

Luksusowe marki wygrały spór z zegarmistrzami

Właściciel renomowanej marki może odmówić dostaw części zamiennych do nieautoryzowanego serwisu. I to nawet wtedy, jeśli ma on dominującą pozycję na rynku



Marta Miszczuk
rzecznik patentowy,
radca prawny, Affre
i Wspólnicy sp. k.

Taka konkluzja wynika z orzeczenia Sądu Unii Europejskiej z 23 października 2017 r. (sprawa T-712/14). Kończy ono kilkunastoletni spór między europejską konfederacją zegarmistrzów European Confederation of Watch and Clock Repairers' Associations „CEAHR” a producentami luksusowych zegarków, m.in. Louis Vuitton, Rolex, Swatch, Patek.

Sprawa miała początek w 2004 r., kiedy to organizacja zegarmistrzów (CEAHR) wniosła skargę do Komisji Europejskiej – obowiązywała wtedy procedura, w której ta musiała badać każdą wniesioną sprawę; obecnie podejmuje działania tylko w tych, które ją interesują. CEAHR zarzuciła producentom luksusowych

zegarków, że odmawiając niezależnym zegarmistrzom dostarczania części zamiennych, naruszają prawo konkurencji, a tym samym nadużywają swojej pozycji dominującej. Uważała ponadto, że zawarli oni niedozwolone porozumienie. W 2008 r. KE odrzuciła skargę, uznając, że nie ma wystarczających podstaw do kontynuowania postępowania. W 2010 r. Sąd Unii Europejskiej – po odwołaniu CEAHR – uchylił jednak tę decyzję, nakazując jednocześnie KE głębsze zbadanie sprawy. W 2014 r. komisja ponownie odrzuciła skargę. Sprawa znów trafiła do SEU i tym razem odwołanie CEAHR zostało oddalone.

Co stwierdził sąd

Jeden z zarzutów stowarzyszenia dotyczył tego, że producenci markowych zegarków prowadzą ich sprzedaż i serwis w systemie dystrybucji selektywnej – co oznacza, że już na wstępie dokonują selekcji kontrahentów, z którymi chcą współpracować. Dla niezależnych zegarmistrzów było to jednoznaczne z wykluczeniem innych podmiotów z rynku, a tym samym z eliminowaniem efektywnej konkurencji.

Komisja zbadała jednak dokładnie umowy zawierane przez producentów luksusowych zegarków i oceniła, że – po pierwsze – autoryzowani dystrybutorzy i serwisy naprawiające są wybierane na podstawie obiektywnych, jednolitych kryteriów dotyczących kwalifikacji, doświadczenia, wyposażenia oraz wyglądu salonu, w którym dokonywane są naprawy. Po drugie: każdy, kto spełni kryteria, może zostać przyjęty do sieci – nie jest ona ograniczona ilościowo. Po trzecie: autoryzowane serwisy efektywnie konkurują między sobą. Dlatego jej zdaniem takie działania dominantów nie naruszają przepisów prawa konkurencji. Co więcej, podkreśliła ona, że każda marka stosuje własne rozwiązania technologiczne, a naprawa zegarków mechanicznych – wbrew twierdzeniom niezależnych zegarmistrzów – nie jest rzeczą prostą. Producenci bronili się ponadto argumentem, że w przypadku wadliwej naprawy wynikającej z braku fachowej wiedzy konsument nie będzie miał świadomości, czy wada tkwi w zegarku czy w źle wykonanej usłudze, co może istotnie wpłynąć na wizerunek marki. Tymczasem do-

puszczone do sieci serwisy przechodzą nieodpłatnie szkolenia techniczne, co znacznie podnosi ich kwalifikacje do napraw danej marki.

Sąd UE w obszernym uzasadnieniu przyjął argumentację komisji i potwierdził jej stanowisko. A więc, że właściciel znaku towarowego – w tym także dominant lub monopolista – może odmówić dostaw produktów, usług lub części zamiennych opatrzonych takim znakiem, jeśli ich używanie przez inne podmioty może godzić w renomę znaku, np. obniżyć prestiż danej marki przy jednoczesnym braku istnienia istotnych ograniczeń prawa konkurencji.

Nie tylko zegarki

Warto dodać, że wyrok Sądu UE dotyczył marek luksusowych – za takie zostały uznane zegarki kosztujące ponad 1000 euro. Jednak wydaje się, że będzie przełożenie także na inne produkty – pod warunkiem, że są opatrzone renomowanym znakiem towarowym, a ich sprzedaż odbywa się w szczególnym systemie dystrybucji. Np. może to dotyczyć biżuterii, mody, kosmetyków,

sprzętu sportowego, sprzętu elektronicznego oraz produktów zaawansowanych technologicznie. Wyrok tych sprzedawców natomiast pojazdów – w tym zakresie jeszcze przez kilka lat będą obowiązywać szczegółowe regulacje w sektorze motoryzacyjnym, które wyraźnie zabraniają odmowy sprzedaży części zamiennych do nieautoryzowanych warsztatów. ©

PODSUMOWANIE

Własność przemysłowa często stoi w opozycji do prawa konkurencji. Tam, gdzie prawo konkurencji zakazuje powstawania monopolu (kontrola koncentracji), prawo własności przemysłowej wręcz je tworzy (prawo wyłączne z patentu czy do użytkowania znaku towarowego). Przedsiębiorcy mający pozycję dominującą na rynku – a więc ci, którzy mają duży udział w rynku i mogą podejmować działania nie oglądając się na konkurentów i klientów – mogą w rzeczywistości znacznie mniej niż ich mniejsi konkurenci.