DOMSTOLENS DOM (stora avdelningen)

den 30 november 2004 *

I mål C-16/03,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 234 EG, som framställts av Hovrätten över Skåne och Blekinge (Sverige), genom beslut av den 19 december 2002, som inkom till domstolen den 15 januari 2003, i målet

Peak Holding AB

mot

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

meddelar

DOMSTOLEN (stora avdelningen)

sammansatt av ordföranden V. Skouris, avdelningsordförandena P. Jann, C.W.A. Timmermans, A. Rosas och R. Silva de Lapuerta samt domarna C. Gulmann (referent), J.-P. Puissochet, R. Schintgen och J.N. Cunha Rodrigues,

* Rättegångsspråk: svenska.

generaladvokat: C. Stix-Hackl,
justitiesekreterare: biträdande justitiesekreteraren H. von Holstein,

med beaktande av de yttranden som avgivits av:

— Peak Holding AB, genom G. Gozzo, advokat,

— Axolin-Elinor AB, genom K. Azelius, advokat, och M. Palm, jur. kand.,

— Sveriges regering, genom K. Wistrand och A. Kruse, båda i egenskap av ombud,

— Europeiska gemenskapernas kommission, genom N.B. Rasmussen och K. Simonsson, båda i egenskap av ombud,

och efter att den 27 maj 2004 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Begäran om förhandsavgörande rör tolkningen av artikel 7.1 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178), i dess lydelse enligt avtalet av den 2 maj 1992 om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EGT L 1, 1994, s. 3, svensk version, SÖ 1993:24) (nedan kallat direktivet).

2 Begäran har framställts i en tvist mellan Peak Holding AB (nedan kallat Peak Holding) och Axolin-Elinor AB (nedan kallat Axolin-Elinor), tidigare Handelskompaniet Factory Outlet i Löddeköpinge AB (nedan kallat Factory Outlet) när denna tvist uppkom, med anledning av de säljformer som Factory Outlet tillämpade vid försäljningen av ett parti kläder som försetts med varumärket Peak Performance, vilket Peak Holding är innehavare av.

Tillämpliga bestämmelser

I artikel 5 i direktivet, som har rubriken "Rättigheter som är knutna till ett varumärke", föreskrivs följande:

"1. Det registrerade varumärket ger innehavaren en ensamrätt. Innehavaren har rätt att förhindra tredje man, som inte har hans tillstånd, att i näringsverksamhet använda

a) tecken som är identiska med varumärket med avseende på de varor och tjänster som är identiska med dem för vilka varumärket är registrerat,

...

3. Bl.a. kan följande förbjudas enligt [punkt 1]:

...

b) Att utbjuda varor till försäljning, marknadsföra dem eller lagra dem för dessa ändamål eller utbjuda eller tillhandahålla tjänster under tecknet.

c) Att importera ... varor under tecknet.

..."

4 I artikel 7 i direktivet i dess ursprungliga lydelse, som har rubriken " Konsumtion av de rättigheter som är knutna till ett varumärke", föreskrevs följande:

"1. Ett varumärke ger inte innehavaren rätt att förbjuda användningen av varumärket för varor som av innehavaren eller med hans samtycke har förts ut på marknaden under varumärket inom gemenskapen.

..."

5 Artikel 7.1 i direktivet har ändrats i enlighet med artikel 65.2 i avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (nedan kallat EES-avtalet), jämförd med punkt 4 i bilaga XVII till detta avtal, för att överensstämma med nämnda avtal. Uttrycket "inom gemenskapen" har således ersatts med orden "i en avtalsslutande part".

Tvisten vid den nationella domstolen och tolkningsfrågorna

6 Peak Holding är ett bolag inom den danska IC-Companys-koncernen och är innehavare av bland annat varumärket Peak Performance. Rätten att använda varumärket har upplåtits till det närstående bolaget Peak Performance Production AB (nedan kallat Peak Performance Production), som med utnyttjande av detta varumärke tillverkar och säljer kläder och accessoarer i Sverige och andra länder.

7 Vid tiden för tvistens uppkomst bedrev Factory Outlet, ett företag bildat enligt svensk rätt, från ett flertal butiker i Sverige direktförsäljning av kläder och andra varor, till stor del märkesvaror som förvärvats genom parallellimport, återimport eller på annat sätt utanför den berörde varumärkesinnehavarens ordinära distributionskanaler.

8 I slutet av år 2000 saluförde Factory Outlet särskilt ett varuparti på omkring 25 000 plagg försedda med varumärket Peak Performance efter att ha annonserat i pressen om försäljning till halva priset.

9 De ovannämnda plaggen kom från Peak Performance Productions kollektioner för åren 1996–1998. De hade tillverkats utanför EES för detta bolags räkning. De hade införts till EES i försäljningssyfte.

10 Enligt Factory Outlet hade de plagg som utbjudits till försäljning mellan åren 1996 och 1998, utbjudits till försäljning i butiker som tillhör fristående återförsäljare, medan plaggen enligt Peak Holding utbjudits till försäljning i Peak Performance Productions egna butiker.

11 Under november och december 1999 fanns samtliga plagg i varupartiet bland plagg som utbjöds till försäljning till konsumenter i butiken Base Camps lokaler i Köpenhamn (Danmark), vilken tillhandahållits av Carli Gry Denmark A/S, ett systerbolag till Peak Performance Production. Varupartiet bestod således av de varor som kvarstått osålda efter utförsäljningen.

12 Peak Performance Production AB sålde varupartiet till det franska företaget COPAD International (nedan kallat COPAD). Enligt Peak Holding föreskrevs i det avtal som slöts vid detta tillfälle att varupartiet inte fick vidareförsäljas i andra länder i Europa än i Ryssland och Slovenien, förutom fem procent av den totala kvantiteten, vilken fick säljas i Frankrike. Factory Outlet har bestritt att någon sådan begränsning uppställts och har gjort gällande att det i vart fall inte vid sitt förvärv av varupartiet ägt kännedom om begränsningen.

13 Factory Outlet har gjort gällande att det förvärvat varupartiet från Truefit Sweden AB, ett företag bildat enligt svensk rätt.

14 Det är ostridigt mellan parterna att varupartiet inte varit utanför EES från det att det lämnade Peak Performance Productions lager i Danmark till dess att det levererades till Factory Outlet i Sverige.

15 Under påstående att den marknadsföring som Factory Outlet använt sig av, och i synnerhet annonserna, utgjorde intrång i Peak Holdings varumärkesrätt väckte Peak Holding den 9 oktober 2000 talan vid Lunds tingsrätt. Peak Holding yrkade att tingsrätten skulle dels förplikta Factory Outlet att betala skadestånd, dels förbjuda Factory Outlet att marknadsföra och försälja kläder och andra varor ur det ifrågavarande varupartiet, dels besluta att dessa varor skulle förstöras.

16 Factory Outlet bestred käromålet och hävdade att de omtvistade varorna förts ut på marknaden inom EES av Peak Holding, varför Peak Holding saknade rätt att förbjuda användningen av varumärket vid saluföring av varorna.

17 Factory Outlet hävdade för det första att varorna förts ut på marknaden genom att Peak Performance Production importerat varorna till den inre marknaden och förtullat dem med avsikt att saluföra dem här. Factory Outlet hävdade för det andra att varorna förts ut på marknaden genom att de utbjudits till försäljning genom fristående återförsäljare. Factory Outlet anförde för det tredje att varorna förts ut på marknaden genom att de saluförts genom Peak Performance Production i detta bolags egna butiker och genom butiken Base Camp och därvid gjorts tillgängliga för konsumenterna. Factory Outlet hävdade för det fjärde att varorna i vart fall förts ut på marknaden genom att de överlåtits till COPAD, oavsett om de sålts med förbehåll om att vidareförsäljning inte fick ske inom den inre marknaden.

18 Peak Holding bestred att varorna förts ut på marknaden av varumärkesinnehavaren eller med dennes medgivande. Enligt bolaget hade, även om varumärkesrätten skulle anses konsumerad genom att varorna utbjudits till försäljning i butiken Base Camp,

konsumtionen brutits och varumärkesrätten återställts i och med att varorna återförts till lager.

19 Tingsrätten, som fann att varorna förts ut på marknaden genom att de hållits tillgängliga för konsumenterna i butiken Base Camp och att varumärkesrätten inte därefter kunnat återställas, ogillade käromålet.

20 Peak Holding överklagade tingsrättens dom till hovrätten.

21 Hovrätten ansåg att frågor om tolkningen av begreppet "förts ut på marknaden" i artikel 7.1 i direktivet uppkommit i tvisten mellan Peak Holding och Axolin-Elinor. Hovrätten beslutade därför att förklara målet vilande och att ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

"1) Skall en vara anses ha förts ut på marknaden genom att denna av varumärkesinnehavaren

a) importerats och införtullats till den gemensamma marknaden i syfte att säljas där?

b) utbjudits till försäljning i varumärkesinnehavarens egna eller närstående bolags butiker inom den gemensamma marknaden, utan att varan överlåtits?

2) Kan en varumärkesinnehavare, om en vara förts ut på marknaden enligt något av alternativen ovan och konsumtion av varumärkesrätten därmed inträtt utan att varan överlåtits, genom att återföra varan till lager bryta konsumtionen?

3) Skall en vara anses ha förts ut på marknaden genom att den av varumärkesinnehavaren överlåtits till ett annat bolag på den inre marknaden, om varumärkesinnehavaren vid överlåtelsen uppställt förbehåll gentemot köparen att denne inte ägde sälja varan vidare på den gemensamma marknaden?

4) Påverkas svaret på fråga 3 av om varumärkesinnehavaren vid överlåtelsen av det varuparti i vilket varan ingick gav köparen tillåtelse att vidareförsälja en mindre andel av varorna inom den gemensamma marknaden, utan att utpeka vilka individuella varor det tillståndet avsåg?"

Tolkningsfrågorna

Den första frågan

22 Mot bakgrund av omständigheterna i målet vid den nationella domstolen har hovrätten ställt den första frågan för att få klarhet i huruvida artikel 7.1 i direktivet skall tolkas så, att varor som försetts med ett varumärke skall anses ha förts ut på marknaden inom EES när varumärkesinnehavaren har importerat dem till EES i syfte att sälja dem inom detta område eller när han utbjudit dem till försäljning till konsumenter inom EES, i sina egna eller närstående bolags butiker, utan att varan överlåtits.

Yttranden som har inkommit till domstolen

23 Peak Holding och kommissionen anser att varumärkesrätten konsumeras först när varan sålts inom EES av varumärkesinnehavaren eller med dennes samtycke. Konsumtion inträder inte under de omständigheter som avses i den första tolkningsfrågan.

24 Axolin-Elinor har gjort gällande att varumärkesinnehavarens rätt konsumeras redan genom att varan importeras till EES, förtullas samt lagerhålls med avsikt att saluföra den. Axolin Elinor har i andra hand hävdat att den rätt som följer av varumärket konsumeras när varumärkesinnehavaren utbjuder varan till försäljning till konsument, även om varan inte överlåts.

25 Den svenska regeringen anser att direktivets olika språkversioner skall förstås så, att det fordras att varumärkesinnehavaren har vidtagit en mot marknaden riktad åtgärd för att en vara skall anses ha förts ut på marknaden.

26 En vara skall således inte anses ha förts ut på marknaden inom EES redan genom att varumärkesinnehavaren importerat varan till gemenskapen, förtullat samt lagerhållit den, eftersom ingen av dessa åtgärder är riktad mot marknaden.

27 Varumärkesskyddet konsumeras senast när en varumärkesinnehavare eller någon till vilken rätten att använda varumärket upplåtits håller varan tillgänglig för försäljning till konsumenter inom EES.

28 Konsumtion inträder emellertid inte genom att varumärkesinnehavaren utbjuder varan till försäljning inom EES till återförsäljare, eftersom utbjudande till försäljning ofta endast avser en viss mängd av den ifrågavarande varan. Det skulle i så fall inte vara möjligt att avgöra för vilka varor konsumtion inträtt. Ett anbud som inte resulterar i en överlåtelse kan i övrigt inte anses utgöra ett tillräckligt definitivt förfogande från rättighetsinnehavarens sida.

29 Konsumtion skall däremot inträda vid faktisk överlåtelse till återförsäljare under förutsättning att överlåtelsen framstår som en mot marknaden utåtriktad åtgärd. En överlåtelse mellan koncernbolag bör betraktas som en koncernintern åtgärd som inte föranleder konsumtion.

Domstolens svar

0 Domstolen erinrar om att artiklarna 5–7 i direktivet medför en fullständig harmonisering av bestämmelserna om vilka rättigheter som är knutna till ett varumärke och att artiklarna således innehåller definitioner av de rättigheter som tillkommer varumärkesinnehavarna inom gemenskapen (dom av den 16 juli 1998 i mål C-355/96, Silhouette International Schmied, REG 1998, s. I-4799, punkterna 25 och 29, och av den 20 november 2001 i de förenade målen C-414/99–C-416/99, Zino Davidoff och Levi Strauss, REG 2001, s. I-8691, punkt 39).

Begreppet "förts ut på marknaden" inom EES, som återfinns i artikel 7.1 i direktivet, är en avgörande faktor för att varumärkesinnehavarens ensamrätt enligt artikel 5 i samma direktiv skall upphöra (se dom av den 8 april 2003 i mål C-244/00, Van Doren + Q, REG 2003, s. I-3051, punkt 34).

32 Begreppet skall därför ges en enhetlig tolkning i gemenskapsrätten (se, för ett motsvarande synsätt, domen i de ovannämnda förenade målen Zino Davidoff och Levi Strauss, punkterna 41–43).

33 Det går inte att endast med ledning av ordalydelsen i artikel 7.1 i direktivet avgöra om varor som varumärkesinnehavaren importerat till EES eller utbjuder till försäljning inom det området skall anses ha "förts ut på marknaden" inom EES i den mening som avses i denna bestämmelse. Den ifrågavarande bestämmelsen skall därför tolkas med beaktande av direktivets systematik och ändamål.

34 Varumärkesinnehavaren har enligt artikel 5 i direktivet ensamrätt att hindra tredje man att bland annat importera varor som försetts med hans varumärke, att utbjuda dessa till försäljning, att föra ut dem på marknaden eller att inneha dem i dessa syften. Artikel 7.1 innehåller ett undantag från denna regel genom att det däri föreskrivs att varumärkesinnehavarens rättigheter konsumeras när varorna har förts ut på marknaden inom EES av innehavaren eller med hans samtycke (se domarna i de ovannämnda målen Zino Davidoff och Levi Strauss, punkt 40, och Van Doren + Q, punkt 33).

35 Domstolen har konstaterat att direktivet bland annat syftar till att tillförsäkra varumärkesinnehavaren ensamrätten att använda varumärket då en vara som är försedd med varumärket för första gången släpps ut på marknaden (se, bland annat, dom av den 11 juli 1996 i de förenade målen C-427/93, C-429/93 och C-436/93, Bristol-Myers Squibb m.fl., REG 1996, s. I-3457, punkterna 31, 40 och 44).

36 Domstolen har i övrigt angett att gemenskapslagstiftaren, genom att precisera att den omständigheten att varor har förts ut på marknaden utanför EES inte medför konsumtion av varumärkesinnehavarens rätt att motsätta sig import av dessa varor som sker utan hans samtycke, har låtit varumärkesinnehavaren bestämma när varor som bär hans varumärke för första gången kan föras ut på marknaden inom EES (dom av den 1 juli 1999 i mål C-173/98, Sebago och Maison Dubois, REG 1999, s. I-4103, punkt 21, domarna i de ovannämnda målen Zino Davidoff och Levi Strauss, punkt 33, och Van Doren + Q, punkt 26).

37 Domstolen har vidare betonat att artikel 7.1 i direktivet syftar till att möjliggöra senare saluföring av ett exemplar av en vara som är försett med ett varumärke, utan att varumärkesinnehavaren kan motsätta sig detta (se dom av den 23 februari 1999 i mål C-63/97, BMW, REG 1999, s. I-905, punkt 57, och domen i det ovannämnda målet Sebago och Maison Dubois, punkt 20).

38 Domstolen har slutligen fastslagit att varumärket, för att kunna utgöra ett väsentligt inslag i det system med sund konkurrens som EG-fördraget syftar till att införa, måste utgöra en garanti för att alla varor eller tjänster som det avser har framställts eller levererats under kontroll av ett enda företag som ansvarar för deras kvalitet (se bland annat dom av den 18 juni 2002 i mål C-299/99, Philips, REG 2002, s. I-5475, punkt 30).

39 Det är i förevarande mål obestritt att varumärkesinnehavaren, när han överlåter varor som försetts med hans varumärke till tredje man inom EES, för ut dessa varor på marknaden i den mening som avses i artikel 7.1 i direktivet.

40 De ensamrätter som följer av direktivet, närmare bestämt rätten att förbjuda tredje man som förvärvat en vara att sälja denna vidare, konsumeras vid en försäljning, som är ett sätt för varumärkesinnehavaren att realisera det ekonomiska värde som är knutet till varumärket.

41 Varumärkesinnehavaren för däremot inte ut sina varor på marknaden i den mening som avses i artikel 7.1 i direktivet när han importerar dem i syfte att avyttra dem inom EES eller när han utbjuder dem till försäljning inom EES.

42 Sådana åtgärder innebär nämligen inte att rätten att förfoga över de varor som försetts med varumärket överförs till tredje man. Varumärkesinnehavaren kan inte därigenom realisera det ekonomiska värde som är knutet till varumärket. Han har även efter det att dessa åtgärder genomförts intresse av att behålla fullständig kontroll över de varor som försetts med varumärket, bland annat för att garantera varornas kvalitet.

43 I artikel 5.3 b och c i direktivet görs i övrigt, med avseende på innehållet i varumärkesinnehavarens ensamrätt, åtskillnad mellan att utbjuda varor till försäljning, att marknadsföra dem, att lagra dem för dessa ändamål och att importera dem. Även denna bestämmelses lydelse bekräftar följaktligen att import eller utbjudande till försäljning av varor inom EES inte kan likställas med att föra ut dessa på marknaden.

44 Svaret på den första frågan blir således att artikel 7.1 i direktivet skall tolkas så, att varor som försetts med ett varumärke inte kan anses ha förts ut på marknaden inom EES när varumärkesinnehavaren har importerat dem till EES i syfte att sälja dem inom detta område eller när han utbjudit dem till försäljning till konsumenter inom EES, i sina egna eller närstående bolags butiker, utan att varorna överlåtits.

Den andra frågan

45 Den andra frågan har ställts för det fall den första frågan skulle besvaras jakande.

46 Det är därför inte nödvändigt att besvara denna fråga.

Den tredje frågan

47 Den nationella domstolen har ställt den tredje frågan för att få klarhet i huruvida den omständigheten att ett överlåtelseavtal som slutits mellan varumärkesinnehavaren och en aktör etablerad inom EES innehåller ett förbud mot att sälja varorna vidare inom EES innebär att varorna, under sådana förhållanden som föreligger i målet vid den nationella domstolen, inte förts ut på marknaden i den mening som avses i artikel 7.1 i direktivet och därmed utgör hinder mot att varumärkesinnehavarens ensamrätt konsumeras om förbudet skulle åsidosättas genom att varorna såldes vidare inom EES.

Yttranden som har inkommit till domstolen

48 Peak Holding har betonat att konsumtion, som föreskrivs i artikel 7.1 i direktivet, inträder under förutsättning att varorna förts ut på marknaden av varumärkesinnehavaren själv eller med hans samtycke. I båda fallen förutsätts varumärkesinnehavarens samtycke för att konsumtion skall inträda. Konsumtion inträder således inte om varumärkesinnehavaren överlåter en vara och ställer upp förbehåll om varumärkesrätten till varan. Om detta förbehåll inte iakttas har varorna inte förts ut på marknaden med varumärkesinnehavarens samtycke, vilket innebär att konsumtion inte inträder.

49 Axolin-Elinor, den svenska regeringen och kommissionen anser att sådana avtalsvillkor som det som avses i den tredje frågan inte utgör hinder mot konsumtion. Konsumtion inträder på grund av lag. Ett sådant avtalsvillkor kan inte åberopas mot tredje man. Om ett förbud att sälja varan vidare åsidosätts, är det fråga om ett kontraktsbrott och inte om ett åsidosättande av immaterialrättsliga rättigheter. Rättsföljden konsumtion är därför inte något som avtalsparterna förfogar över i förhållande till tredje man, oavsett vilka effekter avtalet är tänkt att ha på det obligationsrättsliga planet. En annan tolkning skulle strida mot syftet med artikel 7.1 i direktivet.

Domstolens svar

50 Enligt artikel 7.1 i direktivet inträder gemenskapsrättslig konsumtion om varumärkesinnehavaren själv för ut varorna på marknaden inom EES eller om tredje man för ut varorna på marknaden inom EES, men med varumärkesinnehavarens samtycke.

51 Av svaret på den första frågan framgår att under sådana förhållanden som i målet vid den nationella domstolen, skall varorna ha överlåtits inom EES av varumärkesinnehavaren för att de skall anses ha förts ut på marknaden inom EES.

52 Om en sådan överlåtelse sker förutsätts enligt artikel 7.1 i direktivet inte att varumärkesinnehavaren dessutom samtycker till att varorna senare säljs vidare inom EES för att de rättigheter som är knutna till varumärket skall konsumeras.

53 Konsumtion inträder redan genom att varumärkesinnehavaren för ut varorna på marknaden inom EES.

54 Eventuella avtalsvillkor då varorna för första gången förs ut på marknaden inom EES, som innebär att rätten att sälja dem vidare är föremål för territoriella begränsningar, har endast avseende på förhållandet mellan parterna i detta avtal.

55 Sådana avtalsvillkor utgör inte hinder mot att konsumtion inträder i enlighet med direktivet.

56 Svaret på den tredje frågan blir således att den omständigheten att ett överlåtelseavtal som slutits mellan varumärkesinnehavaren och en aktör etablerad inom EES innehåller ett förbud mot att sälja varorna vidare inom detta område inte utesluter att varorna, under sådana förhållanden som föreligger i målet vid den nationella domstolen, förts ut på marknaden i den mening som avses i artikel 7.1 i direktivet och därmed inte utgör hinder mot att varumärkesinnehavarens ensamrätt konsumeras om varorna säljs vidare inom EES i strid med förbudet.

Den fjärde frågan

57 Den fjärde frågan har ställts för det fall den tredje frågan skulle besvaras med att det avtalsvillkor som avses i denna fråga innebär att varorna inte förts ut på marknaden inom EES om de skulle säljas vidare inom EES i strid med den överenskomna territoriella begränsningen.

58 Det är därför inte nödvändigt att besvara denna fråga.

Rättegångskostnader

De kostnader som har förorsakats den svenska regeringen och kommissionen, vilka har inkommit med yttranden till domstolen, är inte ersättningsgilla. Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i målet vid den nationella domstolen utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den nationella domstolen att besluta om rättegångskostnaderna.

På dessa grunder beslutar domstolen (stora avdelningen) följande dom:

1) **Artikel 7.1 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar, i dess lydelse enligt avtalet av den 2 maj 1992 om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, skall tolkas så, att varor som försetts med ett varumärke inte kan anses ha förts ut på marknaden inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet när varumärkesinnehavaren har importerat dem till Europeiska ekonomiska samarbetsområdet i syfte att sälja dem inom detta område eller när han utbjudit dem till försäljning till konsumenter inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, i sina egna eller närstående bolags butiker, utan att varorna överlåtits.**

2) **Den omständigheten att ett överlåtelseavtal som slutits mellan varumärkesinnehavaren och en aktör etablerad inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet innehåller ett förbud mot att sälja varorna vidare inom detta område utesluter inte att varorna, under sådana förhållanden som föreligger i målet vid den nationella domstolen, förts ut på marknaden i den mening som avses i artikel 7.1 i direktiv 89/104, i dess lydelse enligt avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, och utgör därmed inte hinder mot att varumärkesinnehavarens ensamrätt konsumeras om varorna säljs vidare inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet i strid med förbudet.**

Underskrifter