EUROOPA KOHTU OTSUS (suurkoda)

30. november 2004 *

Kohtuasjas C-16/03,

mille esemeks on EÜ artikli 234 alusel Hovrätten över Skåne och Blekinge (Rootsi) 19. detsembril 2002 esitatud eelotsusetaotlus, mis registreeriti 15. jaanuaril 2003, menetluses

Peak Holding AB

versus

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

EUROOPA KOHUS (suurkoda),

koosseisus: president V. Skouris, kodade esimehed P. Jann, C. W. A. Timmermans, A. Rosas ja R. Silva de Lapuerta, kohtunikud C. Gulmann (ettekandja), J.-P. Puissochet, R. Schintgen ja J. N. Cunha Rodrigues,

* Kohtumenetluse keel: rootsi.

kohtujurist: C. Stix-Hackl,
kohtusekretär: kohtusekretäri asetäitja H. von Holstein,

arvestades kirjalikus menetluses ja 24. märtsil 2004. aastal toimunud kohtuistungil esitatut,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

— Peak Holding AB, esindaja: advokaat G. Gozzo,

— Axolin-Elinor AB, esindaja: advokaat K. Azelius ja M. Palm, jur. kand.,

— Rootsi valitsus, esindajad: K. Wistrand ja A. Kruse,

— Euroopa Ühenduste Komisjon, esindajad: N. B. Rasmussen ja K. Simonsson,

olles 27. mai 2004. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus puudutab nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92), muudetud 2. mai 1992. aasta Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga (EÜT 1994, L 1, lk 3; edaspidi „direktiiv"), artikli 7 lõike 1 tõlgendamist.

2 See taotlus esitati kohtuvaidluses Peak Holding AB (edaspidi „Peak Holding") ja Axolin-Elinor AB (edaspidi „Axolin-Elinor"), varem, menetluse alguse hetkel Handelskompaniet Factory Outlet i Löddeköpinge AB (edaspidi „Factory Outlet"), vahel seoses Peak Holding'u omandis oleva kaubamärgiga Peak Performance riiete Factory Outlet'i turustamiskorraga.

Õiguslik raamistik

3 Direktiivi artikkel 5 pealkirjaga „Kaubamärgiga antavad õigused" on sõnastatud järgmiselt:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;

[...]

3. [Lõike 1] alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

[...]

b) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine, turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähisega teenuste pakkumine või osutamine;

c) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all;

[...]".

4 Direktiivi artikli 7 esialgne redaktsioon pealkirjaga „Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine" sätestas:

„1. Kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all ühenduse turule viinud kaubamärgi omanik või mis on seal turule viidud tema loaga.

[...]".

Kooskõlas Euroopa Majanduspiirkonna (edaspidi „EMP") lepingu artikli 65 lõikega 2 koostoimes selle lepingu XVII lisa punktiga 4 muudeti direktiivi esialgse redaktsiooni artikli 7 lõiget 1 selle lepingu tarvis ning väljend „ühenduse" asendati sõnadega „ühe osalisriigi territooriumi".

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

Taani kontserni IC-Companys kuuluv äriühing Peak Holding on kaubamärgi Peak Performance omanik. Õigus seda kaubamärki kasutada anti selle kontserniga seotud äriühingule Peak Performance Production AB (edaspidi „Peak Performance Production"). Nimetatud äriühing toodab ja müüb selle kaubamärgi all riideid ja aksessuaare Rootsis ja teistes riikides.

Põhikohtuasjas menetluse alguse ajal tegeles Rootsi õiguse alusel loodud äriühing Factory Outlet Rootsis kauplustes riiete ja teiste kaupade otsemüügiga, suures osas oli tegu kaubamärgitoodetega, mis saadi paralleelimpordi, taasimpordi teel või muul viisil väljaspool asjaomase kaubamärgi omaniku tavalisi levitamiskanaleid.

Factory Outlet turustas 2000. aasta lõpul ligi 25 000 esemest koosneva partii Peak Performance kaubamärgi riideid, olles enne ajakirjanduses avaldanud kuulutusi selle kohta, et neid kaupu müüakse poole hinnaga.

9 Need kaubad pärinesid Peak Performance Production'i 1996.–1998. aasta kollektsioonidest. Need toodeti väljaspool EMP-d selle äriühingu nimel. Need imporditi EMP-sse müügiks.

10 Factory Outlet'i sõnul olid need rõivad 1996.–1998. aastal müügil iseseisvatele edasimüüjatele kuuluvates kauplustes, samas kui Peak Holding'u sõnul olid need müügil Peak Performance Production'i poodides.

11 1999. aasta novembris ja detsembris moodustasid kõik partii riided osa lõpptarbijatele Kopenhaagenis (Taani) Base Camp'i ruumides müüdavatest rõivastest, kusjuures need ruumid andis kasutada Peak Performance Production'i sõsaräriühing Carli Gry Denmark A/S. Seega kujutas partii endast pärast allahindlusi müümata rõivaid.

12 Peak Performance Production müüs selle partii Prantsusmaal asutatud äriühingule COPAD International (edaspidi „COPAD"). Peak Holding'u sõnul nägi selle kohta sõlmitud leping ette, et seda partiid võis Euroopa riikidest müüa vaid Venemaal ja Sloveenias, v.a 5% kogu partiist, mida võis müüa Prantsusmaal. Factory Outlet vaidlustas sellise piirangu olemasolu ja väitis, et igal juhul ei olnud ta sellest piirangust partiid ostes teadlik.

13 Factory Outlet kinnitas, et ta oli partii omandanud Rootsi õiguse alusel asutatud äriühingult Truefit Sweden AB.

14 Vaidlust ei ole selles, et partii ei lahkunud kordagi EMP-st alates hetkest, kui see väljus Peak Performance Production'i laost kuni tarnimiseni Factory Outlet'ile Rootsis.

15 Väites, et Factory Outlet'i valitud turustusviisid, eriti reklaamid, rikkusid tema kaubamärgiõigusi, esitas Peak Holding 9. oktoobril 2000 hagi Lunds tingsrätt'ile (Rootsi). Ta taotles, et see kohus nõuaks Factory Outlet'ilt tekitatud kahju hüvitamist, keelaks viimasel turustada ning müüa asjaomase partii riideid ning muid kaupu ja määraks nende kaupade hävitamise.

16 Factory Outlet palus jätta hageja nõuded rahuldamata. Ta väitis, et Peak Holding oli vaidlusalused kaubad EMP-s turule lasknud nii, et viimasel ei olnud õigust keelata kaubamärgi kasutamist nende kaupade müümise ajal.

17 Factory Outlet väitis esiteks, et kaubad lasti turule seetõttu, et Peak Performance Production oli nad siseturule importinud ning tollimaksu maksnud sooviga need kaubad ühenduses müüa. Ta väitis teiseks, et kaubad lasti turule seetõttu, et iseseisvad edasimüüjad pakkusid neid müügiks. Ta väitis kolmandaks, et kaubad lasti turule seetõttu, et Peak Performance Production turustas neid nii oma kauplustes kui ka Base Camp'i kaupluses, ja et neis tingimustes pakuti neid tarbijatele. Factory Outlet kinnitas neljandaks, et igal juhul lasti need kaubad turule seetõttu, et neid müüdi COPAD-is, sõltumata sellest, kas see toimus siseturul edasimüügi piiranguga või ilma selleta.

18 Peak Holding vaidles vastu sellele, et kaubad lasti turule kaubamärgi omaniku poolt või tema nõusolekul. Tema sõnul, isegi kui oleks tegu olnud kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumisega seetõttu, et kaupu pakuti Base Camp'i kaupluses

müügiks, katkestati see ammendumine ning kaubamärgiõigus taastati pärast kaupade tagastamist ladudesse.

19 Tingsrätt jättis taotluse rahuldamata, leides, et kaubad olid tegelikult turule viidud seetõttu, et nad tehti tarbijatele kättesaadavaks Base Camp'i kaupluses ja et kaubamärgiga antud õigust ei saanud pärast seda sündmust enam taastada.

20 Peak Holding esitas tingsrätt'i otsuse peale apellatsioonkaebuse eelotsuse küsimused esitanud kohtusse.

21 Leides, et Peak Holding'u ja Axolin-Elinor'i vahelise vaidluse lahendamisel on vaja tõlgendada direktiivi artikli 7 lõikes 1 esinevat väljendit „on [...] turule viinud", otsustas Hovrätten över Skåne och Blekinge kohtumenetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas kaubad võib lugeda turule viiduks asjaolu tõttu, et kaubamärgiõiguse omanik:

a) importis nad tollimaksu tasudes ühisturule eesmärgiga need sellel turul müüa?

b) pakkus neid müügiks nii oma kauplustes kui ka seotud äriühingu kaupluses, ilma et seal oleks müük toimunud?

2. Juhul kui kaubad viidi turule ühel kahest eespool kirjeldatud viisil ja kui kaubamärgiõigus seetõttu ammendus, ilma et kaupade müük oleks toimunud, siis kas kaubamärgiõiguse omanik võib katkestada selle ammendumise, pannes kaubad lattu?

3. Kas kaubad tuleb lugeda turule viiduks asjaolu tõttu, et kaubamärgi omanik müüs need teisele äriühingule siseturul, kui müügi ajal oli kaubamärgi omanik esitanud tingimuse, et neid kaupu ühisturul edasi ei müüda?

4. Kas asjaolu, et kaubamärgiõiguse omanik lubas partii, kuhu kaubad kuulusid, üleandmise ajal selle omandajal müüa väikese osa kaupadest ühisturul, täpsustamata nimelt, milliseid kaupu selle loaga silmas peeti, mõjutab vastust kolmandale küsimusele?"

Eelotsuse küsimused

Esimene küsimus

Põhikohtuasja asjaolusid silmas pidades soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus oma esimese küsimusega sisuliselt teada seda, kas direktiivi artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärki kandvad tooted loetakse turule viiduks EMP-s, kui kaubamärgi omanik on nad EMP-sse importinud eesmärgiga neid seal müüa või on neid tarbijatele EMP-s müügiks pakkunud nii oma kauplustes kui ka seotud äriühingu kaupluses, ilma et neid oleks õnnestunud müüa.

Euroopa Kohtule esitatud märkused

23 Peak Holding ja komisjon leiavad, et kaubamärgist tulenevad õigused ammenduvad vaid kauba müümisel EMP-s kaubamärgi omaniku poolt või tema nõusolekul. Õigused ei ammendu esimeses eelotsuse küsimuses kirjeldatud tingimustel.

24 Axolin-Elinor väidab, et kaubamärgist tulenevad õigused ammenduvad ainüüksi kauba importimise, tollivormistuse ja ladustamisega EMP-s eesmärgiga seda müüa. Teise võimalusena väidab ta, et kaubamärgist tulenev õigus ammendub, kui selle omanik pakub kauba tarbijatele müügiks, isegi kui müüki tegelikult ei toimu.

25 Rootsi valitsus leiab, et direktiivi erinevaid keeleversioone tuleb mõista nii, et nad nõuavad kaubamärgi omanikult mingi turule suunatud meetme võtmist, et kaupa saaks lugeda turule viiduks.

26 Toodet ei saa seega lugeda EMP-s turule viiduks ainüüksi seetõttu, et omanik selle importis, vormistas tollis ja ladustas EMP-s, kuna ükski nendest meetmetest ei olnud suunatud turule.

27 Ammendumine tekib kõige hiljem siis, kui kaubamärgiõiguse omanik või keegi, kes on omandanud õiguse kaubamärki kasutada, pakub kaupa EMP-s tarbijatele müügiks.

28 Ammendumist ei toimu seevastu siis, kui kaubamärgi omanik pakub oma tooteid EMP-s edasimüüjatele, kuna müügipakkumine puudutab sageli vaid teatavat kogust asjaomaseid tooteid. Viimasel juhul on võimatu määratleda need tooted, mille puhul õigus on ammendunud. Muu hulgas ei saa pakkumist, millele üleandmist ei järgnenud, lugeda piisavalt lõplikuks käsutusseandmiseks omaniku poolt.

29 Ammendumine toimuks seega edasimüüjale tegelikul üleandmisel, tingimusel et tegemist on turule suunatud meetmega. Samasse kontserni kuuluvate äriühingute vahelist üleandmist tuleb lugeda sisemeetmeks, mis ei too kaasa õiguse ammendumist.

Euroopa Kohtu vastus

30 Tuleb meenutada, et direktiivi artiklite 5–7 eesmärk on täielikult ühtlustada kaubamärgiga kaasnevaid õigusi puudutavad õigusnormid ning nad määratlevad seega kaubamärkide omanike õigused ühenduses (16. juuli 1998. aasta otsus kohtuasjas C-355/96: Silhouette International Schmied, EKL 1998, lk I-4799, punktid 25 ja 29, ning 20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99–C-416/99: Zino Davidoff ja Levi Strauss, EKL 2001, lk I-8691, punkt 39).

31 Direktiivi artikli 7 lõikes 1 kasutatud mõiste „on [EMP-s] turule viinud" kujutab endast määravat asjaolu selle direktiivi artiklis 5 toodud kaubamärgi omaniku ainuõiguse lõppemisel (vt 8. aprilli 2003. aasta otsus kohtuasjas C-244/00: Van Doren + Q, EKL 2003, lk I-3051, punkt 34).

32 Seetõttu tuleb seda mõistet ühenduse õiguskorras ühetaoliselt tõlgendada (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Zino Davidoff ja Levi Strauss, punktid 41–43).

33 Direktiivi artikli 7 lõike 1 sõnastusest üksi ei piisa, et määratleda, kas kaubamärgi omaniku poolt EMP-sse imporditud või seal müügiks pakutud tooted „on [EMP-s] turule viidud" selle sätte tähenduses. Seetõttu tuleb asjaomase sätte tõlgendust otsida direktiivi ülesehituse ja eesmärkide abil.

34 Direktiivi artikliga 5 antakse kaubamärgi omanikule ainuõigus, mille alusel ta võib keelata kõigil kolmandatel isikutel eelkõige kaubamärgiga kaupade importimise, nende pakkumise, turuleviimise või ladustamise nimetatud otstarbel. Artikli 7 lõikes 1 on ette nähtud erand sellest reeglist, sätestades, et kaubamärgist tulenev õigus ammendub, kui kaubad on EMP-s turule viidud kaubamärgi omaniku poolt või tema loal (vt eespool viidatud kohtuotsused Zino Davidoff ja Levi Strauss, punkt 40 ning Van Doren + Q, punkt 33).

35 Euroopa Kohus on sedastanud, et direktiiviga soovitakse eelkõige tagada omanikule ainuõigus kasutada kaubamärki seda kandvate kaupade esmakordsel turuleviimisel (vt eelkõige 11. juuli 1996. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-427/93, C-429/93 ja C-436/93: Bristol-Myers Squibb jt, EKL 1996, lk I-3457, punktid 31, 40 ja 44).

36 Ta on ka märkinud, et täpsustades, et turuleviimine väljaspool EMP-d ei ammenda kaubamärgi omaniku õigust vastustada nende toodete importi ilma tema nõusolekuta, on ühenduse seadusandja seega võimaldanud omanikul kontrollida kaubamärgiga kaupade esmakordset turuleviimist EMP-s (vt 1. juuli 1999. aasta otsus kohtuasjas C-173/98: Sebago ja Maison Dubois, EKL 1999, lk I-4103, punkt 21; eespool viidatud kohtuotsused Zino Davidoff ja Levi Strauss, punkt 33, ja Van Doren + Q, punkt 26).

37 Veel on ta rõhutanud, et direktiivi artikli 7 lõike 1 eesmärk on võimaldada kaubamärgiga toote hilisemat turuleviimist, ilma et kaubamärgi omanik võiks seda vastustada (vt 23. veebruari 1999. aasta otsus kohtuasjas C-63/97: BMW, EKL 1999, lk I-905, punkt 57, ning eespool viidatud kohtuotsus Sebago ja Maison Dubois, punkt 20).

38 Lõpuks on Euroopa Kohus leidnud, et selleks, et kaubamärk saaks täita oma põhifunktsiooni moonutusteta konkurentsi süsteemis, mille loomine on EÜ asutamislepingu eesmärk, peab kaubamärk tagama, et kõik selle kaubamärgiga tähistatud kaubad või teenused on toodetud või tarnitud üheainsa ettevõtja kontrolli all, kes on vastutav nende kvaliteedi eest (vt nimelt 18. juuni 2002. aasta otsus kohtuasjas C-299/99: Philips, EKL 2002, lk I-5475, punkt 30).

39 Käesolevas asjas ei ole vaidlust selles, et kui omanik müüb oma kaubamärgiga tooteid kolmandale isikule EMP siseselt, viib omanik need tooted turule direktiivi artikli 7 lõike 1 tähenduses.

40 Müük, mis võimaldab omanikul oma kaubamärgi majanduslikku väärtust realiseerida, ammendab direktiiviga antud ainuõigused, eriti õiguse keelata kolmandal kaupu omandaval isikul neid edasi müüa.

41 Seevastu kui omanik impordib oma tooted eesmärgiga neid EMP-s müüa või pakub neid EMP-s müügiks, ei vii ta neid turule direktiivi artikli 7 lõike 1 tähenduses.

42 Need teod ei anna kolmandatele isikutele õigust käsutada kaubamärgiga tähistatud kaupu. Need ei võimalda kaubamärgi omanikul kaubamärgi majanduslikku väärtust realiseerida. Isegi pärast nende tegude sooritamist säilib omanikul õigus säilitada kaubamärgiga tähistatud kaupade üle täielik kontroll, et tagada nende kvaliteet.

43 Veel tuleb märkida, et direktiivi artikli 5 lõike 3 punktid b ja c omaniku ainuõiguse sisu kohta eristavad kaupade pakkumist, nende turuleviimist, ladustamist nimetatud otstarbel ja importimist. Seetõttu kinnitab selle sätte sõnastus samuti, et toodete importimist või müügiks pakkumist EMP-s ei saa samastada nende turuleviimisega.

44 Seega tuleb esimesele küsimusele vastata, et direktiivi artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärki kandvaid tooteid ei loeta EMP-s turule viiduks siis, kui kaubamärgi omanik on nad EMP-sse importinud eesmärgiga neid seal müüa või on neid tarbijatele EMP-s müügiks pakkunud nii oma kauplustes kui ka seotud äriühingu kaupluses, ilma et neid oleks õnnestunud müüa.

Teine küsimus

45 Teine küsimus on esitatud vaid juhuks, kui vastus esimesele küsimusele on jaatav.

46 Seega ei ole vaja sellele küsimusele vastata.

Kolmas küsimus

Kolmanda küsimusega pärib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt, kas sellises olukorras nagu põhikohtuasjas välistab kaubamärgi omaniku ja EMP-s asuva äriühingu vahel sõlmitud müügilepingus sisalduv tingimus, millega keelatakse kaupade edasimüük EMP-s, turuleviimise EMP-s direktiivi artikli 7 lõike 1 tähenduses ja takistab seega omaniku ainuõiguse ammendumist olukorras, kus seda sätet rikkudes on toimunud edasimüük EMP-s.

Euroopa Kohtule esitatud märkused

Peak Holding rõhutab, et direktiivi artikli 7 lõikes 1 sätestatud ammendumine eeldab kaubamärgi omaniku poolset või tema loaga turuleviimist. Ammendumine nõuaks seega mõlemal juhul omaniku nõusolekut. Ammendumine ei esineks olukorras, kus kaubamärgi omanik müüb kauba ja esitab tingimuse, et ta säilitab oma õigused kaubamärgile. Olukorras, kus sellest tingimusest ei peeta kinni, ei toimu kauba turuleviimist omaniku nõusolekul ning õigused ei ammendu.

Axolin-Elinor, Rootsi valitsus ja komisjon leiavad, et selline tingimus, nagu kolmandas küsimuses märgitud, ei takista ammendumist, mis toimub seaduse alusel. Sellist tingimust ei saa kolmandatele isikutele kehtestada. Edasimüügi keelu tingimuse järgimata jätmine kujutab endast lepingu rikkumist, mitte aga intellektuaalomandi rikkumist. Ammendumise õiguslik tagajärg ei ole seega lepingupoolte võimuses, olenemata lepingu tagajärgedest nende kohustustele. Erinev tõlgendus oleks vastuolus direktiivi artikli 7 lõike 1 eesmärgiga.

Euroopa Kohtu vastus

50 Direktiivi artikli 7 lõige 1 seab ühenduse õiguse järgse ammendumise eeltingimuseks kaubamärgi omaniku poolt EMP-s turuleviimise või omaniku loal kolmanda isiku poolt EMP-s turuleviimise.

51 Esimese küsimuse vastusest ilmneb, et sellises olukorras nagu põhikohtuasjas eeldab EMP-s turuleviimine omaniku poolt toodete müümist EMP-s.

52 Sellise müügi korral ei alluta direktiivi artikli 7 lõige 1 muu hulgas kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist omaniku loale tooteid hiljem EMP-s turustada.

53 Õigused ammenduvad ainuüksi omaniku poolt nende EMP-s turuleviimise tõttu.

54 EMP-s esmakordset turuleviimist reguleerivas müügilepingus sisalduv võimalik tingimus territoriaalsete piirangute kohta toodete edasimüügil puudutab vaid selle lepingu poolte vahelisi suhteid.

55 Sellega ei saa takistada direktiivis sätestatud ammendumist.

56 Seega tuleb kolmandale küsimusele vastata, et sellises olukorras nagu põhikohtuasjas ei välista kaubamärgi omaniku ja EMP-s asuva äriühingu vahel sõlmitud müügilepingus sisalduv tingimus, millega keelatakse kaupade edasimüük selles piirkonnas, turuleviimist EMP-s direktiivi artikli 7 lõike 1 tähenduses ega takista seega omaniku ainuõiguse ammendumist olukorras, kus seda sätet rikkudes on toimunud edasimüük EMP-s.

Neljas küsimus

57 Neljas küsimus eeldab, et kolmandale küsimusele oleks vastatud, et selles märgitud tingimus välistab turuleviimise EMP-s seal toimuva edasimüügi korral, rikkudes kokkulepitud territoriaalset piirangut.

58 Seega ei ole vaja sellele küsimusele vastata.

Kohtukulud

59 Euroopa Kohtule märkusi esitanud Rootsi valitsuse ja komisjoni kohtukulusid ei hüvitata. Et põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (suurkoda) otsustab:

1. **Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta, muudetud 2. mai 1992. aasta Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga, artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärki kandvaid tooteid ei loeta Euroopa Majanduspiirkonnas turule viiduks siis, kui kaubamärgi omanik on nad Euroopa Majanduspiirkonda importinud eesmärgiga neid seal müüa või on neid tarbijatele Euroopa Majanduspiirkonnas müügiks pakkunud nii oma kauplustes kui ka seotud äriühingu kaupluses, ilma et neid oleks õnnestunud müüa.**

2. **Sellises olukorras nagu põhikohtuasjas ei välista kaubamärgi omaniku ja Euroopa Majanduspiirkonnas asuva äriühingu vahel sõlmitud müügilepingus sisalduv tingimus, millega keelatakse kaupade edasimüük selles piirkonnas, turuleviimist Euroopa Majanduspiirkonnas direktiivi 89/104, muudetud Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga, artikli 7 lõike 1 tähenduses ega takista seega omaniku ainuõiguse ammendumist olukorras, kus seda sätet rikkudes on toimunud edasimüük Euroopa Majanduspiirkonnas.**

Allkirjad