II

(Πράξεις για την ισχύ των οποίων δεν απαιτείται δημοσίευση)

ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
της 16ης Δεκεμβρίου 1991
σχετικά με διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 85 της συνθήκης ΕΟΚ
(IV/33 242 — Yves Saint Laurent Parfums SA)

(Το κείμενο στη γαλλική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(92/33/ΕΟΚ)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας,

τον κανονισμό αριθ. 17 του Συμβουλίου της 6ης Φεβρουαρίου 1962, πρώτο κανονισμό εφαρμογής των άρθρων 85 και 86 της συνθήκης [1], όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την πράξη προσχώρησης της Ισπανίας και της Πορτογαλίας, και ιδίως τα άρθρα 6 και 8,

την αίτηση αρνητικής πιστοποίησης και, επικουρικώς, απαλλαγής που υποβλήθηκε από την εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums SA στις 6 Ιουλίου 1989 σχετικά με τις στερεότυπες συμβάσεις επιλεκτικής διανομής που επεξεργάστηκε η εν λόγω εταιρεία για τη λιανική πώληση των προϊόντων της στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα,

τα βασικά στοιχεία της κοινοποίησης που δημοσιεύτηκε σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 19 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 17 [2],

Έπειτα από διαβούλευση με τη συμβουλευτική επιτροπή συμπράξεων και δεσποζουσών θέσων,

Εκτιμώντας τα κατωτέρω:

I. ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ

A. Οι επιχειρήσεις

Η εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums SA, με έδρα το Neuilly-sur-Seine (Γαλλία) ανήκει εξ ολοκλήρου στην εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums SA, της οποίας οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν, ιδίως, την παραγωγή και εμπορία καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας (είδη οινοπνευματώδους αρωματοποιίας, καλλυντικά προϊόντα), στα πλαίσια της Yves Saint Laurent Parfums, καθώς και την υψηλή ραπτική και τα έτοιμα ενδύματα πολυτελείας, στα πλαίσια της Yves Saint Laurent Couture. Με τη σειρά της, η εταιρεία Yves Saint Laurent SA ανήκει εξ ολοκλήρου στην ετερόρρυθμο κατά μετοχάς εταιρεία Group Yves Saint Laurent. Ο καθαρός κύκλος εργασιών του ομίλου για το οικονομικό έτος 1988 ανήλθε σε 2 633 εκατομμύρια γαλλικά φράγκα, εκ των οποίων 2 261 εκατομμύρια από τον τομέα των καλλυντικών προϊόντων. Η λιανική πώληση των καλλυντικών προϊόντων της Yves Saint Laurent Parfums έχει ανατεθεί, στα κράτη μέλη, σε ένα δίκτυο εγκεκριμένων διανομέων βάσει συμβατικών όρων που καθορίζονται από συμφωνίες οι οποίες αποτελούν αντικείμενο της παρούσας διαδικασίας.

B. Διάρθρωση της διανομής και θέση της Yves Saint Laurent Parfums στην αγορά

Η κατηγορία καλλυντικών προϊόντων καλύπτει μεγάλη ποικιλία ειδών που προορίζονται για πολλές χρήσεις και περιλαμβάνουν ιδίως τα προϊόντα οινοπνευματώδους αρωματοποιίας, τα προϊόντα περιποίησης και ομορφιάς, καθώς και τα προϊόντα κομμωτικής και καθαριότητας. Μελέτη που έγινε κατόπιν αιτήσεως της Επιτροπής [3] επιβεβαιώνει την ύπαρξη, στα πλαίσια της κατηγορίας αυτής, ειδών που υπάγονται στα προϊόντα πολυτελείας. Πρόκειται για είδη υψηλής ποιότητας, σε τιμές σχετικά υψηλές, των οποίων η εμπορία γίνεται υπό σήμα υψηλού κύρους. Ο βαθμός δυνατότητας υποκατάστασής τους με ανάλογα προϊ-

(1) ΕΕ αριθ. 13 της 21. 2. 1962, σ. 204/62.
(2) ΕΕ αριθ. C 320 της 20. 12. 1990, σ. 11.

(3) «Τα συστήματα επιλεκτικής διανομής στην Κοινότητα από απόψεως πολιτικής ανταγωνισμού: η περίπτωση της βιομηχανίας παραγωγής αρωμάτων και καλλυντικών προϊόντων», André-Paul Weber 1988.

όντα που προέρχονται από άλλα τμήματα του τομέα είναι σε γενικές γραμμές χαμηλός.

Ο καταμερισμός του τομέα συνοδεύεται από διαφοροποίηση των τρόπων διανομής, εφόσον τα καλλυντικά προϊόντα κυκλοφορούν στο εμπόριο με διαφορετικά σήματα, είτε μέσω δικτύων εξουσιοδοτημένων διανομέων (αρωματοπωλεία και μεγάλα καταστήματα), είτε μέσω φαρμακείων και αντίστοιχων καταστημάτων, είτε στη μεγάλη διανομή (σουπερμάρκετ, φαρμακεμπορεία, καταστήματα ειδών διατροφής, κ.λπ.), είτε, τέλος, με το σύστημα της άμεσης πώλησης (πώληση με αλληλογραφία, κ.λπ).

Σε γενικές γραμμές, τα καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας και ιδίως τα είδη οινοπνευματώδους αρωματοποιίας, περιποίησης και ομορφιάς υψηλής ποιότητας, δεν πωλούνται παρά μέσω δικτύων εγκεκριμένων διανομέων. Σύμφωνα με την προαναφερθείσα μελέτη, τα προϊόντα που κυκλοφορούν στο εμπόριο κατά τον τρόπο αυτό αντιπροσώπευαν, το 1987, ποσοστό ύψους 24,7 % στην Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, 30,3 % στη Γαλλία, 36,2 % στην Ιταλία και 22,4 % στο Ηνωμένο Βασίλειο, σε σχέση με το σύνολο των πωλήσεων των καλλυντικών προϊόντων.

Η προσφορά καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας παρουσιάζει αρκετή ποικιλία σε επίπεδο τόσο παραγωγής όσο και διανομής. Η δομή της κοινοτικής βιομηχανίας χαρακτηρίζεται από την απουσία επιχειρήσεων σχετικά μικρού μεγέθους που συνυπάρχουν με μεγάλες επιχειρήσεις. Εξάλλου, ορισμένες εταιρείες αποτελούν τμήμα ομίλων που ελέγχουν, αμέσως ή εμμέσως, πολλές επιχειρήσεις που λειτουργούν στον εν λόγω τομέα. Αντίθετα, η διανομή παρουσιάζει σχετικά ομοιογενή χαρακτηριστικά, εφόσον κάθε παραγωγός εξασφαλίζει τη διάδοση των ειδών υψηλής ποιότητας που παράγει, μέσω δικτύων που λειτουργούν βάσει συμβάσεων επιλεκτικής διανομής οι οποίες στηρίζονται σε ανάλογες διατάξεις.

Η εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums εντάσσεται μεταξύ των μεγαλύτερων παραγωγών καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας. Δεν συνδέεται ούτε αμέσως ούτε εμμέσως με άλλες ανταγωνιστικές εταιρείες. Το 1987, κατείχε το 8,7 % της κοινοτικής αγοράς προϊόντων αρωματοποιίας και σχεδόν το 5 % της κοινοτικής αγοράς καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας. Το ίδιο έτος, η εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums έφθανε τα μεγαλύτερα ποσοστά σε ορισμένα κράτη μέλη της Κοινότητας όπως η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ισπανία και το Βέλγιο. Ουσιαστικό μέρος του κύκλου εργασιών της Yves Saint Laurent Parfums αποτελεί καρπό των πωλήσεών της στα κράτη μέλη εκτός της Γαλλίας.

Η Yves Saint Laurent Parfums εμπορεύεται τα προϊόντα της στην κοινή αγορά μέσω δικτύου 8 000 εγκεκριμένων καταστημάτων πώλησης των οποίων η προμήθεια γίνεται αμέσως από την Yves Saint Laurent Parfums, στη Γαλλία, και μέσω των θυγατρικών της ή ανεξάρτητων εταιρειών που ενεργούν ως αποκλειστικοί πράκτορες στα λοιπά κράτη μέλη της ΕΟΚ.

Γ. Το δίκτυο κοινοποιηθεισών συμφωνιών

Το δίκτυο διανομής που κοινοποίησε η Yves Saint Laurent Parfums βασίζεται στα εξής στοιχεία:

— τη στερεότυπη σύμβαση εγκεκριμένου διανομέα που συνάπτει η Yves Saint Laurent Parfums με τους ειδικευμένους λιανοπωλητές της που είναι εγκατεστημένοι στη Γαλλία, καθώς και τους γενικούς όρους πωλήσεως που τη συνοδεύουν,

— τη στερεότυπη σύμβαση εγκεκριμένου διανομέα που συνάπτουν οι αποκλειστικοί πράκτορες της Yves Saint Laurent Parfums είτε πρόκειται για θυγατρικές, είτε για ανεξάρτητες εταιρείες, που είναι εγκατεστημένες σε κράτος μέλος πλην της Γαλλίας με τους ειδικευμένους λιανοπωλητές τους, καθώς και τους γενικούς όρους πωλήσεων που συνοδεύουν τις συμβάσεις αυτές.

Στις στερεότυπες αυτές συμβάσεις έγιναν ορισμένες τροποποιήσεις κατόπιν των παρατηρήσεων που διατύπωσαν οι υπηρεσίες της Επιτροπής και άρχισαν να ισχύουν στην τροποποιημένη τους μορφή από την 1η Ιουνίου 1991. Οι δύο κατηγορίες στερεότυπων συμβάσεων περιλαμβάνουν παρόμοιες διατάξεις των οποίων το περιεχόμενο έχει ως εξής:

α) *Κριτήρια επιλογής*

Γίνονται δεκτοί στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής οι εξουσιοδοτημένοι λιανοπωλητές που είναι εγκεκριμένοι από την εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums ή από τους αποκλειστικούς της πράκτορες, σε συνάρτηση με τα ακόλουθα κριτήρια επιλογής:

i) ο εγκεκριμένος διανομέας, ή το προσωπικό που διαθέτει στον τομέα των πωλήσεων, πρέπει να έχει επαγγελματική κατάρτιση στην αρωματοποιία που να προκύπτει ιδίως από δίπλωμα αισθητικού ή βεβαίωση επαγγελματικής εκπαίδευσης στην αρωματοποιία που να έχει χορηγηθεί από εμπορικό και βιομηχανικό επιμελητήριο ή εμπειρία στην πώληση ειδών αρωματοποιίας για διάρκεια τουλάχιστον τριών ετών. Εξάλλου, ο εξουσιοδοτημένος διανομέας αναλαμβάνει την υποχρέωση να συμμετέχει το προσωπικό στα εκπαιδευτικά σεμινάρια που οργανώνονται από την εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums και να διασφαλίζει, στο κατάστημα πωλήσεών του, επαρκή εξυπηρέτηση της πελατείας με παροχή συμβουλών και επίδειξης,

ii) ο τόπος, ο διακριτικός τίτλος και η εγκατάσταση του καταστήματος πωλήσεων πρέπει να αντιστοιχούν σε μόνιμη βάση στη φήμη του σήματος Yves Saint Laurent. Ειδικότερα, η ποιότητα του καταστήματος πωλήσεων εκτιμάται λαμβάνοντας υπόψη το είδος, τις ανέσεις και την εξωτερική αισθητική των λοιπών καταστημάτων στο άμεσο περιβάλλον γειτνίασης καθώς και την πρόσοψη, τις διαστάσεις και τη διακόσμηση των προθηκών, την επιφάνεια του χώρου πωλήσεων, το φωτισμό, το δάπεδο, την επίπλωση και την εσωτερική διάταξη του καταστήματος. Αν στο κατάστημα πώλησης ασκείται και άλλη δραστηριότητα, η έγκριση της αίτησης ανοίγματος καταστήματος θα εκτιμηθεί επίσης σε συνάρτηση με τη σημασία της εν λόγω δραστηριότητας, της εξωτερικής και εσωτερικής παρουσίασης και του διαχωρισμού των δύο δραστηριοτήτων, καθώς και των προσόντων του προσωπικού που είναι επιφορτισμένο με την πώληση των προϊόντων Yves Saint Laurent.

iii) απαγορεύεται στον διανομέα να διαθέτει προς πώληση στους χώρους εμπορευμάτων είδη που θα ενδέχεται να υποβαθμίζουν, λόγω της γειτνίασής τους, την εικόνα του σήματος Yves Saint Laurent,

iv) η επιφάνεια του χώρου πωλήσεων των προϊόντων Yves Saint Laurent δεν πρέπει να είναι δυσανάλογη σε συνάρτηση με τον αριθμό των λοιπών πωλουμένων προϊόντων με άλλα σήματα. Εξάλλου, πρέπει να επιτρέπει στον εγκεκριμένο διανομέα να προσφέρει, σε συνάρτηση με τα σήματα που αντιπροσωπεύει, ένα χώρο που να ανταποκρίνεται στη φήμη του σήματος Yves Saint Laurent και να επιτρέπει την αναγνώρισή τους από τον καταναλωτή,

v) ο εγκεκριμένος διανομέας προβαίνει στην έκθεση και πώληση των προϊόντων Yves Saint Laurent αποκλειστικά στα πλαίσια των χώρων που έχουν προβλεφθεί από τη σύμβαση και του απαγορεύεται ιδίως να πωλεί τα εν λόγω προϊόντα με αλληλογραφία. Εξάλλου, δεσμεύεται να πωλεί τα προϊόντα αυτά μόνο με την αρχική τους συσκευασία και όχι σε σχέση με το βάρος, τον όγκο ή άλλο κριτήριο,

vi) ο εγκεκριμένος διανομέας υποχρεούται να κατέχει ένα ελάχιστο απόθεμα που θα περιλαμβάνει τα δύο τρίτα των στοιχείων αναφοράς καθεμίας από τις σειρές που εμπορεύεται η Yves Saint Laurent Parfums και τουλάχιστον ένα προϊόν από το καθένα από αυτά τα στοιχεία αναφοράς. Εξάλλου, υποχρεούται να παρουσιάζει στους πελάτες προϊόντα πάντα σε άριστη κατάσταση από άποψη φρεσκάδας και συντήρησης και να εξασφαλίζει μια ετήσια εναλλαγή του προαναφερθέντος αποθέματος που να αντιστοιχεί στην εφαρμογή ενός ελάχιστου συντελεστή εναλλαγής 2,

vii) ο εγκεκριμένος διανομέας οφείλει να προωθεί την εικόνα του σήματος Yves Saint Laurent, ιδίως διαθέτοντας στο κατάστημά του τα νέα προϊόντα Yves Saint Laurent Parfums, προσπαθώντας να μετέχει στις διάφορες ενέργειες διαφημιστικής προώθησης και προβάλλοντας στο εσωτερικό και στις προθήκες του καταστήματος διαφημιστικό υλικό, τα στοιχεία επίδειξης και τα προϊόντα Yves Saint Laurent,

viii) ο εγκεκριμένος διανομέας υποχρεούται να πραγματοποιεί στο κατάστημα πωλήσεων που αποτελεί αντικείμενο της σύμβασης ένα ελάχιστο ετήσιο αριθμό αγορών από τον αποκλειστικό πράκτορα των προϊόντων Yves Saint Laurent στη χώρα όπου είναι εγκατεστημένο το εν λόγω κατάστημα πώλησης ή απευθείας από την εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums, εφόσον το κατάστημα πώλησης βρίσκεται στη Γαλλία. Ο όρος αυτός αποσκοπεί τόσο στην εισδοχή όσο και στη διατήρηση του διανομέα στο δίκτυο. Ο εν λόγω αριθμός καθορίζεται σε ετήσια βάση από την εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums, ή ενδεχομένως από τους αποκλειστικούς της πράκτορες κατά τρόπο ώστε το ύψος του να μην υπερβαίνει το 40 % του μέσου όρου αγορών που πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του προηγουμένου έτους από το σύνολο των καταστημάτων πώλησης που βρίσκονται στην εδαφική επικράτεια ενός κράτους μέλους.

6) *Διαδικασία εισδοχής στο δίκτυο διανομής*

Στην αρχική τους μορφή, οι γενικοί όροι πωλήσεως που προσαρτήθηκαν στη σύμβαση η οποία συνάφθηκε με τους εγκεκριμένους διανομείς που είναι εγκατεστημένοι στη Γαλλία, πρόβλεπαν την εγγραφή, από της παραλαβής της, οποιασδήποτε αίτησης ανοίγματος καταστήματος σε έναν κατάλογο αναμονής ανά γεωγραφικό διαμέρισμα. Στα πλαίσια αυτά, κάθε αίτηση αντιμετωπιζόταν σε σχέση με τη χρονολογική σειρά εγγραφής στον εν λόγω κατάλογο, αλλά η απόφαση να ικανοποιηθούν οι αποδεκτές αιτήσεις δεν λαμβανόταν παρά μόνο όταν η εταιρεία Yves Saint Laurent Parfums θεωρούσε δικαιολογημένο το άνοιγμα ενός νέου καταστήματος, λαμβανομένων υπόψη των οικονομικών δυνατοτήτων της εν λόγω περιοχής. Έστω και αν οι συμβάσεις που συνάπτονται με εγκεκριμένους διανομείς που βρίσκονται σε κράτη μέλη της Κοινότητας πλην της Γαλλίας δεν προβλέπουν ένα τέτοιο σύστημα καταλόγων αναμονής, το άνοιγμα ενός νέου λογαριασμού στην πράξη υπαγόταν σε αντίστοιχες προϋποθέσεις οικονομικής σκοπιμότητας. Κατόπιν των παρατηρήσεων που διατύπωσαν οι υπηρεσίες της Επιτροπής, η Yves Saint Laurent δέχθηκε να τροποποιήσει τις συμβάσεις της από την 1η Ιουνίου 1991, εξασφαλίζοντας την εξάντληση των υπαρχόντων καταλόγων αναμονής κατά τη διάρκεια μιας μεταβατικής περιόδου με λήξη την 31η Μαΐου 1992.

Δυνάμει των νέων συμβατικών διατάξεων που εφαρμόζονται στο σύνολο της εδαφικής επικράτειας της ΕΟΚ, η παραλαβή μιας αίτησης ανοίγματος καταστήματος ακολουθείται από επιθεώρηση του καταστήματος πωλήσεως ώστε να καθοριστεί εάν πληροί τα ποιοτικά κριτήρια επιλογής. Η Yves Saint Laurent Parfums (ή ενδεχομένως ο αποκλειστικός της πράκτορας) υποχρεούται να προβεί σε μια τέτοια επιθεώρηση εντός προθεσμίας τριών μηνών κατά μέσο όρο και κατ' ανώτατο όριο πέντε μηνών από την ημερομηνία της αίτησης ανοίγματος καταστήματος. Η μέση αυτή προθεσμία των τριών μηνών νοείται ως ο μαθητικός μέσος όρος που προκύπτει με βάση τη σχετική διάρκεια του συνόλου των επιθεωρήσεων που διενεργήθηκαν εντός κάθε χρήσης. Στη συνέχεια, εάν η αίτηση δεν πληροί τα ποιοτικά κριτήρια, η Yves Saint Laurent Parfums (ή ενδεχομένως ο αποκλειστικός της πράκτορας) πληροφορεί γραπτώς τον αιτούντα για την απόρριψη της υποψηφιότητάς του, υποδεικνύοντάς του τα στοιχεία που δεν ανταποκρίνονται στα εν λόγω κριτήρια. Αντίθετα, αν η αίτηση πληροί τα ποιοτικά κριτήρια επιλογής, με την επιφύλαξη της εκτέλεσης ορισμένων εργασιών στο κατάστημα πώλησης, ο αιτών ενημερώνεται γραπτώς για την αποδοχή της αίτησης και μετά την πραγματοποίηση των εν λόγω εργασιών το αργότερο εντός τριών μηνών (με δυνατότητα παράτασης μέχρι έξι μήνες κατόπιν αιτήσεως του ενδιαφερομένου), θα ανοιχτεί το κατάστημά του το αργότερο εντός εννέα μηνών από την ημερομηνία της επιθεώρησης. Τέλος, αν η αίτηση πληροί απολύτως τα ποιοτικά κριτήρια επιλογής, ο αιτών ενημερώνεται γραπτώς για την αποδοχή της αίτησής του και το κατάστημά του ανοίγεται εντός προθεσμίας εννέα μηνών από την ημερομηνία της επιθεώρησης.

γ) *Ελευθερία των διατηρούμενων παραδόσεων μεταξύ των μελών του δικτύου διανομής*

Κατόπιν παρατηρήσεων που διατύπωσαν οι υπηρεσίες της Επιτροπής, η Yves Saint Laurent Parfums τροποποίησε ορισμένες διατάξεις της στερεότυπης σύμβασης που συνδέει τους εγκεκριμένους διανομείς οι οποίοι είναι εγκατεστημένοι σε κράτος μέλος εκτός της Γαλλίας, στο βαθμό που περιόριζαν τη δυνατότητα του εγκεκριμένου διανομέα να μεταπωλεί τα προϊόντα Yves Saint Laurent Parfums στα μέλη του δικτύου που είναι εγκατεστημένα στην ίδια χώρα με αυτόν. Οι νέες διατάξεις προβλέπουν στο εξής ότι, όπως και στα πλαίσια της στερεότυπης σύμβασης που ισχύει στη Γαλλία, κάθε εξουσιοδοτημένος διανομέας μπορεί να μεταπωλεί τα προϊόντα Yves Saint Laurent σε κάθε άλλο εγκεκριμένο διανομέα που είναι εγκατεστημένος σε οποιοδήποτε κράτος μέλος, περιλαμβανομένης της χώρας εγκατάστασής του. Στις διατάξεις αυτές ορίζεται, επιπλέον, ότι ο εγκεκριμένος διανομέας είναι ελεύθερος να εφοδιάζεται από άλλους εγκεκριμένους διανομείς ή αποκλειστικούς πράκτορες προϊόντων της Yves Saint Laurent Parfums που είναι εγκατεστημένοι σε οποιοδήποτε κράτος μέλος.

Η χρησιμοποίηση της ανωτέρω δυνατότητας συνοδεύεται από τους ακόλουθους όρους:

i) πριν από τη μεταπώληση των προϊόντων Yves Saint Laurent σε άλλο μέλος του δικτύου, ο εγκεκριμένος διανομέας πρέπει να βεβαιώνεται ότι οι αγοραστές είναι πράγματι εγκεκριμένοι διανομείς της Yves Saint Laurent Parfums. Αναλαμβάνει την υποχρέωση να προβαίνει στον έλεγχο αυτό υπό την πλήρη ευθύνη του και να ζητά τη γνώμη της Yves Saint Laurent Parfums σε περίπτωση αμφιβολίας, όσον αφορά την ιδιότητα του αγοραστή,

ii) ο εγκεκριμένος διανομέας πρέπει να διατηρεί επί ένα έτος το διπλότυπο των αποδείξεων που αντιστοιχούν στις μεταπωλήσεις αυτές. Η Yves Saint Laurent Parfums (ή κατά περίπτωση ο αποκλειστικός πράκτορας) μπορεί να τις εξετάσει μόνον εφόσον έχει στοιχεία που τον κάνουν να πιστεύει ότι ο διανομέας μετέχει στη μεταπώληση προϊόντων Yves Saint Laurent εκτός του εγκεκριμένου δικτύου διανομής. Ο εγκεκριμένος διανομέας, ο οποίος εφοδιάζεται από άλλα μέλη του δικτύου, έχει ανάλογες υποχρεώσεις. Κατόπιν των παρατηρήσεων που διατύπωσαν οι υπηρεσίες της Επιτροπής, η Yves Saint Laurent Parfums κατάργησε τις διατάξεις οι οποίες προέβλεπαν, εκ μέρους του εγκεκριμένου διανομέα, υποχρέωση να κοινοποιεί συστηματικά στην Yves Saint Laurent Parfums (ή κατά περίπτωση στον αποκλειστικό της πράκτορα) τα διπλότυπα των αποδείξεων ή δικαιολογητικά που αντιστοιχούν σε κάθε μεταπώληση ή εφοδιασμό από άλλο εγκεκριμένο διανομέα,

iii) για τον υπολογισμό του ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών του εγκεκριμένου διανομέα λαμβάνεται υπόψη μόνο η αξία των παραγγελιών για τις οποίες έχουν εκδοθεί τιμολόγια από την Yves Saint Laurent Parfums (ή κατά περίπτωση από τον αποκλειστικό της πράκτορα). Σχετικά, προκειμένου να διατηρηθεί η ελευθερία των διασταυρούμενων παραδόσεων μεταξύ μελών του δικτύου, η Yves Saint Laurent Parfums δέχθηκε να καταργήσει ορισμένες συμβατικές διατάξεις, σύμφωνα με τις οποίες το ποσό του τιμήματος που καταβάλλει ο εγκεκριμένος διανομέας στην Yves Saint Laurent Parfums (ή στον αποκλειστικό της πράκτορα) για την αγορά προϊόντων, τα οποία στη συνέχεια μεταπωλήθηκαν σε άλλο μέλος του δικτύου, δεν λαμβανόταν υπόψη στον υπολογισμό του εν λόγω ελάχιστου αριθμού αγορών,

iv) ο εγκεκριμένος διανομέας στη γεωγραφική περιοχή του οποίου δεν έχει ακόμα τεθεί σε κυκλοφορία ένα νέο προϊόν Yves Saint Laurent αναλαμβάνει την υποχρέωση, προκειμένου να μην βλάπτει τις εκστρατείες προώθησης που προβλέπονται για το νέο αυτό προϊόν, να μην πραγματοποιεί ενεργείς πωλήσεις για διάστημα ενός έτους από την ημερομηνία της πρώτης κυκλοφορίας του εν λόγω προϊόντος σε ένα από τα κράτη μέλη. Για το σκοπό αυτό, οι στερεότυπες συμβάσεις που κοινοποιήθηκαν προέβλεπαν αρχικά απαγόρευση εξαγωγής που ίσχυε στη διάρκεια του πρώτου έτους επίσημης κυκλοφορίας του νέου προϊόντος σε κράτος μέλος. Η Yves Saint Laurent Parfums έχει πραγματοποιήσει τη ρήτρα αυτή προς την κατεύθυνση που αναφέραμε, με τις παρατηρήσεις που διατύπωσαν οι υπηρεσίες της Επιτροπής.

δ) *Κλειστό δίκτυο διανομής*

Ο εγκεκριμένος διανομέας αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην πωλεί σε οποιονδήποτε έμπορο χονδρικής ή λιανικής πώλησης που δεν ανήκει στο δίκτυο διανομής της Yves Saint Laurent Parfums και να μην εφοδιάζεται από τους εν λόγω εμπόρους χονδρικής ή λιανικής πώλησης. Από την πλευρά της, η Yves Saint Laurent Parfums αναλαμβάνει την υποχρέωση να μην διαθέτει στο εμπόριο προϊόντα με το σήμα Yves Saint Laurent παρά μόνο στα καταστήματα πώλησης που ανταποκρίνονται στους όρους της σύμβασης επιλεκτικής διανομής.

ε) *Απουσία επιβεβλημένων τιμών*

Οι στερεότυπες συμβάσεις που κοινοποιήθηκαν προβλέπουν ρητά ότι κάθε εγκεκριμένος διανομέας είναι ελεύθερος να καθορίζει τις τιμές μεταπώλησης των προϊόντων του.

στ) *Απουσία απαγόρευσης ανταγωνισμού*

Οι εγκεκριμένοι διανομείς μπορούν να εφοδιάζονται με είδη παρόμοια με τα είδη σύμβασης από ανταγωνιστές παραγωγούς.

ζ) *Διάρκεια των συμβάσεων*

Οι συμβάσεις συνάπτονται για ορισμένη διάρκεια, κατά κανόνα ενός έτους, με δυνατότητα πρόωρης λύσης, με ή χωρίς προειδοποιητική προθεσμία, σε περίπτωση παράβασης των συμβατικών υποχρεώσεων του εγκεκριμένου διανομέα ή σε περίπτωση που ο διανομέας παύσει να έχει πραγματική διαχείριση της επιχείρησής του με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων των κληρονόμων πρώτης τάξεως. Πάντως, όταν ο εγκεκριμένος επιχειρηματίας ή ιδιοκτήτης ενός καταστήματος πώλησης παύσει την εκμετάλλευση του καταστήματος

πωλήσεως, η Yves Saint Laurent Parfums αναλαμβάνει την υποχρέωση να γνωστοποιήσει στο νέο ιδιοκτήτη ή επιχειρηματία, το αργότερο εντός τριών μηνών, εάν πληροί τα επαγγελματικά κριτήρια που απαιτούνται για την έγκρισή του. Στην περίπτωση αυτή, θα εγκριθεί αμέσως. Πρέπει να προστεθεί, ότι η διαδικασία εισδοχής στο δίκτυο διανομής, όπως περιγράφεται στο σημείο Γ στοιχείο β), δεν εφαρμόζεται κατά τις περιοδικές ανανεώσεις της εν λογω σύμβασης διανομής.

Δ. Παρατηρήσεις τρίτων

Κατόπιν της δημοσιεύσεως του βασικού περιεχομένου των κοινοποιηθεισών συμβάσεων, δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 19 παράγραφος 3 του κανονισμού αριθ. 17, υποβλήθηκαν στην Επιτροπή πολυάριθμες παρατηρήσεις εκ μέρους ενδιαφερομένων τρίτων.

Ως προς αυτό, επικαλούμενοι την απαίτηση εξασφάλισης ομοιογένειας και στεγανότητας του δικτύου διανομής, ορισμένοι παραγωγοί και σύνδεσμοι παραγωγών επέκριναν την προσέγγιση της Επιτροπής, ιδίως όσον αφορά την εισαγωγή ενός συστήματος αυτόματης εισδοχής νέων μεταπωλητών στο δίκτυο και το καθεστώς σχετικά με τις επαναπωλήσεις μεταξύ εγκεκριμένων διανομέων. Από την άλλη πλευρά, χωρίς να αμφισβητήσουν την αναγκαιότητα επιλεκτικής διανομής για τα εν λόγω προϊόντα, ορισμένοι διανομείς και οργανώσεις διανομέων εξέφρασαν επιφυλάξεις κυρίως όσον αφορά:

— την ασάφεια στη διατύπωση των κριτηρίων που καθορίζουν τον ελάχιστο αριθμό των ετήσιων αγορών, μια υπερβολική αύξηση του οποίου θα μπορούσε να αποτρέψει τη διείσδυση ανταγωνιστικών προϊόντων, κυρίως αν πρόκειται για νέα ή ελάχιστα γνωστά προϊόντα σε μια συγκεκριμένη αγορά,

— τη διάρκεια των προβλεπόμενων προθεσμιών στα πλαίσια της διαδικασίας εισδοχής στο δίκτυο, που κρίνεται υπερβολικά μεγάλη, και στη συγκεκριμένη περίπτωση της εκχώρησης της φήμης και πελατείας, μη αιτιολογημένη,

— τον αόριστο χαρακτήρα ορισμένων ποιοτικών κριτηρίων, πράγμα που θα μπορούσε να οδηγήσει σε επιλογή των καταστημάτων πώλησης που να προκαλεί διακρίσεις και να προβάλει προσκόμματα στην ανάπτυξη νέων δικτύων διανομής.

Εξάλλου, μεταξύ των επιχειρήσεων που ασκούν δραστηριότητες στον τομέα της μη ειδικευμένης διανομής, ορισμένες αμφισβήτησαν την αναγκαιότητα επιλεκτικής διανομής για το εν λόγω προϊόν. Αντίθετα, οι ενώσεις καταναλωτών που παρενέβησαν στα πλαίσια της παρούσας διαδικασίας δεν αμφισβητούν την αρχή επιλεκτικής διανομής για τα είδη αρωματοποιίας πολυτελείας· όμως υπογραμμίζουν ότι εάν, από τη μια πλευρά, ο καταναλωτής επιθυμεί να πωλούνται αυτού του είδους τα προϊόντα σε καταστήματα πώλησης ποιότητας και από ειδικευμένο προσωπικό, από την άλλη πλευρά αναμένει επίσης μια τέτοια απαίτηση να μην ερμηνεύεται με υπερβολικό περιορισμό του αριθμού των καταστημάτων πώλησης ή με αυθαίρετο περιορισμό του αριθμού ή του είδους των προϊόντων που προσφέρονται στο κοινό.

Υπό το φως του συνόλου των παρατηρήσεων που της υποβλήθηκαν η Επιτροπή προέβη σε τροποίηση των στερεότυπων συμβάσεων της Yves Saint Laurent Parfums, όσον αφορά τα κριτήρια σχετικά με τον καθορισμό του ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών [βλέπε ανωτέρω σημείο Γ α) viii)], την υποχρέωση του παραγωγού να αιτιολογεί οποιαδήποτε ενδεχόμενη άρνηση εισδοχής [βλέπε ανωτέρω σημείο Γ β)] και την εφαρμοστέα διαδικασία στην περίπτωση εκχώρησης της φήμης και πελατείας [βλέπε ανωτέρω σημείο Γ ζ)]. Τα λοιπά σημεία που θίχτηκαν από τους τρίτους ενδιαφερομένους αναλύονται στα πλαίσια των εκτιμήσεων που ακολουθούν.

II. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Α. Άρθρο 85 παράγραφος 1 της συνθήκης

1. Δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης ΕΟΚ, είναι ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά και απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της κοινής αγοράς.

2. Οι κοινοποιηθείσες στερεότυπες συμβάσεις που διέπουν τις σχέσεις μεταξύ της Yves Saint Laurent Parfums ή, κατά περίπτωση, των αποκλειστικών της πρακτόρων και των διαφόρων εξουσιοδοτημένων διανομέων που είναι εγκαταστημένοι στην κοινή αγορά, εκφράζουν τους τρόπους συνεργασίας μεταξύ νομικά ανεξαρτήτων —από νομικής άποψης— επιχειρήσεων και αποτελούν συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων δυνάμει της προαναφερθείσας διάταξης.

3. Οι κοινοποιηθείσες συμβάσεις επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums συνεπάγονται για τους εξουσιοδοτημένους λιανοπωλητές την υποχρέωση να μην μεταπωλούν τα προϊόντα που περιλαμβάνει η σύμβαση παρά στον τελικό καταναλωτή ή σε άλλα μέλη του δικτύου Yves Saint Laurent Parfums. Από την πλευρά της, η Yves Saint Laurent Parfums και οι αποκλειστικοί της πράκτορες αναλαμβάνουν την υποχρέωση να μην προμηθεύουν τα προϊόντα που φέρουν το σήμα Yves Saint Laurent σε επιχειρήσεις διανομής που δεν αποτελούν μέρος του εν λόγω δικτύου. Οι υποχρεώσεις αυτές αποτελούν, στη συγκεκριμένη περίπτωση, περιορισμούς του ανταγωνισμού διότι η πρόσβαση στο σήμα διανομής Yves Saint Laurent Parfums επιφυλάσσεται αποκλειστικά στους εμπόρους που όχι μόνο πληρούν ορισμένους τεχνικούς και επαγγελματικούς γενικούς όρους, αλλά επίσης είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν περαιτέρω δεσμεύσεις και να παρέχουν ειδικές υπηρεσίες.

4. Πράγματι, όπως αναφέρεται στην απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (υπόθεση 107/82, απόφαση AEG/Telefunken της 25ης Οκτωβρίου 1983, Συλλογή 1983, σ. 3151, σκέψη 33), οι συμφωνίες που αποτελούν σύστημα επιλεκτικής διανομής επηρεάζουν οπωσδήποτε τον ανταγωνισμό στην κοινή αγορά. Πάντως είναι αυτονόητο ότι ορισμένα προϊόντα, που δεν αποτελούν απλά προϊόντα ή υπηρεσίες, έχοντας ιδιότητες με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, δεν μπορούν να προσφερθούν επωφελώς στο κοινό χωρίς την παρέμβαση ειδικευμένων διανομέων. Έτσι, ένα σύστημα επιλεκτικής διανομής μπορεί να αποτελέσει στοιχείο ανταγωνισμού που να συμφωνεί με τις διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 1 εφόσον διαπιστώνεται ότι

απαιτείται για τη διατήρηση της ποιότητας και την εξασφάλιση της καλής χρήσης των εν λόγω προϊόντων η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος (Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, υπόθεση 31/80, L'Oréal, της 11ης Δεκεμβρίου 1980, σ. 3775, σκέψη 16) και υπό τον όρο ότι η επιλογή των μεταπωλητών λειτουργεί σε συνάρτηση με αντικειμενικά κριτήρια ποιοτικού χαρακτήρα, σχετικά με την επαγγελματική εκπαίδευση του μεταπωλητή και του προσωπικού του, καθώς και των εγκαταστάσεων και ότι τα εν λόγω κριτήρια καθορίζονται με ενιαίο τρόπο όσον αφορά όλους τους δυνητικούς μεταπωλητές και εφαρμόζονται κατά τρόπο που να μην προκαλεί διακρίσεις (Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, υπόθεση 26/76, Metro, της 25ης Οκτωβρίου 1977, Συλλογή 1977, σ. 1875, σκέψη 20).

5. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, οι στερεότυπες συμβάσεις του δικτύου επιλεκτικής διανομής των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums δεν εμπίπτουν στις διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 1 στο μέτρο που περιορίζονται να θεσπίζουν, για την πρόσβαση στη διανομή, ποιοτικά κριτήρια τεχνικής και επαγγελματικής φύσης που καθορίζονται με ενιαίο τρόπο για όλους τους δυνητικούς μεταπωλητές και υπό την προϋπόθεση ότι θα εφαρμοστούν κατά τρόπο που δεν θα προκαλεί διακρίσεις.

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 προϊόντα πολυτελείας απορρέει επίσης από το χαρακτήρα αποκλειστικότητας και γοήτρου που τα διακρίνει από αντίστοιχα προϊόντα που προέρχονται από άλλα τμήματα που ανταποκρίνονται σε άλλες απαιτήσεις του καταναλωτή. Ένα τέτοιο χαρακτηριστικό, από τη μια πλευρά, συνδέεται με την ικανότητα του παραγωγού να αναπτύξει και να διαφυλάξει ένα σήμα μεγάλης φήμης και, από την άλλη πλευρά, εξαρτάται από μια παρουσίαση στο κοινό που θα μπορεί να αξιοποιήσει την αισθητική ή λειτουργική ιδιαιτερότητα κάθε προϊόντος ή σειράς προϊόντων. Αυτό καθίσταται ακόμη περισσότερο απαραίτητο εφόσον υπάρχει, στην αγορά καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας, μεγάλος αριθμός ανταγωνιστικών προϊόντων και που, σε γενικές γραμμές, κάθε διανομέας εξασφαλίζει την πώληση ποικιλίας τέτοιων προϊόντων. Ως προς αυτό πρέπει να παρατηρήσουμε ότι, απέχοντας πολύ από το στόχο της αποκλειστικότητας της εκπροσώπησης των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums, το κοινοποιηθέν σύστημα επιλεκτικής διανομής, αντίθετα, επικεντρώνεται στη συνύπαρξη των ειδών Yves Saint Laurent Parfums με άλλα γνωστά ανταγωνιστικά προϊόντα.

Κάτω από τις συνθήκες αυτές, η παρουσία στο κατάστημα πώλησης ενός ειδικευμένου επαγγελματικού συμβούλου αποτελεί θεμιτή απαίτηση στο βαθμό που ειδικές γνώσεις είναι απαραίτητες για να βοηθήσουν τον καταναλωτή στην εξεύρεση του καλύτερα προσαρμοσμένου στο αισθητήριό του και στις ανάγκες του προϊόντος για να του δοθούν οι καλύτερες δυνατές πληροφορίες για τις οδηγίες χρήσης, ήτοι τη συντήρηση, των προϊόντων αυτών. Εξάλλου, η υποχρέωση του εγκεκριμένου διανομέα να οργανώνει τη συμμετοχή του προσωπικού πωλήσεων που απασχολεί σε εκπαιδευτικά σεμινάρια που οργανώνονται και προσφέρονται από την Yves Saint Laurent Parfums δεν αποσκοπεί παρά στο να διασφαλίσει την κατάλληλη προσέγγιση των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums και δεν είναι σε θέση να περιορίσει την ελευθερία του εγκεκριμένου διανομέα να πωλεί ή να προωθεί ανταγωνιστικά προϊόντα.

Από την άλλη πλευρά, 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 Yves Saint Laurent θα κυκλοφορούσαν στο εμπόριο κατά τρόπο που θα μπορούσε να αλλοιώσει την αντίληψη του καταναλωτή. Έτσι, τα κριτήρια σχετικά με τη γεωγραφική θέση και τα αισθητικά και λειτουργικά χαρακτηριστικά του καταστήματος πώλησης 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 Yves Saint Laurent. Εξάλλου, το κριτήριο σχετικά με το 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 και, κατά συνέπεια, να αποκλείσει διακριτικό τίτλο του οποίου η εικόνα θα μπορούσε να συνδεθεί με την απουσία ή την περιορισμένη παροχή υπηρεσιών στην πελατεία, το υψηλό επίπεδο, καθώς και την απουσία διακοσμητικής πλαισίωσης. Πρέπει να υπογραμμιστεί ως προς αυτό ότι ο υποβαθμιστικός χαρακτήρας ενός καταστήματος πωλήσεως ή του διακριτικού του σήματος δεν θα μπορούσε σε καμία περίπτωση να συνδεθεί με τη συνήθη πολιτική τιμών του διανομέα.

Η απαγόρευση πώλησης εμπορευμάτων που ενδέχεται να υποβαθμίζουν, λόγω της γειτνίασής τους, την εικόνα των προϊόντων Yves Saint Laurent 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. Εξάλλου, ακολουθώντας έναν αντίστοιχο στόχο, τα κριτήρια επιλογής αποσκοπούν να εξασφαλίσουν στα καταστήματα πώλησης όπου ασκούνται ποικίλες δραστηριότητες, έναν ειδικό χώρο πώλησης προϊόντων αρωματοποιίας που είναι επαρκής και σαφώς διαχωρισμένος από το χώρο που προορίζεται για την πώληση άλλων προϊόντων. Σχετικά με αυτό πρέπει να υπογραμμιστεί ότι, εφόσον το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums απευθύνεται στα καταστήματα που διαθέτουν ειδικό τμήμα και επίσης λαμβανομένων υπόψη των διαφόρων μορφών διανομής για τις οποίες η Yves Saint Laurent Parfums χορήγησε την άδειά της σε κοινοτικό επίπεδο, τα κριτήρια αυτά από μόνα τους δεν επαρκούν για να αποκλείσουν ορισμένες σύγχρονες μορφές διανομής, όπως η διανομή στα μεγάλα καταστήματα.

Η υποχρέωση του εγκεκριμένου διανομέα να διατηρεί, για τα προϊόντα Yves Saint Laurent Parfums, έναν ειδικό χώρο που να αντιστοιχεί στο επίπεδο της μάρκας Yves Saint Laurent, λαμβανομένων υπόψη των λοιπών αντιπροσωπευόμενων προϊόντων και να επιτρέπει τον εντοπισμό της από τον καταναλωτή, ανταποκρίνεται στο στόχο της διασφάλισης μιας παρουσίασης που αξιοποιεί τα προϊόντα που προβλέπονται από τη σύμβαση. Εξάλλου, εφόσον η εν λόγω υποχρέωση δεν περιέχει αναγκαστικές συμβατικές υποδείξεις όσον αφορά την ταυτότητα ή τον αριθμό των προϊόντων που αποτελούν το περιβάλλον των προϊόντων της Yves Saint Laurent Parfums, ούτε ελάχιστες ποσοτικές απαιτήσεις όσον αφορά τις διαστάσεις του χώρου που διατίθεται για την πώληση των συμβατικών προϊόντων, ένα τέτοιο κριτήριο επιλογής δεν αποτελεί από μόνο του στοιχείο περιορισμού της ελευθερίας του διανομέα να πωλεί και να προωθεί ανταγωνιστικές μάρκες ή εμπόδιο στην ανάπτυξη νέων μορφών διανομής.

Έστω και αν η απαγόρευση πώλησης των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums με αλληλογραφία αποτελεί στοιχείο περιορισμού της εμπορικής αυτονομίας του εγκεκριμένου διανομέα, δεν θα μπορούσε να θεωρηθεί στη συγκεκριμένη περίπτωση ως αισθητό περιοριστικό στοιχείο του ανταγωνισμού. Πράγματι, από τη πλευρά αυτή, η προσφορά των εν λόγω προϊόντων κάτω από βέλτιστες συνθήκες προϋποθέτει άμεση επαφή με την πελατεία και προσωπικό πωλήσεων ικανό να υποδείξει, μεταξύ των διαφόρων προϊόντων που φέρουν ποικίλα διακριτικά σήματα, τα πλέον κατάλληλα λαμβάνοντας υπόψη τις προσωπικές απαιτήσεις κάθε καταναλωτή. Από την άλλη πλευρά, η εν λόγω υποχρέωση αντιπροσωπεύει ένα απαραίτητο συμπλήρωμα των κριτηρίων που στοχεύουν να διασφαλίσουν μια κατά το δυνατόν ομοιογενή παρουσίαση των συμβατικών προϊόντων και να επιτρέψουν στον παραγωγό ένα συνεχή ποιοτικό έλεγχο του δικτύου διανομής του.

6. Πάντως οι συμβάσεις επιλεκτικής διανομής πρέπει να αξιολογούνται σε άλλη βάση όταν περιέχουν υποχρεώσεις και κριτήρια εισδοχής που υπερβαίνουν τα προαναφερθέντα όρια. Τότε εμπίπτουν στις διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 1 αλλά, κατά περίπτωση, μπορούν να τύχουν απαλλαγής δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 85 παράγραφος 3 (Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, υπόθεση 99/79, Parfums , της 10ης Ιουλίου 1980, Συλλογή 1980, σ. 2317). Οι κοινοποιηθείσες συμβάσεις περιέχουν τέτοιες ειδικές υποχρεώσεις.

α) Η προβλεπόμενη διαδικασία για την επεξεργασία των αιτήσεων ανοίγματος καταστήματος, περιλαμβάνει, για την Yves Saint Laurent Parfums, την υποχρέωση να αποφανθεί, εντός καθορισμένων προθεσμιών, επί οποιασδήποτε αίτησης εισδοχής θα της απευθυνόταν εκ μέρους των ενδιαφερομένων ματαπωλητών, διασφαλίζοντας τη συμμετοχή στο δίκτυο όλων των ειδικευμένων διανομέων ή, κατά περίπτωση, υποδεικνύοντας ρητώς στον υποψήφιο τους λόγους απόρριψης της αίτησής του. Στο βαθμό αυτό, η εν λόγω διαδικασία αποτρέπει τον κίνδυνο αυθαιρεσιών που συνδέεται με το σύστημα εισδοχής που προβλέφθηκε αρχικά στις κοινοποιηθείσες συμβάσεις, βάσει του οποίου απονεμόταν στον παραγωγό το αποκλειστικό δικαίωμα της διακριτικής ευχέρειας να αποφαίνεται, έχοντας τον τελευταίο λόγο, για την συμμετοχή ενός νέου μεταπωλητή στο δίκτυό του. Πάντως, η εν λόγω διαδικασία έχει ως συνέπεια να περιορίζεται η πρόσβαση στο δίκτυο διανομής μόνο στους μεταπωλητές που είναι σε θέση ή είναι διατεθειμένοι να εξασφαλίσουν τη διευθέτηση του καταστήματος πωλήσεως χωρίς πάντως να μπορούν να προβαίνουν στην πώληση των συμβατικών προϊόντων παρά μόνο μετά την πάροδο προθεσμίας της οποίας η αρκετά μεγάλη διάρκεια θα μπορούσε να αποθαρρύνει πολλούς ενδεχόμενους ειδικευμένους διανομείς. Έτσι, η διάρκεια των προβλεπόμενων προθεσμιών στα πλαίσια αυτά μπορεί να πλήξει τον ανταγωνισμό μεταξύ των διανομέων των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums·

β) οι εγκεκριμένοι διανομείς οφείλουν να πραγματοποιούν στο κατάστημα πωλήσεώς τους, τον ελάχιστο αριθμό ετήσιων αγορών που καθορίζεται περιοδικά από την Yves Saint Laurent Parfums ή, κατά περίπτωση, από τον αποκλειστικό πράκτορα της χώρας όπου είναι εγκατεστημένο το κατάστημα πωλήσεως. Η υποχρέωση αυτή βαίνει πέραν των απαιτήσεων επαγγελματικής ειδίκευσης των διανομέων ή του προσωπικού πώλησής τους, καθώς και της γεωγραφικής θέσης και της κατάλληλης διευθέτησης του καταστήματος πωλήσεως που είναι απαραίτητες για τη σωστή διανομή καλλυντικών προϊόντων πολυτελείας. Περιορίζει τον ανταγωνισμό, τόσο στα πλαίσια του ιδίου του σήματος Yves Saint Laurent όσο και μεταξύ των προϊόντων του σήματος αυτού και αντίστοιχων ανταγωνιστικών προϊόντων, στο βαθμό που έχει ως αποτέλεσμα, από τη μία πλευρά, να προβλέπει την πρόσβαση στο δίκτυο διανομής της Yves Saint Laurent Parfums αποκλειστικά στους μεταπωλητές που είναι σε θέση να αναλάβουν μια τέτοια δέσμευση και από την άλλη πλευρά, να εξαναγκάζει τους εγκεκριμένους διανομείς να αφιερώνουν σημαντικό μέρος των προσπαθειών τους στην πώληση των συμβατικών προϊόντων. Εξάλλου, η εν λόγω υποχρέωση δύναται να πλήξει την ελευθερία εφοδιασμού των μελών του δικτύου διανομής, διότι στον υπολογισμό του εν λόγω ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών λαμβάνεται υπόψη μόνο η αξία των παραγγελιών για τις οποίες έχουν εκδοθεί τιμολόγια από την Yves Saint Laurent Parfums (ή κατά περίπτωση από τον αποκλειστικό της πράκτορα)·

γ) εξάλλου, οι κοινοποιηθείσες συμβάσεις περιλαμβάνουν, σε βάρος του διανομέα, ειδικές υποχρεώσεις σε θέματα αποθήκευσης, εναλλαγής του αποθέματος, καθώς και διαφημιστικής συνεργασίας. Οι εν λόγω υποχρεώσεις αποτελούν περιορισμούς του ανταγωνισμού διότι καταλήγουν, από τη μια πλευρά, να αποτρέπουν σε μεγάλο βαθμό τη συμμετοχή στη διανομή προϊόντων Yves Saint Laurent επιχειρήσεων οι οποίες, ενώ πληρούν τους ποιοτικούς όρους εισδοχής, δεν είναι σε θέση να αναλάβουν συμπληρωματικές δεσμεύσεις και από την άλλη πλευρά, να περιορίζουν την αυτονομία των εγκεκριμένων διανομέων στον καθορισμό της εμπορικής τους πολιτικής·

δ) η σύμβαση διανομής επιβάλλει στον εγκεκριμένο διανομέα, στη γεωγραφική περιοχή στην οποία έχει

την έδρα του και όπου δεν έχει ακόμη κυκλοφορήσει ένα νέο προϊόν Yves Saint Laurent, την υποχρέωση να απέχει του να πραγματοποιεί ενεργούς πωλήσεις για διάστημα ενός έτους από την ημερομηνία της πρώτης κυκλοφορίας του εν λόγω προϊόντος σε χώρα της ΕΟΚ. Παρά την κατάργηση της ρήτρας απαγόρευσης εξαγωγών που αρχικά προβλέφθηκε σχετικά με το θέμα αυτό, μια τέτοια υποχρέωση περιορίζει οπωσδήποτε τον ανταγωνισμό, στο βαθμό που έχει ως αποτέλεσμα να περιορίζει την ελευθερία λήψης εμπορικών πρωτοβουλιών στις διασταυρούμενες παραδόσεις μεταξύ των μελών του δικτύου διανομής.

7. Οι υποχρεώσεις ελέγχου που επιβάλλονται στους εγκεκριμένους διανομείς στην περίπτωση πωλήσεων ή αγορών από μέλη του δικτύου διανομής (έλεγχος των τιμολογίων από την Yves Saint Laurent Parfums, επαλήθευση συμμετοχής του πελάτη στο επίσημο δίκτυο διανομής) αποσκοπούν στο να επιτρέψουν στην Yves Saint Laurent Parfums έναν έλεγχο του συστήματος διανομής. Εφόσον, δεν υπερβαίνουν τα όρια ενός κατάλληλου ελέγχου, τέτοιου είδους υποχρεώσεις δημιουργούν συμπλήρωμα της βασικής υποχρέωσης της οποίας οφείλουν να εξασφαλίζουν την τήρηση και πρέπει να αντιμετωπίζονται, από νομικής άποψης, κατά τον ίδιο τρόπο με την τελευταία (Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, υπόθεση 26/77, Metro, της 25ης Οκτωβρίου 1977, σ. 1875, σκέψη 27). Δεδομένου ότι η απαγόρευση που επιβλήθηκε στους εγκεκριμένους διανομείς να προμηθεύουν τους μη εγκεκριμένους εμπόρους, πρέπει να θεωρηθεί, στη συγκεκριμένη περίπτωση, ως περιοριστική του ανταγωνισμού· το ίδιο ισχύει επίσης για τις υποχρεώσεις ελέγχου που αποσκοπούν στο να εξασφαλίζουν την εφαρμογή και τον έλεγχο της επιβολής της εν λόγω απαγόρευσης. Πάντως, οι υποχρεώσεις αυτές δεν εμπεριέχουν κανένα περιοριστικό του ανταγωνισμού στοιχείο στο βαθμό που δεν υπερβαίνουν ό,τι είναι απολύτως απαραίτητο ώστε να εξασφαλιστεί η συνοχή του συστήματος διανομής. Ειδικότερα:

i) μετά την εισαγωγή των τροποποιήσεων στις στερεότυπες συμβάσεις που εισηγήθηκε η Επιτροπή, η άσκηση του ελέγχου των τιμολογίων του εγκεκριμένου διανομέα εκ μέρους της Yves Saint Laurent Parfums, σχετικά με την μεταπώληση ή την αγορά προϊόντων Yves Saint Laurent από άλλα μέλη του δικτύου διανομής, περιορίζεται ρητά στις περιπτώσεις όπου ο παραγωγός διαθέτει σαφείς ενδείξεις σχετικά με τη συμμετοχή του διανομέα στη μεταπώληση των συμβατικών προϊόντων εκτός του εγκεκριμένου δικτύου διανομής. Αυτού του είδους ο έλεγχος, αποτελεί για τον κατασκευαστή απαραίτητο μέσο για τον εντοπισμό ενδεχόμενων παραβιάσεων της σύμβασης επιλεκτικής διανομής και για την εξασφάλιση ομοιογένειας και στεγανότητας του συστήματος,

ii) έστω και αν η σύμβαση επιβάλλει στον εγκεκριμένο διανομέα να ελέγχει, πριν προμηθεύσει άλλο μέλος του δικτύου, ότι όντως πρόκειται για εγκεκριμένο διανομέα της Yves Saint Laurent Parfums, η επιλογή οφέλιμων μέσων για την τήρηση της εν λόγω υποχρέωσης εμπίπτει στη διακριτική ευχέρεια του εγκεκριμένου διανομέα. Η διαβούλευση με την Yves Saint Laurent σχετικά με το θέμα αυτό δεν προβλέπεται παρά μόνον εφόσον ο εγκεκριμένος διανομέας δεν είναι σε θέση, με τα δικά του μέσα, να καθορίσει την ιδιότητα του αγοραστή. Αυτό δεν προδικάζει τη δυνατότητα, για τον εγκεκριμένο διανομέα, να προμηθεύει συναδέλφους χωρίς να λαμβάνει γνώση η Yves Saint Laurent.

8. Το σύστημα διανομής της Yves Saint Laurent Parfums εκτείνεται στο σύνολο του εδάφους της Κοινότητας. Λαμβανομένης υπόψη της περιοριστικής του φύσης επί του ανταγωνισμού, δύναται λοιπόν, αφεαυτού, να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών. Όσον αφορά τον ευαίσθητο χαρακτήρα του περιορισμού, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο αποφάνθηκε ότι μια επιχείρηση που προμηθεύει περίπου το 5 % μιας αγοράς είναι σε θέση να επηρεάζει τις ενδοκοινοτικές συναλλαγές με την τακτική της (υπόθεση 19/77, απόφαση Miller της 1ης Φεβρουαρίου 1978, Συλλογή 1978, σ. 131). Ως προς αυτό, πρέπει να υπενθυμίσουμε 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. Όμως, στην αγορά αυτή, η Yves Saint Laurent Parfums κατέχει, σε πολλά κράτη μέλη, τμήματα που ξεπερνούν κατά πολύ το προαναφερθέν όριο. Κάτω από τις συνθήκες αυτές, πρέπει να θεωρηθεί ότι τα εν λόγω εμπόδια στον ανταγωνισμό αποτελούν αισθητό περιορισμό των ενδοκοινοτικών συναλλαγών. Παράλληλα, πρέπει να προστεθεί ότι οι κοινοποιηθείσες συμβάσεις εντάσσονται σε ένα οικονομικό πλαίσιο που χαρακτηρίζεται από τη συστηματική παρουσία συστημάτων επιλεκτικής διανομής που περιλαμβάνουν περιορισμούς του ανταγωνισμού ανάλογους με τους προαναφερθέντες και ότι, κατά συνέπεια, ο ευαίσθητος χαρακτήρας των εν λόγω περιορισμών οπωσδήποτε θα απέρρεε από το σωρευτικό αποτέλεσμα που συνδέεται αδιάσπαστα με μια τέτοια δομή της διανομής.

Β. Άρθρο 85 παράγραφος 3 της συνθήκης

1. Οι συμβάσεις που αποτελούν το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα πληρούν τους όρους που προβλέπονται στο άρθρο 85 παράγραφος 3.

2. *Βελτίωση της παραγωγής και της διανομής*

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 μόνο 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.

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, η προβλεπόμενη διαδικασία για την αντιμετώπιση των αιτήσεων ανοίγματος καταστήματος, όπως προκύπτει από τις τροποποιήσεις των συμβάσεων που εισηγήθηκε η Επιτροπή, στοχεύει να διασφαλίσει μια εύκαμπτη ένταξη του νέου λιανοπωλητή στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums. πράγματι, οι προβλεπόμενες προθεσμίες λαμβάνουν υπόψη, από τη μια πλευρά, τις απαιτήσεις οργάνωσης της Yves Saint Laurent, όσον αφορά ιδίως τις επισκέψεις επιθεώρησης των καταστημάτων πώλησης, τα εκπαιδευτικά σεμινάρια του προσωπικού πωλόσεων, την προσαρμογή των προγραμμάτων παραγωγής της εταιρείας, καθώς και την κατασκευή, που συνήθως ανατίθεται σε τρίτες επιχειρήσεις, διαφόρων στοιχείων διαφήμισης και παρουσίασης που προορίζονται για τα νέα καταστήματα πωλήσεως. Από την άλλη πλευρά, η εν λόγω ιδιοκτησία επιτρέπει στο λιανοπωλητή να πραγματοποιηεί με ορθολογιστικό τρόπο τις εργασίες διευθέτησης του καταστήματος πωλήσεώς του που ζητούνται ενδεχομένως κατ' εφαρμογή των ποιοτικών κριτηρίων εισδοχής.

Από την άλλη πλευρά, η υποχρέωση ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών στοχεύει στη διατήρηση μιας συνεχούς προμήθειας και επιτρέπει στην Yves Saint Laurent Parfums (ή κατά περίπτωση στους αποκλειστικούς της πράκτορες) να συγκεντρώνουν τη διανομή στα καταλληλότερα καταστήματα πώλησης, ορθολογικοποιώντας κατά τον τρόπο αυτό την κατανομή των δαπανών που συνδέονται με τη διάδοση των προϊόντων τους και την αρωγή προς τα καταστήματα πωλήσεως. Ειδικότερα, μια τέτοια υποχρέωση αποτελεί μέσο για να εξασφαλιστεί, από τη μια πλευρά, ότι οι δαπάνες του ακτασκευαστή θα καλυφθούν από έναν επαρκή όγκο εργασιών και, από την άλλη πλευρά, ότι ο εγκεκριμένος διανομέας θα συμβάλει ενεργά στην αξιοποίηση του σήματος, παρέχοντας υπηρεσίες στους καταναλωτές που θα βρίσκονται στο ύψος της φήμης των προϊόντων της σύμβασης. Η λειτουργία της ορθολογικής οργάνωσης που είναι αναπόσπαστα συνδεδεμένη με την εν λόγω υποχρέωση προκύπτει επίσης από τα όρια στα οποία υπόκειται η εφαρμογή της, εφόσον ο ελάχιστον ετήσιος κύκλος αγορών καθορίστηκε από την Yves Saint Laurent Parfums (ή από τον καθένα από τους αποκλειστικούς της πράκτορες) κατά τρόπο ώστε το ύψος του να μην υπερβαίνει το 40 % του μέσου κύκλου αγορών που πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του προηγουμένου έτους, από το σύνολο των καταστημάτων πώλησης που είναι εγκατεστημένα στο έδαφος ενός κράτους μέλους. Εξάλλου, λαμβανομένου υπόψη του επιπέδου αυτού του κατωφλίου, μπορεί να θεωρηθεί ότι η εν λόγω υποχρέωση δεν μπορεί να περιορίσει υπερβολικά την ελευθερία του διανομέα να πωλεί ή να προωθεί ανταγωνιστικά προϊόντα.

Οι υποχρεώσεις σε θέματα αποθήκευσης έχουν ως αποτέλεσμα να διευρύνουν την ποικιλία των προϊόντων Yves Saint Laurent που προσφέρονται στους εξουσιοδοτημένους διανομείς, κατά τρόπο ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να βρίσκουν πάντα, σε κάθε κατάστημα πώλησης, τα βασικά στοιχεία αναφοράς κάθε σειράς προϊόντων που εμπορεύεται η Yves Saint Laurent Parfums και να υπολογίζουν στη γρήγορη διάθεση του προϊόντος που επιθυμούν. Εξάλλου, οι υποχρεώσεις σχετικά με την εναλλαγή του αποθέματος επιτρέπουν να εξασφαλιστεί ότι τα πωλούμενα προϊόντα είναι πάντα σε άριστη κατάσταση από την άποψη φρεσκάδας και συντήρησης. Μια σωστή εναλλαγή του αποθέματος είναι επίσης απαραίτητη για να αποτρέψει την προσαρμογή των προϊόντων, τα οποία, όπως τα είδη μακιγιάζ, ανανεώνονται συχνά σύμφωνα με τις τάσεις της μόδας.

Θεωρούμενες ως υποχρεώσεις γενικού χαρακτήρα για το σήμα Yves Saint Laurent, οι διατάξεις σε θέματα διαφημιστικής συνεργασίας αποτελούν απαραίτητο συμπλήρωμα, σε επίπεδο κάθε καταστήματος πώλησης, διαφόρων διαφημιστικών δράσεων που πραγματοποιούνται σε εθνικό ή τοπικό επίπεδο από την Yves Saint Laurent Parfums ή, κατά περίπτωση, από τους αποκλειστικούς της πράκτορες. Ειδικότερα, επιτρέπουν το συντονισμό, προς το κοινό συμφέρον των συμβαλλομένων, των διαφημιστικών προσπαθειών του κατασκευαστή και των εγκεκριμένων διανομέων τους και κατά τον τρόπο αυτό το σχεδιασμό με τον πλέον ορθολογιστικό τρόπο ομοιογενών διαφημιστικών εκστρατειών. Εξάλλου, οι δεσμεύσεις που απορρέουν από τέτοιου είδους υποχρεώσεις δεν είναι σε θέση να παρεμποδίσουν τους εγκεκριμένους διανομείς της Yves Saint Laurent να μετέχουν στον ανταγωνισμό μεταξύ προϊόντων ποικίλων διακριτικών σημάτων.

Η υποχρέωση του εκγεκριμένου διανομέα, στη γεωγραφική περιοχή του οποίου δεν έχει ακόμα κυκλοφορήσει στην αγορά ένα νέο προϊόν, να απέχει του να πραγματοποιεί ενεργούς πωλήσεις κατά τη διάρκεια ενός έτους, επιτρέπει στον παραγωγό να δοκιμάζει ένα νέο προϊόν σε μια συγκεκριμένη αγορά και να διατηρεί τη δυνατότητα, σε συνάρτηση με τα επιτευχθέντα αποτελέσματα στην αγορά, να επεκτείνει ή να ασταματήσει την εμπορία του εν λόγω προϊόντος.

Πράγματι, η κυκλοφορία ενός νέου καλλυντικού προϊόντος πολυτελείας αποτελεί πολύπλοκη βιομηχανική και εμπορική πράξη που συνεπάγεται σημαντικές επενδύσεις και μια σύνθετη διαφημιστική προώθηση. Η επιτυχία μιας τέτοιας πράξεις προϋποθέτει στενή συνεργασία μεταξύ του κατασκευαστή και των εκγεκριμένων διανομέων του οι οποίοι, από την πλευρά τους, χρειάζονται ειδική εκπαίδευση για να εξασφαλίσουν την παροχή επαγγελματικών συμβουλών προς τον τελικό πελάτη.

Θεωρούμενα στο σύνολό τους, τα πλεονεκτήματα αυτά εμπεριέχουν σαφώς το μειονέκτημα ότι, μεταξύ των ειδικευμένων εμπόρων, εγκρίνονται μόνον όσοι δηλώνουν ότι είναι πρόθυμοι να αναλάβουν τις πρόσθετες υποχρεώσεις που αναφέρονται παραπάνω. Οι εν λόγω περιορισμοί έχουν ως αποτέλεσμα να εξασφαλίζουν ότι τα προϊόντα Yves Saint Laurent 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.

3. *Πλεονεκτήματα για τους χρήστες*

Οι χρήστες επωφελούνται αμέσως των πλεονεκτημάτων που συνδέονται με το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums.

Πράγματι, το κοινοποιηθέν σύστημα διανομής επιτρέπει να διαφυλαχθεί ο αποκλειστικός χαρακτήρας των συμβατικών προϊόντων, πράγμα που αποτελεί το ουσιαστικό

κίνητρο της επιλογής του καταναλωτή. Αυτός ο τελευταίος κατά τον τρόπο αυτό, εξασφαλίζει ότι το εν λόγω προϊόν πολυτελείας δεν θα γίνει ένα τρέχον προϊόν μετά από εκλαϊκευμένη χρήση της εικόνας του και μείωση του επιπέδου πρωτοτυπίας.

Εξάλλου, η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος έχει ως αποτέλεσμα να ευνοεί παράγοντες ανταγωνισμού πλην της τιμής, όπως η εξασφάλιση μιας υπηρεσίας παροχής συμβουλών προς την πελατεία και η διαρκής διάθεση των βασικών σειρών προϊόντων, περιλαμβανομένων των νέων προϊόντων, τα οποία εμπορεύεται η Yves Saint Laurent Parfums. Εξάλλου, εάν ο πελάτης θεωρεί δευτερεύοντα στοιχεία την εικόνα της μάρκας 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. Εξάλλου, επειδή το σύστημα διανομής της Yves Saint Laurent Parfums στηρίζεται στη συνοίκηση με άλλα συστήματα υψηλού κύρους, οι χρήστες μπορούν πάντα να αποποιούνται το σήμα Yves Saint Laurent, εφόσον το επίπεδο των τιμών του δεν θα αντιστοιχούσε στην ποιότητα των προϊόντων του.

Τέλος, δεδομένου του αριθμού των εγκεκριμένων διανομέων που αυτή τη στιγμή έχουν ενσωματωθεί στο δίκτυο της Yves Saint Laurent Parfums και λαμβανομένου υπόψη του γεγονότος ότι ο παραγωγός δεν θα μπορούσε να αποτρέψει την ένταξη νέων λιανοπωλητών βάσει καθαρά ποσοτικών κριτηρίων, μπορεί να θεωρηθεί ότι το σύστημα δεν είναι σε θέση να περιορίσει υπερβολικά τον ανταγωνισμό στα πλαίσια του ιδίου σήματος. Κάτω από τις συνθήκες αυτές, ένα σημαντικό μέρος των πλεονεκτημάτων που απορρέουν από την ορθολογικοποίηση της διανομής αντανακλάται στους καταναλωτές και, κατά μείζονα λόγο, εφόσον οι κοινοποιηθείσες συμβάσεις προβλέπουν απόλυτη ελευθερία όσον αφορά τον καθορισμό των τιμών πωλήσεων εκ μέρους των εγκεκριμένων διανομέων.

4. *Απαραίτητος χαρακτήρας του περιορισμού του ανταγωνισμού*

Το σύστημα διανομής της Yves Saint Laurent Parfums δεν περιέχει καμία υποχρέωση περιοριστική του ανταγωνισμού που να μην είναι απαραίτητη για την επίτευξη των προαναφερθέντων πλεονεκτημάτων.

Η επιβληθείσα απαγόρευση στους εξουσιοδοτημένους διανομείς να προμηθεύουν με συμβατικά προϊόντα τους εμπόρους που δεν είναι συμβεβλημένοι με την Yves Saint Laurent ή με αποκλειστικό πράκτορα αποτελεί απαραίτητο όρο για την εξασφάλιση της συνοχής και της στεγανότητας του συστήματος επιλεκτικής διανομής. Στα πλαίσια αυτά, η υποχρέωση της Yves Saint Laurent Parfums, ή κατά περίπτωση των αποκλειστικών της πρακτόρων, να μην εμπορεύονται προϊόντα με το σήμα Yves Saint Laurent παρά μόνο στα καταστήματα πώλησης που πληρούν τους όρους της σύμβασης επιλεκτικής διανομής, αντιπροσωπεύει τον αντίποδα της υποχρέωσης εξειδίκευσης που επιβάλλεται στους εγκεκριμένους διανομείς και επιτρέπει τη διασφάλιση ομοιογενών συνθηκών ανταγωνισμού μεταξύ των μεταπωλητών των προϊόντων του σήματος αυτού. Αντίθετα, θα προέκυπταν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού εάν η Yves Saint Laurent Parfums προμήθευε εμπόρους, οι οποίοι, λόγω του γεγονότος ότι δεν θα είχαν τις ίδιες υποχρεώσεις, θα έφεραν οικονομικά βάρη αισθητά ελαφρύτερα σε συνάρτηση με εκείνα των μελών του δικτύου επιλεκτικής διανομής. Με βάση την υπόθεση αυτή, δεν θα ήταν πλέον δυνατό να απαιτηθεί από τους εγκεκριμένους διανομείς της Yves Saint Laurent να συνεχίσουν να εκτελούν τα καθήκοντά τους, εφόσον το σύστημα επιλεκτικής διανομής δεν θα μπορούσε πλέον να διατηρηθεί.

Ως συνοδευτικό μέτρο των υποχρεώσεων που στοχεύουν την εξασφάλιση του κλειστού χαρακτήρα του δικτύου διανομής, ο έλεγχος των τιμολογίων του εγκεκριμένου διανομέα εκ μέρους της Yves Saint Laurent Parfums, σχετικά με την μεταπώληση ή την αγορά προϊόντων Yves Saint Laurent από άλλα μέλη του δικτύου, αποτελεί, εφόσον η άσκησή του δεν υπερβαίνει τα όρια που προβλέφθηκαν ρητώς στη σύμβαση, ένα απαραίτητο μέσο για τον εντοπισμό ενδεχόμενων παραβιάσεων των διατάξεων της σύμβασης επιλεκτικής διανομής.

Η διαδικασία εισδοχής δεν υπερβαίνει τα όρια του απαραίτητου για τη διασφάλιση μιας εύκαμπτης ένταξης των νέων μεταπωλητών στο δίκτυο διανομής. Πρέπει να παρατηρηθεί, ειδικότερα, ότι η εν λόγω διαδικασία δεν εφαρμόζεται παρά στις αιτήσεις που προέρχονται από νέους υποψηφίους ή από παλαιούς εγκεκριμένους διανομείς των οποίων η σύμβαση διανομής διακόπηκε μετά από αθέτηση συμβατικών υποχρεώσεων που διαπράχθηκε από τους τελευταίους αυτούς. Κατά συνέπεια, δεν θα μπορούσε να προκαλέσει καταχρήσεις κατά τις περιοδικές ανανεώσεις της εν λόγω σύμβασης. Εξάλλου, μια τέτοια διαδικασία δεν μπορεί να περιορίσει την ελευθερία του διανομέα να εκχωρεί τη φήμη και πελατεία του, ιδίως σε τρίτους, διότι η ανανέωση της σύμβασης διανομής με ένα νέο αντισυμβαλλόμενο υπόκειται απλώς στον έλεγχο των επαγγελματικών προσόντων αυτού του τελευταίου και αυτό εντός προθεσμίας τριών μηνών. Τέλος, εφόσον η Yves Saint Laurent υποχρεούται να ενημερώσει τον λιανοπωλητή για τους λόγους ενδεχόμενης απόρριψης της υποψηφιότητάς του, αυτός θα είναι πάντα σε θέση να αμφισβητήσει την εφαρμογή της διαδικασίας εισδοχής σχετικά με την περίπτωσή του, ιδίως εφόσον τα κριτήρια επιλογής εφαρμόστηκαν κατά τρόπο που να προκαλεί διακρίσεις. Θα πρέπει να προστεθεί ότι, παρόλο που οι προθεσμίες που προβλέπονται από την ανωτέρω διαδικασία είναι σχετικά μεγάλης διαρκείας, η διαδικασία κρίθηκε αποδεκτή για να διευκολυνθεί η μετάβαση από ένα κλειστό καθεστώς στηριζόμενο σε ποσοτικά κριτήρια σε ένα καθεστώς πρόσβασης στο δίκτυο διανομής στηριζόμενο αποκλειστικά και μόνο στην εφαρμογή ποιοτικών κριτηρίων. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή επιφυλάσσεται να επανεξετάσει αυτή την πλευρά του συστήματος εισδοχής κατά την εκπνοή της περιόδου ισχύος της παρούσης αποφάσεως.

Οι υποχρεώσεις σχετικά με τον ελάχιστο αριθμό ετησίων αγορών, αποθήκευσης και συνεργασίας για τη διαφήμιση και προώθηση των συμβατικών προϊόντων, είναι επίσης απαραίτητες για τη διασφάλιση των προαναφερθέντων πλεονεκτημάτων. Ελλείψει διατάξεων που προβλέπουν ελάχιστο ύψος προμήθειας, η άδεια που δίνεται στο σύνολο των λιανοπωλητών, οι οποίοι ανταποκρίνονται στις επαγγελματικές και τεχνικές προϋποθέσεις που απαιτούνται από την Yves Saint Laurent Parfums, θα συνεπαγόταν σημαντική επέκταση του δικτύου διανομής, που όμως, δεδομένης της σχετικής σταθερότητας της εν λόγω αγοράς, δεν θα συνεπαγόταν αναλογική αύξηση των πωλήσεων. Κάτω από τις συνθήκες αυτές, ο παραγωγός δεν θα αντιμετώπιζε μόνον αυξημένες δαπάνες διανομής, αλλά επίσης προοδευτική υποβάθμιση της εικόνας των προϊόντων του. Εξάλλου, η εν λόγω υποχρέωση θεωρείται ότι διατηρεί λογικό χαρακτήρα, δεδομένου ότι το ελάχιστο ύψος ετήσιων αγορών που η Yves Saint Laurent Parfums υποχρεούται να απαιτεί από τους διανομείς της δεν θα μπορούσε σε καμία περίπτωση να υπερβαίνει το 40 % του μέσου όρου αγορών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια του προηγουμένου έτους από το σύνολο των ενδιαφερομένων καταστημάτων πώλησης. Κάτω από τις συνθήκες αυτές, μπορεί να θεωρηθεί ότι ο περιορισμός του σχετικού με τον ελάχιστο ετήσιο κύκλο εργασιών ποσού διασφαλίζει την ευχέρεια του διανομέα να εμπορεύεται ένα επαρκώς ευρύ φάσμα ανταγωνιστικών προϊόντων και την πρόσβαση στο δίκτυο νέων διανομέων. Η Επιτροπή επιφυλάσσεται να επανεξετάσει αυτή την πλευρά του εν λόγω συστήματος διανομής κατά την εκπνοή της ισχύος της παρούσης αποφάσεως.

Εξάλλου, υπάρχει φόβος ότι, ελλείψει υποχρεώσεων σε θέματα αποθήκευσης και εναλλαγής των αποθεμάτων, οι εγκεκριμένοι διανομείς θα μπορούσαν να αποφασίσουν να επικεντρώσουν τις προσπάθειες προώθησης των εν λόγω προϊόντων στα λεγόμενα προϊόντα «leader» της κάθε σειράς που εμπορεύεται η Yves Saint Laurent Parfums. Εξάλλου, η συνεργασία του διανομέα στον τομέα διαφήμισης και προώθησης είναι απαραίτητη για να υπάρξουν εγγυήσεις μεγαλύτερης αποτελεσματικότητας των εκστρατειών προώθησης, των οποίων το κόστος αντιπροσωπεύει ουσιαστικό μέρος των επενδύσεων του παραγωγού. Τέλος, η ρήτρα που απαγορεύει την ενεργό πώληση νέων προϊόντων, εκτός του προγράμματος κυκλοφορίας νέων προϊόντων της Yves Saint Laurent Parfums, είναι απαραίτητη για να επιτρέψει στον παραγωγό να περιορίσει τη γεωγραφική έκταση της κυκλοφορίας ενός νέου προϊόντος ώστε να μπορέσει να σταθμίσει τα αποτελέσματα επί των καταναλωτών και να αποφανθεί, σε συνάρτηση με τα αποτελέσματα που θα προκύψουν, εάν μπορεί να προβλεφθεί παραγωγή σε μεγαλύτερη κλίμακα.

5. *Κατάργηση του ανταγωνισμού*

Οι συμβάσεις στις οποίες στηρίζεται το σύστημα επιλεκτικής διανομής της Yves Saint Laurent Parfums δεν δίνουν στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις τη δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού για μεγάλο μέρος των εν λόγω προϊόντων.

Εφόσον, από τη μια πλευρά, οι εν λόγω συμβάσεις δεν περιέχουν ρήτρες μη ανταγωνισμού και, από την άλλη πλευρά, η κοινοτική αγορά εξακολουθεί να χαρακτηρίζεται από την παρουσία σημαντικού αριθμού επιχειρήσεων που παράγουν ή εμπορεύονται καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας, οι εξουσιοδοτημένοι διανομείς της Yves Saint Laurent Parfums είναι σε θέση να μετέχουν στον ανταγωνισμό μεταξύ των προϊόντων που φέρουν διάφορα διακριτικά σήματα.

Εξάλλου, οι εγκεκριμένοι διανομείς της Yves Saint Laurent Parfums μπορούν να ανταγωνίζονται σε όλη τη γεωγραφική έκταση της Κοινότητας. Μετά τις τροποποιήσεις που πραγματοποιήθηκαν στις στερεότυπες συμβάσεις επιλεκτικής διανομής, δικαιούνται να επωφελούνται από τις πλέον πλεονεκτικές συνθήκες προμήθειας, εφόσον μπορούν να προμηθεύονται τα προϊόντα Yves Saint Laurent από οποιονδήποτε αποκλειστικό πράκτορα στην ΕΟΚ, και οι παραδόσεις μεταξύ εγκεκριμένων λιανοπωλητών στο εξής επιτρέπονται χωρίς περιορισμούς στο εσωτερικό του δικτύου της κοινοτικής διανομής. Ως προς αυτό, πρέπει να υπενθυμίσουμε ότι οι συμβάσεις της Yves Saint Laurent δεν περιέχουν πλέον ούτε τη ρήτρα που απαγόρευσε τις μεταπωλήσεις μεταξύ διανομέων εγκατεστημένων στο ίδιο κράτος μέλος, ούτε τη ρήτρα που προέβλεπε την έκπτωση των ποσών, που αναφέρονται σε προϊόντα τα οποία μεταπωλήθηκαν από ένα διανομέα προς άλλα μέλη του δικτύου, από τον υπολογισμό ετήσιων αγορών του εν λόγω διανομέα. Μπορούμε λοιπόν να ελπίζουμε ότι οι αλλαγές αυτές θα συμβάλλουν στο να προληφθεί οποιαδήποτε σκλήρυνση της δομής των τιμών στην κοινή αγορά.

Επίσης, η Επιτροπή 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 Yves Saint Laurent Parfums θα μπορούσαν επίσης να περιλάβουν αυτές τις μορφές διανομής, έστω και αν αυτό συνεπάγεται μερική τροποποίηση των ειδικών μεθόδων εμπορίας των εν λόγω προϊόντων.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, πληρούνται όλες οι προϋποθέσεις απαλλαγής που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 3.

Γ. Εφαρμογή των άρθρων 6 και 8 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 17

Η έναρξη της ισχύος του συνόλου των τροποποιήσεων που έγιναν εκ μέρους της Yves Saint Laurent Parfums στις στερεότυπες συμβάσεις της με τους εγκεκριμένους διανομείς της πραγματοποιήθηκε την 1η Ιουνίου 1991. Φαίνεται λοιπόν ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις της χορήγησης απαλλαγής δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης ΕΟΚ από την ημερομηνία αυτή σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 6 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 17.

Για να μπορέσει να επανεξετάσει, στα πλαίσια μιας σχετικά σύντομης περιόδου, τα αποτελέσματα του συστήματος διανομής της Yves Saint Laurent Parfums επί του ανταγωνισμού, η Επιτροπή θεωρεί απαραίτητο να καθορίσει, κατ' εφαρμογήν του άρθρου 8 παράγραφος 1 του κανονισμού αριθ. 17, τη διάρκεια ισχύος της παρούσας απόφασης μέχρι την 1η Ιουνίου 1997.

Τέλος, πρέπει να συνοδευτεί η απόφαση από την επιβολή υποχρεώσεων για να επιτραπεί στην Επιτροπή να ελέγξει εάν τα ποσά που επιβάλλονται στους εξουσιοδοτημένους διανομείς της Yves Saint Laurent Parfums, κατ' εφαρμογήν της υποχρέωσης ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών, θα συνεχίσουν να πληρούν τις προϋποθέσεις χορήγησης απαλλαγής δυνάμει των διατάξεων του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης ΕΟΚ. Για τους λόγους αυτούς, η Yves Saint Laurent Parfums οφείλει να υποβάλλει, κάθε δύο έτη, λεπτομερείς εκθέσεις, για κάθε κράτος μέλος της ΕΟΚ, σχετικά με το ποσό που θα ορίζεται ετησίως από την Yves Saint Laurent Parfums και από τους αποκλειστικούς της πράκτορες κατ' εφαρμογήν της προαναφερθείσας υποχρέωσης, καθώς και το μέσο όρο αγορών που θα πραγματοποιείται από το σύνολο των καταστημάτων πώλησης των προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums κατά τη διάρκεια του προηγουμένου έτους. Ως προς το σημείο αυτό, η απόφαση στηρίζεται στις διατάξεις του άρθρου 8 παράγραφος 1 του κανονισμού αριθ. 17,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΠΟΦΑΣΗ:

Άρθρο 1

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 Yves Saint Laurent Parfums με τους ειδικευμένους λιανοπωλητές της που είναι εγκατεστημένοι στη Γαλλία, καθώς και τους γενικούς όρους πωλήσεων που τη συνοδεύουν

και

— στη στερεότυπη σύμβαση εγκεκριμένου διανομέα που συνάπτουν οι αποκλειστικοί πράκτορες της Yves Saint Laurent Parfums που είναι εγκατεστημένοι σε ένα κράτος μέλος της ΕΟΚ εκτός της Γαλλίας με τους ειδικευμένους λιανοπωλητές τους, καθώς και στους γενικούς όρους πωλήσεως που συνοδεύουν τις συμβάσεις αυτές.

Η παρούσα απόφαση εφαρμόζεται από την 1η Ιουνίου 1991 έως τις 31 Μαΐου 1997.

Άρθρο 2

Η επιχείρηση Yves Saint Laurent Parfums SA υποχρεούται να υποβάλλει στην Επιτροπή κάθε δύο έτη και για πρώτη φορά την 1η Ιουνίου 1993, εκθέσεις σχετικά με:

— το συνολικό αριθμό αγορών προϊόντων Yves Saint Laurent Parfums που θα έχουν πραγματοποιηθεί κατά τη διάρκεια του προηγουμένου έτους από το σύνολο των εξουσιοδοτημένων καταστημάτων πωλήσεως σε κάθε κράτος μέλος, τις αυξήσεις των τιμών που θα έχουν σημειωθεί καθώς και την κυκλοφορία νέων προϊόντων ή την απόσυρση από την αγορά παλαιών προϊόντων,

— τον αριθμό των εγκεκριμένων καταστημάτων πωλήσεως σε κάθε κράτος μέλος κατά την 31η Δεκεμβρίου κάθε έτους

και

— τα ποσά που θα καθορίζονται σε ετήσια βάση εκ μέρους της Yves Saint Laurent Parfums ή, κατά περίπτωση, εκ μέρους των αποκλειστικών της πρακτόρων, κατ' εφαρμογήν της υποχρέωσης πραγματοποίησης ελάχιστου αριθμού ετήσιων αγορών που επιβάλλεται στους εγκεκριμένους διανομείς.

Άρθρο 3

Η παρούσα απόφαση απευθύνεται στην επιχείρηση:

Yves Saint Laurent Parfums SA
28-34 boulevard du Parc
F-92521 Neuilly sur Seine.

Βρυξέλλες, 16 Δεκεμβρίου 1991.

Για την Επιτροπή

Leon BRITTAN

Αντιπρόεδρος