέων προϊόντων και τη συνεργασία για τη διαφήμιση και προαγωγή των προϊόντων. Η Galec όμως με την προσφυγή της δεν επέκρινε αυτές τις πτυχές της Συμβάσεως.

190 Όσον αφορά το πρώτο επιχείρημα της Galec ότι η Επιτροπή δεν εξετάζει τη βελτίωση της παραγωγής και της διανομής παρά μόνο στα πλαίσια της «αποκλειστικότητας», το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι η διαπίστωση της Επιτροπής, στο σημείο II. Β. 2, πρώτο εδάφιο, της Αποφάσεως, ότι «μια μάρκα καλλυντικών πολυτελείας δεν θα μπορούσε να διανέμεται παρά τηρώντας κανόνες αποκλειστικότητας», συνδέεται με τη μέριμνα της Επιτροπής σχετικά με τη διαφύλαξη του αποκλειστικού ή πολυτελούς χαρακτήρα των σχετικών προϊόντων (βλ. σημείο II. Β. 3, δεύτερο εδάφιο). Επομένως, η φράση αυτή δεν μπορεί να ερμηνευθεί ως σημαίνουσα ότι η διανομή μεγάλης κλίμακας αποκλείεται αυτόματα από τη διανομή των σχετικών προϊόντων και ότι η διανομή των προϊόντων αυτών επιφυλάσσεται αποκλειστικά στους παραδοσιακούς διαύλους, όπως είναι τα αρωματοπωλεία και τα μεγάλα καταστήματα υπό τη στενή έννοια του όρου.

191 Δεδομένου ότι το Πρωτοδικείο έχει ήδη διαπιστώσει ότι η Επιτροπή δεν είχε την πρόθεση να αποκλείσει τη διανομή μεγάλης κλίμακας από τη διανομή των εν λόγω προϊόντων (βλ. σκέψεις 156 επ. ανωτέρω), πρέπει να απορριφθεί το επιχείρημα της Galec ότι η Επιτροπή θεώρησε ότι η βελτίωση της παραγωγής και της διανομής, κατά την έννοια του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης, δεν είναι δυνατή παρά σε πλαίσια που συνεπάγονται τον αποκλεισμό της διανομής μεγάλης κλίμακας από τη διανομή των εν λόγω προϊόντων.

192 Όσον αφορά το δεύτερο επιχείρημα Galec ότι ήταν παρωχημένη η άποψη που διατύπωσε η Επιτροπή σχετικά με τις προσμονές των καταναλωτών, το Πρωτοδικείο υπενθυμίζει ότι απέρριψε ήδη τα επιχειρήματα που αφορούν τα κίνητρα των καταναλωτών στις σκέψεις 166 επ. ανωτέρω.

193 Όσον αφορά το τρίτο επιχείρημα της Galec ότι η Επιτροπή νομιμοποίησε την πλήρη έλλειψη ανταγωνισμού μέσω των τιμών μεταξύ προϊόντων υπό το ίδιο σήμα, το Πρωτοδικείο διαπίστωσε ήδη ότι η Galec δεν απέδειξε το αληθές του ισχυρισμού αυτού (βλ. σκέψη 183 ανωτέρω).

194 Όσον αφορά το τέταρτο επιχείρημα της Galec ότι η Επιτροπή συνέκρινε την επιλεκτική διανομή μέσω εξειδικευμένων εμπόρων λιανικής πωλήσεως με τη γενικευμένη διανομή, αγνοώντας έτσι τη δυνατότητα επιλεκτικής διανομής μέσω άλλων μορφών εμπορίου, το Πρωτοδικείο διαπιστώνει ότι η Επιτροπή δεν προέβη σε μια τέτοια σύγκριση.

195 Όσον αφορά το πέμπτο επιχείρημα της Galec ότι η επιβολή μιας «μερικής τροποποιήσεως των ειδικών μεθόδων της εμπορίας» αποκλείει τη διανομή μεγάλης κλίμακας από τον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας, αποδείχθηκε κατά τη διάρκεια της δίκης ότι η Απόφαση δεν αποβλέπει στον αποκλεισμό της διανομής μεγάλης κλίμακας από τον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας. Επομένως, η αναφορά που γίνεται σε μια «μερική τροποποίηση των ειδικών μεθόδων της εμπορίας» πρέπει να ερμηνευθεί ως επιβάλλουσα διαρρυθμίσεις αυτού του είδους στο εσωτερικό του καταστήματος και όχι διαρρυθμίσεις ικανές να αλλοιώσουν ριζικά αυτήν ταύτην τη φύση του καταστήματος ως μεσαίας ή μεγάλης υπεραγοράς. Μολονότι θα ήταν ευκταίο η απόφαση να είχε προσδιορίσει σαφέστερα το σημείο αυτό, το γεγονός ότι η Επιτροπή δεν καθόρισε, σε γενικές έστω γραμμές, ποιες είναι οι τροποποιήσεις που πρέπει να πραγματοποιηθούν δεν αρκεί καθεαυτό να καταστήσει παράνομη την Απόφαση, δεδομένου κυρίως ότι οι συγκεκριμένες περιπτώσεις θα υποβληθούν, ενδεχομένως, στον έλεγχο των αρμοδίων εθνικών δικαστηρίων ή αρχών.

196 Επομένως, πρέπει να απορριφθούν οι ισχυρισμοί και τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας που αφορούν παράβαση του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης.

197 Από το σύνολο των προεκτεθέντων προκύπτει ότι η προσφυγή πρέπει να απορριφθεί, με εξαίρεση το σημείο που αφορά το τμήμα της Αποφάσεως που προσδιορίστηκε στη σκέψη 148 ανωτέρω.

Επί των δικαστικών εξόδων

198 Κατά το άρθρο 87, παράγραφος 2, πρώτο εδάφιο, του Κανονισμού Διαδικασίας, ο ηττηθείς διάδικος καταδικάζεται στα δικαστικά έξοδα, εφόσον υποβλήθηκε σχετικό αίτημα. Κατά το άρθρο 87, παράγραφος 4, τελευταίο εδάφιο, το Πρωτοδικείο μπορεί να αποφασίσει ότι ο παρεμβαίνων, ακόμη και όταν δεν είναι κράτος μέλος ή θεσμικό όργανο, θα φέρει τα δικαστικά του έξοδα.

199 Δεδομένου ότι η προσφεύγουσα ηττήθηκε ως προς τους ουσιωδέστερους ισχυρισμούς της, πρέπει να καταδικαστεί στα δικά της δικαστικά έξοδα και στα δικαστικά έξοδα της Επιτροπής, καθώς και στα έξοδα της παρεμβαίνουσας Givenchy, που είναι ο αποδέκτης της Αποφάσεως.

200 Όσον αφορά τις προσφεύγουσες, ήτοι τη FIP, την Colipa και τη FEPD, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι το συμφέρον των τριών αυτών ενώσεων για την επίλυση της διαφοράς είναι λιγότερο άμεσο από εκείνο της Givenchy. Δεδομένου ότι στην παρούσα υπόθεση οι τρεις ως άνω λοιπές παρεμβαίνουσες διατύπωσαν γενικές απόψεις προς το συμφέρον των μελών τους, χωρίς να προσθέσουν αποφασιστικά στοιχεία στα επιχειρήματα της Επιτροπής, το Πρωτοδικείο θεωρεί ότι κατ' ορθή εφαρμογή του άρθρου 87, παράγραφος 4, τελευταίο εδάφιο, του Κανονισμού Διαδικασίας οι τρεις παρεμβαίνουσες πρέπει να καταδικαστούν στα δικαστικά τους έξοδα.

Για τους λόγους αυτούς,

ΤΟ ΠΡΩΤΟΔΙΚΕΙΟ (δεύτερο πενταμελές τμήμα)

αποφασίζει:

1) Ακυρώνει την απόφαση 92/428/ΕΟΚ της Επιτροπής, της 24ης Ιουλίου 1991, σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 85 της Συνθήκης ΕΟΚ

(IV/33.342 — Σύστημα επιλεκτικής διανομής της εταιρίας Parfums Givenchy), καθόσον με αυτήν αποφασίζεται ότι μια διάταξη που επιτρέπει στη Givenchy να αντιμετωπίζει δυσμενώς την υποψηφιότητα ορισμένων διανομέων, για τον λόγο και μόνον ότι η σχετική με πώληση αρωμάτων δραστηριότητά τους δεν είναι η προέχουσα, δεν εμπίπτει στο άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης.

2) Απορρίπτει την προσφυγή κατά τα λοιπά.

3) Η προσφεύγουσα θα φέρει τα δικαστικά έξοδα της Επιτροπής και της παρεμβαίνουσας Parfums Givenchy SA, καθώς και τα δικά της έξοδα.

4) Εκάστη των παρεμβαινουσών, ήτοι η Fédération des industries de la parfumerie, η Comité de liaison des syndicats européens de l'industrie de la parfumerie et des cosmétiques και η Fédération européenne des parfumeurs détaillants, θα φέρει τα δικά της έξοδα.

Kirschner Vesterdorf Bellamy

Καλογερόπουλος Potocki

Δημοσιεύθηκε σε δημόσια συνεδρίαση στο Λουξεμβούργο στις 12 Δεκεμβρίου 1996.

Ο Γραμματέας

H. Jung

Ο Πρόεδρος

H. Kirschner

Περιεχόμενα

Το ιστορικό της διαφοράς ..... II - 1969

Εισαγωγή ..... II - 1969

Η σύμβαση Givenchy ..... II - 1971

Η Απόφαση της Επιτροπής ..... II - 1977

Διαδικασία και αιτήματα των διαδίκων ..... II - 1982

Επί του παραδεκτού ..... II - 1985

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων ..... II - 1985

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου ..... II - 1986

Επί της ουσίας ..... II - 1990

I — Επί του βασίμου της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης ..... II - 1991

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων ..... II - 1991

Επιχειρήματα της Galec ..... II - 1991

Επιχειρήματα της Επιτροπής ..... II - 1996

Επιχειρήματα των παρεμβαινουσών ..... II - 1999

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου ..... II - 2006

A — Επί του καταρχήν συμβατού με το άρθρο 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης ενός συστήματος επιλεκτικής διανομής που στηρίζεται σε ποιοτικά κριτήρια στον τομέα των καλλυντικών πολυτελείας ..... II - 2007

B — Επί του ζητήματος αν τα κριτήρια επιλογής της Givenchy που διαλαμβάνονται στο σημείο II. A. 5 της Αποφάσεως πληρούν τις απαιτούμενες προϋποθέσεις για να θεωρηθούν θεμιτά από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1 ..... II - 2012

1. Επί των ρόλων που αντιστοιχούν στο Πρωτοδικείο και στα αρμόδια εθνικά δικαστήρια ή αρχές ..... II - 2012

2. Επί του καταρχήν θεμιτού των επίμαχων κριτηρίων από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης ..... II - 2014

α) Τα κριτήρια που αφορούν την επαγγελματική κατάρτιση ..... II - 2014

β) Τα κριτήρια που αφορούν τη θέση και την εγκατάσταση του σημείου πωλήσεως ..... II - 2015

— «Το περιβάλλον» και η θέση του σημείου πωλήσεως ..... II - 2015

— Η εξωτερική εμφάνιση του σημείου πωλήσεως, ιδίως δε «οι προθήκες στην πρόσοψη» ..... II - 2016

— Η πώληση άλλων εμπορευμάτων δυναμένων να υποβαθμίσουν την εικόνα του σήματος Givenchy ..... II - 2017

— Η σημασία των λοιπών δραστηριοτήτων που ασκούνται στο σημείο πωλήσεως ..... II - 2019

γ) Το κριτήριο του διακριτικού τίτλου ..... II - 2020

Γ — Επί των ισχυρισμών και επιχειρημάτων της προσφεύγουσας που αφορούν, αφενός, το αν τα μέλη της αποκλείονται a priori από το δίκτυο Givenchy και, αφετέρου, τη σχετική συμπεριφορά των καταναλωτών ... II - 2022

Δ — Επί του αν η απαγόρευση του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης τυγχάνει εφαρμογής λόγω της υπάρξεως παραλλήλων δικτύων στον σχετικό τομέα ..... II - 2026

II — Επί του βασίμου της Αποφάσεως από την άποψη του άρθρου 85, παράγραφος 3, της Συνθήκης ..... II - 2031

Συνοπτική έκθεση των επιχειρημάτων των διαδίκων ..... II - 2031

Εκτίμηση του Πρωτοδικείου ..... II - 2033

Επί των δικαστικών εξόδων ..... II - 2036