

# Selectieve distributie





# Selectieve distributie: hoe bescherm je jouw brand image en hoe voorkom je dat jouw producten via een willekeurige “prijsvechter” worden verkocht?

*Ben je een leverancier van luxe of prestige producten of heb jij bijvoorbeeld een bekend merk, denk aan bijvoorbeeld Guess of Nike, dat je wilt beschermen? Dan kan je onder voorwaarden meer controle uitoefenen over de verkoopkanalen van jouw producten om de kwaliteit van jouw producten en jouw brand image te beschermen. In dit artikel vertellen we je hoe je meer controle over de verkoopkanalen voor jouw producten uit zou kunnen oefenen.*

## *Verbod op het maken van afspraken over klanten en prijzen*

Het kartelverbod (artikel 6 van de Mededingingswet en artikel 101 EU-Werkingsverdrag) brengt met zich mee dat afnemers van jouw producten in beginsel zelf moeten kunnen bepalen wie hun klanten zijn en in welk gebied zij de producten verkopen. Jouw afnemers mogen in beginsel dan ook zelf bepalen of zij jouw producten (door)verkopen aan bepaalde prijsvechters of via bepaalde marktplaatsen, zoals een Amazon, bol.com of eBay. Dit kan echter als schadelijk voor jouw merk worden ervaren. Op grond van het kartelverbod mag je ook niet de wederverkoopprijs van jouw afnemer vaststellen. In beginsel is jouw afnemer vrij om jouw producten tegen scherpe prijzen te verkopen.

## *Uitzonderingen op het verbod*

Er bestaan uitzonderingen op het verbod om direct of indirect de verkoop door jouw afnemer of zijn klanten te beperken. Ter bescherming van jouw merk en brand image, zou je onder voorwaarden een zogenaamd selectief distributiestelsel kunnen hanteren.



### *Wat is een selectief distributiestelsel?*

Bij selectieve-distributieovereenkomsten worden enerzijds het aantal erkende distributeurs en anderzijds de wederverkoopmogelijkheden beperkt. De restrictie van het aantal wederverkopers hangt af van selectiecriteria die in de eerste plaats met de aard van het product verband houden. Bij de restrictie van de wederverkoop gaat het niet, zoals bij exclusieve distributie, om een restrictie van de actieve verkoop in een ander gebied, maar om een restrictie van om het even welke verkoop aan niet-erkende distributeurs, zodat alleen erkende wederverkopers en eindgebruikers als mogelijke afnemers overblijven.

### *Wanneer kan je een selectief distributiestelsel toepassen?*

Wanneer selectieve distributie wordt toegepast, is dit nagenoeg altijd voor het distribueren van eindproducten van een bepaald merk.

Volgens rechtspraak van het EU Hof van Justitie kunnen selectieve distributiesystemen die betrekking hebben op luxe en prestige goederen en die voornamelijk gericht zijn op de instandhouding van een gespecialiseerde handel, die in staat is tot het verrichten van bepaalde prestaties voor dergelijke producten, buiten de reikwijdte van het kartelverbod blijven, indien aan drie voorwaarden is voldaan:

1

#### **Objectieve criteria van kwalitatieve aard**

De wederverkopers worden gekozen op basis van objectieve criteria van kwalitatieve aard met betrekking tot de vakbekwaamheid van de wederverkoper, zijn personeel en de inrichting van zijn bedrijf die uniform zijn vastgesteld voor alle potentiële wederverkopers en die zonder discriminatie worden toegepast;

2

#### **Aard producten en noodzakelijkheid**

De aard van de producten maakt een systeem van selectieve distributie noodzakelijk om de kwaliteit van de producten te behouden en het goede gebruik ervan te verzekeren (overigens zónder dat de Europese rechter zelf bepaalt hoe die aard er uit moet zien);

3

#### **Evenredigheid**

De vastgestelde criteria mogen niet verder gaan dan noodzakelijk.

### *Vrijstelling (onder de EU-Groepsvrijstelling voor verticale overeenkomsten)*

Selectieve distributie is krachtens de Europese groepsvrijstellingsverordening betreffende de toepassing van het kartelverbod op verticale overeenkomsten in beginsel vrijgesteld, ongeacht de precieze aard van het betrokken product, zolang het respectieve marktaandeel van zowel de leverancier als de afnemer niet hoger is dan 30%. Wel is de opzet van een selectief distributiestelsel aan bepaalde voorwaarden gebonden. Zo moet het de deelnemers van een selectief distributiesysteem vrijstaan om aan eindconsumenten en aan andere leden van het stelsel te verkopen.



### *De mogelijkheden van controle via een selectief distributiestelsel*

Met een selectief distributiestelsel kan je bijvoorbeeld voorkomen dat jouw (luxe)producten verhandeld worden door partijen die jouw brand image kunnen schaden, omdat het je op grond van het mededingingsrecht onder voorwaarden vrijstaat om jouw erkende distributeur onder meer de volgende vier beperkingen op te leggen:

- 1 Een verbod om, ongeacht het handelsniveau, dus zowel op bijvoorbeeld Wholesale- en Retail level, te verkopen aan niet-erkende distributeurs die gevestigd zijn in het gebied waar jij het selectief distributiesysteem toepast;
- 2 Een verbod om bij verkoop via internet naar buiten toe kenbare platforms van derden in te schakelen, denk aan Amazon, bol.com of eBay;
- 3 Verlangen dat klanten de website van de distributeur niet mogen bezoeken via een website die de naam of het logo van het platform van een derde draagt;
- 4 Kwaliteitsnormen voor het gebruik van een internetsite voor het doorverkopen van de producten, zoals ook opgelegd kan worden aan een distributeur voor een winkel of catalogusverkoop.

### *Op welke wijze kan jij controle uitoefenen over de verkoopkanalen voor jouw producten?*

Het kan van belang zijn om te laten onderzoeken wat jouw mogelijkheden zijn en of een ander distributiebeleid beter aansluit bij jouw product en belangen. Reden voor de keuze van het hanteren van een selectief distributiestelsel is met name de mogelijkheden die zo'n stelsel aan een leverancier biedt om in zekere mate controle over de verkoopkanalen voor haar producten uit te oefenen, met onder meer kwalitatieve opwaardering van de verkoopkanalen als gevolg.

# Nadere informatie

Indien u nadere informatie wenst over de inrichting van uw distributiesysteem, neem gerust contact op met een van de onderstaande AKD-specialisten.



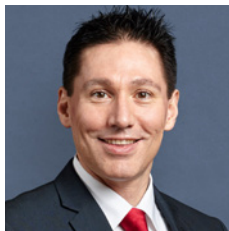
**Ineke van den Broek**

Commercial contracting

T: +31 (0)88 253 5695

M: +31 (0)6 46 60 74 50

E: [ivandenbroek@akd.nl](mailto:ivandenbroek@akd.nl)



**Joost Houdijk**

Europees en mededingingsrecht | Regulatory

T: +32 (0)2 629 4279

M: +32 (0)4 77 88 55 71

E: [jhoudijk@akd.eu](mailto:jhoudijk@akd.eu)

T: +352 26 75 82

F: +352 26 43 28 67

E: [info@akd.eu](mailto:info@akd.eu)

[akd.eu](http://akd.eu)