SENTENZA DELLA CORTE (Grande Sezione)

30 novembre 2004 *

Nel procedimento C-16/03,

avente ad oggetto la domanda di pronuncia pregiudiziale sottoposta alla Corte, ai sensi dell'art. 234 CE, dallo Hovrätten över Skåne och Blekinge (Svezia) con ordinanza 19 dicembre 2002, pervenuta alla Corte il 15 gennaio 2003, nella causa tra

Peak Holding AB

e

Axolin-Elinor AB, già Handelskompaniet Factory Outlet i Löddeköpinge AB,

LA CORTE (Grande Sezione),

composta dal sig. V. Skouris, presidente, dai sigg. P. Jann, C.W.A. Timmermans, A. Rosas e dalla sig.ra R. Silva de Lapuerta, presidenti di sezione, dai sigg. C. Gulmann (relatore), J.-P. Puissochet, R. Schintgen e J.N. Cunha Rodrigues, giudici,

* Lingua processuale: lo svedese.

avvocato generale: sig.ra C. Stix-Hackl
cancelliere: sig. H. von Holstein, cancelliere aggiunto,

vista la fase scritta del procedimento e in seguito all'udienza del 24 marzo 2004,

viste le osservazioni presentate:

— per la Peak Holding AB, dal sig. G. Gozzo, advokat;

— per la Axolin-Elinor AB, dal sig. K. Azelius, advokat, e dal sig. M. Palm, jur. kand.;

— per il governo svedese, dalla sig.ra K. Wistrand e dal sig. A. Kruse, in qualità di agenti;

— per la Commissione delle Comunità europee, dai sigg. N.B. Rasmussen e K. Simonsson, in qualità di agenti,

sentite le conclusioni dell'avvocato generale, presentate all'udienza del 27 maggio 2004,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

1 La presente domanda di pronuncia pregiudiziale verte sull'interpretazione dell'art. 7, n. 1, della prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa (GU L 40, pag. 1), come modificata dall'accordo 2 maggio 1992, sullo Spazio economico europeo (GU 1994, L 1, pag. 3; in prosieguo: la «direttiva»).

2 La detta domanda è stata presentata nell'ambito di una controversia tra la Peak Holding AB (in prosieguo: la «Peak Holding») e la Axolin-Elinor AB (in prosieguo: la «Axolin-Elinor»), già Handelskompaniet Factory Outlet i Löddeköpinge AB (in prosieguo: la «Factory Outlet») all'epoca in cui è sorta la detta controversia, concernente le modalità di commercializzazione, da parte della Factory Outlet, di una partita di capi di abbigliamento recanti il marchio Peak Performance, di cui la Peak Holding è titolare.

Contesto normativo

3 L'art. 5 della direttiva, rubricato «Diritti conferiti dal marchio di impresa», così recita:

«1. Il marchio di impresa registrato conferisce al titolare un diritto esclusivo. Il titolare ha il diritto di vietare ai terzi, salvo proprio consenso, di usare nel commercio:

a) un segno identico al marchio di impresa per prodotti o servizi identici a quelli per cui esso è stato registrato;

(...)

3. Si può in particolare vietare, se le condizioni menzionate [al paragrafo 1] sono soddisfatte:

(...)

b) di offrire i prodotti, di immetterli in commercio o di detenerli a tali fini, oppure di offrire o fornire servizi contraddistinti dal segno;

c) di importare [...] prodotti contraddistinti dal segno;

(...)».

4 L'art. 7 della direttiva, intitolato «Esaurimento del diritto conferito dal marchio di impresa», nella sua versione iniziale disponeva quanto segue:

«1. Il diritto conferito dal marchio di impresa non permette al titolare dello stesso di vietare l'uso del marchio di impresa per prodotti immessi in commercio nella Comunità con detto marchio dal titolare stesso o con il suo consenso.

(...)».

5 In conformità all'art. 65, n. 2, dell'accordo sullo Spazio economico europeo (in prosieguo: il «SEE»), nel combinato disposto con l'allegato XVII, punto 4, dell'accordo medesimo, l'art. 7, n. 1, della direttiva, nella sua versione iniziale, è stato modificato ai fini del detto accordo, cosicché l'espressione «nella Comunità» è stata sostituita dai termini «sul territorio di una parte contraente».

La causa principale e le questioni pregiudiziali

6 La Peak Holding, società del gruppo danese IC-Companys, è titolare, segnatamente, del marchio Peak Performance. Il diritto di utilizzare tale marchio è stato conferito alla Peak Performance Production AB (in prosieguo: la «Peak Performance Production»), società appartenente al detto gruppo. Tale società produce e vende capi di abbigliamento ed accessori con il detto marchio in Svezia e in altri paesi.

7 All'epoca in cui è sorta la controversia principale, la Factory Outlet, società di diritto svedese, effettuava, per mezzo di boutiques in Svezia, la vendita al dettaglio di capi di abbigliamento ed altri articoli, in larga parte prodotti contrassegnati da marchi provenienti da importazioni parallele, da reimportazioni ovvero ottenuti al di fuori dei circuiti di distribuzione ordinari del titolare del marchio interessato.

8 Alla fine dell'anno 2000, la Factory Outlet immetteva in commercio, segnatamente, una partita di circa 25 000 capi di abbigliamento del marchio Peak Performance, dopo aver fatto pubblicare sulla stampa annunci che proponevano la vendita dei detti articoli a metà prezzo.

9 I detti articoli provenivano dalle collezioni della Peak Performance Production degli anni 1996-1998 ed erano stati fabbricati al di fuori del SEE per conto della detta società. Essi erano stati importati nel SEE per essere ivi messi in vendita.

10 Secondo la Factory Outlet, tra il 1996 e il 1998 i capi di abbigliamento erano stati messi in vendita in negozi appartenenti a rivenditori indipendenti, mentre, secondo la Peak Holding, erano stati messi in vendita nelle boutiques della Peak Performance Production.

11 Nel novembre e dicembre 1999, tutti i capi di abbigliamento appartenenti alla detta partita erano ricompresi tra i capi di abbigliamento messi in vendita al dettaglio a Copenaghen (Danimarca), nei locali commerciali di Base Camp, negozio messo a disposizione dalla Carli Gry Denmark A/S, consociata della Peak Performance Production. La partita di merce era composta, dunque, da quanto era rimasto invenduto dopo i saldi.

12 La Peak Performance Production vendeva la detta partita di merce alla COPAD International (in prosieguo: la «COPAD»), impresa con sede in Francia. Secondo la Peak Holding, il contratto concluso in tale circostanza prevedeva che la detta partita di merce non dovesse venire rivenduta in paesi europei al di fuori della Russia e della Slovenia, ad eccezione del 5 % del quantitativo complessivo, che poteva essere venduto in Francia. La Factory Outlet contestava l'esistenza di tale restrizione sostenendo che, in ogni caso, non ne era a conoscenza al momento dell'acquisto della partita di merce.

13 La Factory Outlet garantiva di aver acquistato la partita di merce dalla società di diritto svedese Truefit Sweden AB.

14 È pacifico che la partita di merce non è uscita dal SEE dal momento in cui ha lasciato i depositi della Peak Performance Production in Danimarca sino a quello della sua consegna alla Factory Outlet in Svezia.

15 Il 9 ottobre 2000 la Peak Holding, ritenendo che le modalità di commercializzazione applicate dalla Factory Outlet, segnatamente le inserzioni pubblicitarie, costituissero violazione dei suoi diritti di marchio, ricorreva dinanzi al Lunds tingsrätt (Svezia), chiedendo al detto giudice di condannare la Factory Outlet al risarcimento del danno, di inibire alla detta società la commercializzazione nonché la vendita dei capi di abbigliamento e degli altri articoli in questione e di ordinare la distruzione delle merci.

16 La Factory Outlet chiedeva il rigetto della domanda, sostenendo che le merci controverse erano state immesse in commercio nel SEE dalla Peak Holding, sicché quest'ultima non sarebbe legittimata ad inibire l'uso del marchio all'atto della vendita delle merci.

17 La Factory Outlet sosteneva, in primo luogo, che le merci erano state immesse in commercio per effetto della loro importazione, da parte della Peak Performance Production, nel mercato interno e del pagamento dei relativi dazi doganali, ai fini della loro messa in vendita nella Comunità. In secondo luogo, essa faceva valere che le merci erano state immesse in commercio essendo state offerte in vendita da rivenditori indipendenti. In terzo luogo, sosteneva che le dette merci erano state immesse in commercio essendo state smerciate dalla Peak Performance Production nei propri negozi nonché in quello di Base Camp e che, in tale contesto, esse erano state offerte in vendita ai consumatori. La Factory Outlet affermava, infine, che, in ogni caso, le merci erano state immesse in commercio per effetto della loro vendita alla COPAD, indipendentemente dal fatto che ciò fosse stato accompagnato o meno da restrizioni di rivendita nel mercato interno.

18 La Peak Holding contestava che le merci fossero state immesse in commercio dal titolare del marchio ovvero con il suo consenso. A suo avviso, anche se il diritto di marchio fosse stato esaurito per il fatto che le merci erano state messe in vendita nel

negozio di Base Camp, tale esaurimento sarebbe stato interrotto e il diritto di marchio sarebbe stato ripristinato a seguito del ritorno delle merci nei depositi.

19 Il Tingsrätt respingeva la domanda, ritenendo che le merci fossero state effettivamente immesse in commercio essendo state messe a disposizione dei consumatori nel negozio di Base Camp e che il diritto conferito dal marchio non avesse potuto essere ripristinato successivamente a tale operazione.

20 Avverso la decisione del Tingsrätt la Peak Holding interponeva appello dinanzi al giudice del rinvio.

21 Ritenendo che la soluzione della controversia tra la Peak Holding e la Axolin-Elinor postulasse l'interpretazione dell'espressione «immessi in commercio», di cui all'art. 7, n. 1, della direttiva, lo Hovrätten över Skåne och Blekinge decideva di sospendere il procedimento e di sottoporre alla Corte le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) Se debba ritenersi che una merce sia stata immessa in commercio per il fatto di essere stata:

a) importata nel mercato comune e sdoganata dal titolare del marchio a fini di vendita;

b) immessa in vendita dal titolare del marchio in negozi di sua proprietà o in quelli di una società collegata all'interno del mercato comune, senza cessione della merce medesima.

2) Se, qualora una merce sia stata immessa in commercio in uno dei due modi precedentemente esposti e si sia in tal modo verificato l'esaurimento del diritto di marchio senza cessione della merce, il titolare del marchio possa escludere l'esaurimento riportando la merce in deposito.

3) Se una merce debba essere considerata immessa in commercio per il fatto di essere stata ceduta dal titolare del marchio ad un'altra società nel mercato interno, qualora il titolare del marchio abbia subordinato la cessione alla condizione di non rivendere ulteriormente la merce sul mercato comune.

4) Se sulla soluzione alla questione sub 3) incida la circostanza che il titolare del marchio, all'atto della cessione della partita in cui rientrava la merce di cui trattasi, abbia dato all'acquirente l'autorizzazione di rivendere un esiguo quantitativo della merce medesima all'interno del mercato comune, senza individuare in concreto la merce oggetto di tale autorizzazione».

Sulle questioni pregiudiziali

Sulla prima questione

22 Alla luce delle circostanze della causa principale, il giudice del rinvio chiede, sostanzialmente, con la prima questione, se l'art. 7, n. 1, della direttiva vada interpretato nel senso che deve ritenersi che prodotti contrassegnati da un marchio siano stati immessi in commercio nel SEE quando il titolare del marchio li abbia importati nel SEE al fine di venderli nel relativo mercato ovvero quando li abbia messi in vendita al consumo nel SEE, nei propri negozi ovvero in quelli di una società collegata, senza peraltro riuscire a venderli.

Osservazioni presentate alla Corte

23 La Peak Holding e la Commissione ritengono che l'esaurimento del diritto conferito dal marchio si verifichi solo al momento della vendita del prodotto nel SEE da parte del titolare del marchio ovvero con il suo consenso. Il diritto non si esaurirebbe nelle ipotesi previste dalla prima questione pregiudiziale.

24 La Axolin-Elinor afferma che l'esaurimento del diritto del titolare del marchio si verifica per il solo fatto dell'importazione, dello sdoganamento e dell'immagazzinamento del prodotto nel SEE ai fini della vendita. In subordine, essa ritiene che il diritto conferito dal marchio si esaurisca quando il titolare di quest'ultimo offra in vendita ai consumatori il prodotto, anche se l'offerta non vada a buon fine.

25 Secondo il governo svedese, le diverse versioni linguistiche della direttiva vanno intese nel senso che, perché una merce possa essere considerata come immessa in commercio, occorre che il titolare del marchio abbia posto in essere un'operazione rivolta al mercato.

26 Un prodotto non potrebbe essere considerato come immesso in commercio nel SEE per il solo fatto di essere stato importato, sdoganato, poi immagazzinato nel SEE dal titolare, dato che nessuna delle dette operazioni è rivolta al mercato.

27 L'esaurimento si verificherebbe, al più tardi, quando il titolare del diritto di marchio o chiunque abbia acquisito il diritto di utilizzare il marchio medesimo offra in vendita la merce ai consumatori nel SEE.

28 Per contro, l'esaurimento non si verificherebbe quando il titolare del marchio offra i propri prodotti, nel SEE, ai rivenditori, poiché un'offerta di vendita, frequentemente, verte solo su un certo quantitativo dei prodotti in questione. In quest'ultima ipotesi, sarebbe impossibile identificare i prodotti per i quali si è verificato l'esaurimento. Peraltro, un'offerta cui non faccia seguito la vendita non potrebbe essere considerata come un atto di disposizione sufficientemente definitivo da parte del titolare.

29 L'esaurimento si verificherebbe all'atto della cessione effettiva ad un rivenditore, a condizione che essa appaia quale operazione rivolta al mercato. Una cessione tra società del medesimo gruppo dovrebbe essere considerata quale misura interna al gruppo, che non comporterebbe l'esaurimento del diritto.

Giudizio della Corte

30 Si deve ricordare che gli artt. 5-7 della direttiva realizzano un'armonizzazione completa delle norme relative ai diritti conferiti dal marchio e che essi definiscono pertanto i diritti di cui godono i titolari di marchi all'interno della Comunità (sentenze 16 luglio 1998, causa C-355/96, Silhouette International Schmied, Racc. pag. I-4799, punti 25 e 29, e 20 novembre 2001, cause riunite da C-414/99 a C-416/99, Zino Davidoff e Levi Strauss, Racc. pag. I-8691, punto 39).

31 La nozione di «immessi in commercio» nel SEE, impiegata all'art. 7, n. 1, della direttiva, costituisce un elemento determinante dell'estinzione del diritto esclusivo del titolare del marchio previsto all'art. 5 della direttiva medesima (v. sentenza 8 aprile 2003, causa C-244/00, Van Doren + Q, Racc. pag. I-3051, punto 34).

32 Pertanto, essa deve ricevere un'interpretazione uniforme nell'ordinamento giuridico comunitario (v., per analogia, sentenza Zino Davidoff e Levi Strauss, cit., punti 41-43).

33 Il solo tenore letterale dell'art. 7, n. 1, della direttiva non consente di stabilire se determinati prodotti importati nel SEE ovvero ivi messi in vendita da parte del titolare del marchio debbano essere considerati «immessi in commercio» nel SEE ai sensi della detta disposizione. Pertanto, l'interpretazione della norma in esame va ricercata alla luce della ratio e degli obiettivi della direttiva.

34 L'art. 5 della direttiva attribuisce al titolare del marchio un diritto esclusivo che gli consente, segnatamente, di vietare ai terzi d'importare, offrire in vendita, commercializzare prodotti contrassegnati con il suo marchio ovvero detenerli a tali fini. L'art. 7, n. 1, contiene una deroga a questo principio, in quanto prevede che il diritto del titolare si esaurisce quando i prodotti siano stati immessi in commercio all'interno del SEE dal titolare o con il suo consenso (v. sentenze cit. Zino Davidoff e Levi Strauss, punto 40, e Van Doren + Q, punto 33).

35 La Corte ha rilevato che la direttiva mira, segnatamente, a garantire al titolare il diritto esclusivo di utilizzare il marchio per la prima immissione in circolazione dei prodotti che ne sono contrassegnati (v., segnatamente, sentenza 11 luglio 1996, cause riunite C-427/93, C-429/93 e C-436/93, Bristol-Myers Squibb e a., Racc. pag. I-3457, punti 31, 40 e 44).

36 La Corte ha peraltro rilevato che, precisando che l'immissione sul mercato al di fuori del SEE non esaurisce il diritto del titolare di impedire l'importazione di tali prodotti effettuata senza il suo consenso, il legislatore comunitario ha permesso al titolare del marchio di controllare la prima immissione sul mercato nel SEE dei prodotti contrassegnati dal marchio (v. sentenze 1° luglio 1999, causa C-173/98, Sebago e Maison Dubois, Racc. pag. I-4103, punto 21, nonché Zino Davidoff e Levi Strauss, cit., punto 33, e Van Doren +Q, cit., punto 26).

37 La Corte ha inoltre sottolineato che l'art. 7, n. 1, della direttiva mira a consentire l'ulteriore commercializzazione di un esemplare di un prodotto contrassegnato da un marchio senza che il titolare del marchio stesso possa opporvisi (v. sentenze 23 febbraio 1999, causa C-63/97, BMW, Racc. pag. I-905, punto 57, nonché Sebago e Maison Dubois, cit., punto 20).

38 Infine, la Corte ha ritenuto che, per poter svolgere la sua funzione di elemento essenziale del sistema di concorrenza non falsato che il Trattato CE intende istituire, il marchio deve costituire la garanzia che tutti i prodotti o servizi che ne sono contrassegnati sono stati fabbricati o forniti sotto il controllo di un'unica impresa alla quale possa attribuirsi la responsabilità della loro qualità (v., segnatamente, sentenza 18 giugno 2002, causa C-299/99, Philips, Racc. pag. I-5475, punto 30).

39 Nella presente controversia, è pacifico che il titolare di un marchio, qualora venda ad un terzo, nel SEE, prodotti contrassegnati dal proprio marchio, immette questi ultimi in commercio ai sensi dell'art. 7, n. 1, della direttiva.

40 Una vendita che consente al titolare di realizzare il valore economico del suo marchio esaurisce i diritti esclusivi conferiti dalla direttiva e, segnatamente, quello di vietare ai terzi acquirenti di rivendere i prodotti.

41 Per contro, qualora il titolare importi i propri prodotti al fine di venderli nel SEE ovvero li offra in vendita nello stesso, non li immette in commercio ai sensi dell'art. 7, n. 1, della direttiva.

42 Infatti, tali atti non trasferiscono a terzi il diritto di disporre dei prodotti contrassegnati dal marchio. Essi non consentono al titolare di realizzare il valore economico del marchio. Anche successivamente a tali atti, il titolare conserva il proprio interesse al mantenimento di un controllo completo dei prodotti contrassegnati dal marchio al fine, in particolare, di garantirne la qualità.

43 Deve peraltro rilevarsi che l'art. 5, n. 3, lett. b) e c), della direttiva, relativo al contenuto del diritto esclusivo del titolare, distingue, segnatamente, tra l'offerta dei prodotti, la loro immissione in commercio, la loro detenzione a tali fini e la loro importazione. Il tenore letterale della detta disposizione, pertanto, conferma anch'esso che un'importazione ovvero un'offerta dei prodotti nel SEE non può essere equiparata a una loro immissione in commercio.

44 La prima questione va pertanto risolta dichiarando l'art. 7, n. 1, della direttiva dev'essere interpretato nel senso che i prodotti contrassegnati da un marchio non possono essere considerati immessi in commercio nel SEE quando il titolare del marchio li abbia importati nel SEE al fine di venderli nel medesimo ovvero quando li abbia messi in vendita al consumo nel SEE, nei propri negozi ovvero in quelli di una società collegata, senza peraltro riuscire a venderli.

Sulla seconda questione

45 La seconda questione è stata sollevata solo per l'ipotesi di soluzione affermativa della prima.

46 Non è pertanto necessario procedere alla sua soluzione.

Sulla terza questione

47 Con la terza questione, il giudice del rinvio chiede, sostanzialmente, se, in circostanze come quelle oggetto della controversia principale, la stipulazione, in un contratto di vendita concluso tra il titolare del marchio e un operatore stabilito nel SEE, di un divieto di rivendita nello Spazio medesimo escluda che si configuri un'immissione in commercio ai sensi dell'art. 7, n. 1, della direttiva e osti, pertanto, all'esaurimento del diritto esclusivo del titolare nell'ipotesi di rivendita nel SEE in violazione del divieto.

Osservazioni presentate alla Corte

48 La Peak Holding sottolinea che l'esaurimento previsto all'art. 7, n. 1, della direttiva presuppone l'immissione in commercio da parte del titolare stesso ovvero con il suo consenso. L'esaurimento richiederebbe pertanto il consenso del titolare in entrambi i casi. Esso non si verificherebbe dunque all'atto della vendita del prodotto da parte del titolare del marchio se quest'ultimo pattuisce la conservazione dei propri diritti di marchio. Nell'ipotesi in cui tale pattuizione non venisse rispettata, il prodotto non verrebbe immesso in commercio con il consenso del titolare, sicché l'esaurimento non si verificherebbe.

49 La Axolin-Elinor, il governo svedese e la Commissione sostengono che una clausola come quella prevista nella terza questione non osta all'esaurimento, che si verifica de iure. Tale clausola non sarebbe opponibile ai terzi. Il mancato rispetto del divieto di rivendere corrisponderebbe ad un inadempimento contrattuale e non ad una violazione di diritti intellettuali. Gli effetti giuridici dell'esaurimento nei confronti dei terzi non sarebbero pertanto affidati alla libera disponibilità delle parti contraenti, a prescindere dagli effetti che l'accordo presumibilmente produrrà con riguardo alle obbligazioni. Una diversa interpretazione sarebbe in contrasto con l'obiettivo dell'art. 7, n. 1, della direttiva.

Giudizio della Corte

50 L'art. 7, n. 1, della direttiva subordina l'esaurimento comunitario all'immissione in commercio nel SEE o da parte del titolare stesso del marchio, o da parte di terzi, ma con il consenso del titolare.

51 Dalla soluzione della prima questione consegue che, in circostanze come quelle oggetto della controversia principale, l'immissione in commercio nel SEE da parte del titolare presuppone la vendita dei prodotti, da parte del medesimo, nel SEE.

52 Nell'ipotesi di siffatta vendita, l'art. 7, n. 1, della direttiva non subordina, inoltre, l'esaurimento del diritto conferito dal marchio al consenso del titolare ad un'ulteriore commercializzazione dei prodotti nel SEE.

53 L'esaurimento si verifica per il solo effetto dell'immissione in commercio nel SEE da parte del titolare.

54 L'eventuale stipulazione, nell'atto di vendita che realizza la prima immissione in commercio nel SEE, di restrizioni territoriali al diritto di rivendita dei prodotti concerne solamente i rapporti tra le parti contraenti.

55 Tale stipulazione non può ostare all'esaurimento previsto dalla direttiva.

56 La terza questione deve pertanto essere risolta nel senso che, in circostanze come quelle oggetto della controversia principale, la stipulazione, in un contratto di vendita concluso tra il titolare del marchio e un operatore stabilito nel SEE, di un divieto di rivendita nel medesimo non esclude che vi sia immissione in commercio nel SEE ai sensi dell'art. 7, n. 1, della direttiva e non osta, pertanto, all'esaurimento del diritto esclusivo del titolare in caso di rivendita nel SEE in violazione del divieto.

Sulla quarta questione

57 La quarta questione presuppone che la terza sia stata risolta nel senso che la clausola ivi contemplata esclude la configurabilità di un'immissione in commercio nel SEE in caso di rivendita nello Spazio medesimo, in violazione della restrizione territoriale convenuta.

58 Non è pertanto necessario procedere alla soluzione di tale questione.

Sulle spese

59 Le spese sostenute dal governo svedese e dalla Commissione, che hanno presentato osservazioni alla Corte, non possono dar luogo a rifusione. Nei confronti delle parti nella causa principale il presente procedimento costituisce un incidente sollevato dinanzi al giudice nazionale, cui spetta quindi statuire sulle spese.

Per questi motivi, la Corte (Grande Sezione) dichiara:

1) **L'art. 7, n. 1, della prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa, come modificata dall'accordo 2 maggio 1992, sullo Spazio economico europeo, dev'essere interpretato nel senso che i prodotti contrassegnati da un marchio non possono essere considerati immessi in commercio nello Spazio economico europeo quando il titolare del marchio li abbia importati nello Spazio economico europeo al fine di venderli nel medesimo ovvero quando li abbia messi in vendita al consumo nello Spazio economico europeo, nei propri negozi ovvero in quelli di una società collegata, senza peraltro riuscire a venderli.**

2) **In circostanze come quelle oggetto della controversia principale, la stipulazione, in un contratto di vendita concluso tra il titolare del marchio ed un operatore stabilito nello Spazio economico europeo, di un divieto di rivendita nel medesimo non esclude che vi sia immissione in commercio nello Spazio economico europeo ai sensi dell'art. 7, n. 1, della direttiva 89/104, come modificata dall'accordo sullo Spazio economico europeo, e non osta, pertanto, all'esaurimento del diritto esclusivo del titolare in caso di rivendita nello Spazio economico europeo, in violazione del divieto.**

Firme