

Sag C-133/20

Anmodning om præjudiciel afgørelse

Dato for indlevering:

11. marts 2020

Forelæggende ret:

Hoge Raad der Nederlanden (Nederlandenes øverste domstol),
Nederlandene)

Afgørelse af:

6. marts 2020

Kassationsappellant:

European Pallet Association eV

Kassationsindstævnte:

PHZ BV

[Udelades]

HOGE RAAD DER NEDERLANDEN

CIVILAFDELINGEN

[udelades]

Dato 6. marts 2020

DOM

i sagen,

den juridiske person efter tysk ret EUROPEAN PALLET ASSOCIATION E.V.,
Münster, Tyskland,

KASSATIONSAPPELLANT,

herefter EPAL,

[udelades]

mod

PHZ B.V.,

Zoetermeer,

KASSATIONSINDSTÆVNTE,

herefter PHZ,

[udelades] [Org. s. 2]

1. Sagens videre forløb i kassationsinstansen

1.1 [Udelades]

1.2 [Udelades] [den nationale procedures forløb]

2. Udgangspunkter og faktiske omstændigheder

2.1 I kassationsinstansen kan følgende lægges til grund.

- (i) EPAL er indehaver af det registrerede EU-varemærkeregistreringen for ord/billedmærket EPAL med registreringsnummer 472415, registreret den 22. december 1998 for blandt andet »genanvendelige paller« (Re-useable palettes), (klasse 6 og 20). Mærket er designet som fællesmærke.
- (ii) Der findes et privatretligt system til standardisering af de såkaldte EUR/EPAL-paller (herefter også EPAL-systemet). Dette system indebærer, at pallerne (herefter »europallerne«) også efter reparation skal opfylde visse normer og specifikationer. I henhold til dette system er produktion og reparation af europaller og handel hermed forbeholdt virksomheder, der har fået en af EPAL meddelt brugsret (licenshaverne).
- (iii) EPAL administrerer og kontrollerer europallernes kvalitet. Pallerne har fået brændemærket mærkerne EUR og/eller EPAL på soklen og bringes således i omsætning. EPAL har som målsætning at skabe og vedligeholde et globalt åbent poolsystem, hvor pallerens kvalitet og egenskaber er konstant, således at pallerne altid kan udskiftes med hinanden. EPAL søger også at forhindre forfalskning af pallerne.

- (iv) PHZ har ikke en sådan brugsret som omhandlet ovenfor i (ii). Dette selskab havde i 2014 repareret og fortsat markedsført europaller, der var forsynet med EPAL-mærket.

2.2.1 I denne sag har EPAL, for så vidt som det stadig har betydning i kassationsinstansen, nedlagt følgende påstande:

- det kendes for ret, at PHZ har gjort sig skyldig i varemærkekrænkelser henholdsvis handlet ulovligt ved at reparere og fortsat markedsføre reparerede paller, som oprindeligt var bragt omsætning med EPAL-varemærket

- det pålægges PHZ under bødesanktion at ophøre med at reparere og fortsat markedsføre paller forsynet med EPAL-varemærket

EPAL har herved kort sagt gjort gældende, at PHZ ikke alene har repareret men også fortsat markedsført europaller, der var påført EPAL-varemærket. **[Org. s. 3]**

2.2.2 Førsteinstansen, rechtbank, gav EPAL medhold for så vidt angår PHZ's fortsatte markedsføring af europallerne, men frifandt PHZ for den del af påstanden, der kun vedrørte reparationen af europallerne ¹.

2.2.3 Andeninstansen, Gerechthof, stadfæstede rechtbanks dom, for så vidt som det blev pålagt PHZ under bødesanktion straks fra dommens forkyndelse at ophøre med og undlade fortsat markedsføring af paller forsynet med EPAL-varemærket og repareret af PHZ, hvorved reparationerne består af ændringer i pallerens tilstand, som ikke er af helt sekundær betydning, som omhandlet i Benelux-domstolens »Valeo«-dom. Herudover ophævede Gerechthof rechtbanks dom og frifandt PHZ for EPAL's øvrige krav ². Herved anførte Gerechthof, for så vidt det har betydning i kassationsinstansen, følgende.

Der rejses ikke indsigelser mod det af rechtbank udstedte forbud, for så vidt det vedrører markedsføring af de paller, som PHZ selv har repareret, og hvorved reparationerne består af »ændringer i pallerens tilstand, som ikke er af helt sekundær betydning« som omhandlet i Benelux-domstolens »Valeo«-dom (præmis 3.2)

De europaller, som omhandles i denne sag, er markedsført af varemærkeindehaveren selv eller med dennes samtykke. I henhold til artikel 13 i Rådets forordning nr. 207/2009 af 26. februar 2009, der stadig finder anvendelse, kan EPAL således kun forbyde fortsat markedsføring, hvis EPAL har rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring, især

¹ – [OMISSIS]

² – [OMISSIS]

hvis pallerens tilstand er ændret eller forringet, efter at de er markedsført. (præmis 3.6)

EPAL har i sit mundtlige indlæg ved Gerechtshof fremhævet, at det er den omstændighed, at pallerne er gået i stykker inden reparationen – og således ikke selve reparationen – der er ændringen som omhandlet i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009. EPAL betragter således ikke længere reparationen som en ændring af pallerens tilstand. Dette betyder, at påstanden om varemærkekrænkelse ikke kan følges på grund af ændringer som omhandlet i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009, da det hverken er fremgået eller gjort gældende, at PHZ har handlet med beskadigede paller. (præmis 4.2-4.3)

EPAL anfører, at der ikke desto mindre er tale om rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring som omhandlet i artikel 13 i forordning nr. 207/2009, da EPAL-varemærkets oprindelsesangivelsesfunktion henholdsvis kvalitetsgarantifunktion ikke længere er sikret, når en ikke-licenshaver udfører reparationer (præmis 4.4 og 4.7).

Varemærkeindehaveren kan modsætte sig fortsat markedsføring af varerne, hvor der er rimelig grund, og fortsat markedsføring vil krænke varemærket eller skade dets funktioner. (præmis 4.5)

Oprindelsesangivelsesfunktionen krænkes blandt andet, hvis varemærket i videresælgerens reklame bruges således, at der skabes det indtryk, at der er et kommercielt bånd mellem videresælgeren og varemærkeindehaveren (her EPAL og/eller EPAL's medlemmer), herunder især at videresælgerens selskab tilhører varemærkeindehaverens distributionsnet, eller at der findes et særligt bånd mellem de to virksomheder. PHZ fortsætter markedsføringen af de paller, som dette selskab har indkøbt. PHZ sælger således brugte varer, og aftagerne må antages at vide dette. PHZ anfører også dette på sin (org. s. 4] hjemmeside, hvor der er afbildet en europalle med EPAL-varemærket. Disse omstændigheder er ikke af en sådan art, at det kan siges, at de fremkalder det indtryk, at PHZ og EPAL/denne forenings medlemmer er økonomiske forbundne og endnu mindre, at PHZ's hjemmeside alvorligt skader mærkets omdømme. (præmis 4.9)

Fællesmærket EPAL's funktion er at garantere, at disse varer hidrører fra EPAL eller en af EPAL's licenshavere (og oprindelsen således er ægte), og indestå for kvaliteten fra den første markedsføring. Varemærkets funktion er ikke at garantere for kvaliteten derefter og heller ikke, at tredjemand ikke foretager reparationer. Det er ved hjælp af en fælleslicens således ikke muligt at gennemtvinge et krav om, at pallerne, efter at de er bragt i omsætning med varemærkeindehaverens samtykke, udelukkende repareres af varemærkeindehaverens medlemmer eller licenshavere i henhold til bestemte normer og således håndhæve kvaliteten efter den første markedsføring. I modsætning til det af EPAL anførte er

oprindelsesfunktionen ikke omtvistet i det tilfælde, hvor en ikke-licenshaver udfører reparationer, og europallernes konstante kvalitet derfor ikke kan garanteres ved fortsat markedsføring (præmis 4.10).

Af de ovenfor anførte grunde sker der heller ikke en krænkelse af kvalitetsgarantifunktionen og investeringsfunktionen. Hertil kommer også, at EPAL's standpunkt, hvorefter PHZ's reparationer ikke ændrer varens tilstand, medfører, at PHZ's fortsatte markedsføring af de paller, som PHZ har repareret, ikke krænker disse varemærkefunktioner, fordi pallerne (således) ikke er blevet ændret efter reparationen og således ikke kan anses for at have en ringere kvalitet end før og derfor ikke kan anses for at skade EPAL-varemærkets omdømme. (præmis 4.11)

EPAL's subsidiære anbringender, hvorefter enhver reparation, som foretages af en ikke-licenshaveren, er en ændring, som ikke er af helt sekundær betydning, er modstridende og savner på baggrund af det anførte relevans. (præmis 4.13)

Der er ikke rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring som omhandlet i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009, da ingen af EPAL-varemærkets funktioner krænkes eller kan krænkes af PHZ's fortsatte markedsføring (præmis 4.14). EPAL's varemærkeret er da også udtømt for så vidt angår de europaller, som det drejer sig om sagen. (præmiss 5.1)

EPAL har til støtte for sine påstande subsidiært anført, at der foreligger en skadegørende handling uden for kontraktforhold. EPAL har herved anført, at RHZ ved fortsat at markedsføre paller med EPAL-varemærket, som ikke opfylder normerne for EPAL-systemet, skader dette system. Hermed beror påstanden, der støttes på en skadegørende handling uden for kontraktforhold, i det væsentlige på det anbringende, at PHZ bruger EPAL-varemærket, hvorfor denne påstand må dele skæbne med de påstande, der støttes på varemærkeretten. (præmis 5.3)

3. Bedømmelse af kassationsanbringendet

3.1.1 Med anbringendets underdel 1 gør EPAL gældende, at sammenslutningen har rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring af pallerne, da deres tilstand er blevet ændret eller forringet.

Med underdel 1.1.1 og 1.1.2 gøres det gældende, at Gerechthof (i præmis 4.2) ikke har forstået, at EPAL har fremhævet af have rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring, nærmeret bestemt hensynet til EPAL-systemets vedligeholdelse og kontrollen til forhindring af, at det undergraves. Videre gøres det i disse underdele gældende, at Gerechthof ikke har forstået EPAL's anbringende om, at hver reparation, som PHZ (eller andre [org. s. 5] ikke-licenshavere) foretager, må betragtes som en ændring af ikke helt sekundær betydning. EPAL's argument, hvorefter

varens tilstand er ændret ved pallernes beskadigelse før reparationen, er uden betydning for den omstændighed, at hver reparation, som PHZ foretager, må betragtes som en ændring af ikke helt sekundær betydning.

I underdel 1.1.3 anfægtes præmis 4.3. i Gerechtshofs dom, og EPAL gør gældende, at (kort sagt) der også kan tales om en ændring, selv om varen ikke er i stykker.

I underdel 1.1.4 gøres det gældende, at Gerechtshof i præmis 4.3 ikke har forstået, at EPAL har gjort gældende, at PHZ's reparation af ødelagte paller ikke fjerner den ændring i tilstanden, der opstod ved pallens ødelæggelse.

I underdel 1.1.5 anføres (i præmis 4.13), at Gerechtshof ikke har forstået, at det af fast retspraksis følger, at subsidiære anbringender, der er gjort gældende af en part, ikke kan lades ude af betragtning, blot fordi de er i strid med partens principale anbringender.

3.1.2 I underdel 2 gøres det gældende, at Gerechtshof (i præmis 4.5) har lagt en forkert retsopfattelse til grund, for så vidt som Gerechtshof har godkendt det kriterium, at en varemærkeindehaver først kan modsætte sig fortsat markedsføring af varerne, når (i) der er rimelig grund hertil, og (ii) fortsat markedsføring kan skade varemærkets funktioner. Når varemærkeindehaveren har rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring af varerne, skader markedsføringen også varemærkets funktioner. Der er således ikke tale om to særskilte kriterier.

3.1.3 I underdel 3.1 gøres det først gældende, at Gerechtshof (i præmis 4.9) ikke har forstået, at personer, der markedsfører reparerede varer, ved markedsføringen i princippet skal gøre alt, hvad der med rimelighed er muligt, for at tydeliggøre, at der er tale om reparerede varer. Dernæst har Gerechtshof ikke forstået, at indtrykket af, at der findes et kommercielt bånd mellem PHZ på den ene side EPAL eller dennes medlemmer på den anden side, ikke alene kan fremkaldes af reklamen for de pågældende varer, men også af markedsføringen af varerne og ved brug af et mærke, der ligner eller svarer til varemærket. Herved kan det eksempelvis være relevant, om det ved etikettering kan undgås, at der opstår det forkerte indtryk, at der findes et kommercielt bånd mellem varemærkeindehaveren og tredjemanden. I underdelen henvises der i denne sammenhæng til Benelux-domstolens Valeo-dom,³ EU-Domstolens dom i sagen Viking Gas mod Kosan Gas⁴ og Hoge Raad's dom i sagen Kool mod Primagaz⁵.

³ – Benelux-domstolen 6.11.1992, [udelades] [sag A 89/1 og A 91/1].

⁴ – EU-Domstolens dom af 14.7.2011, sag C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

⁵ – Hoge Raad 5.1.2018, ECLI:NL:HR:2018:10.

3.1.4 I underdel 3.2 anfægtes Gerechthof's bedømmelse (præmis 4.10), hvorefter varemærket ikke har den funktion at indestå for kvaliteten efter den første markedsføring, at det heller ikke udgør nogen garanti for, at tredjemand ikke har foretaget reparationer, og at det via et fællesmærke ikke er muligt at gennemtvinge, at pallerne, efter at de med varemærkeindehaverens samtykke er bragt i omsætning, udelukkende reparerer af visse juridiske personer – varemærkeindehaverens medlemmer/licenshavere – i henhold til bestemte normer og på denne måde håndhæve kvaliteten efter den første markedsføring.

I underdel 3.2.1 gøres det gældende, at Gerechthof ikke har forstået, at det ved EPAL-varemærkets funktioner [org. s. 6] ikke alene drejer sig om kvaliteten ved den første markedsføring men netop også senere. Dette hænger sammen med varernes art, idet disse kan udskiftes med hinanden, kan bruges i lang tid og ofte belastes hårdt. Der må derfor stilles høje krav til produktion og reparation af pallerne, og brugerne må kunne stole på, at pallerne opfylder disse krav.

I underdel 3.2.2 gøres det gældende, at Gerechthof med det sidste punktum i præmis 4.10 ikke har forstået, at EPAL har gjort gældende, at det kun er fortsat markedsføring af paller, som PHZ har repareret, og som er forsynet med EPAL's mærke, der krænker EPAL's varemærke. EPAL har således fremhævet, at hvis PHZ selv vil reparere europaller men ikke vil tilslutte sig EPAL, må PHZ ændre og/eller overmale EPAL-mærkerne og herved gøre det klart for kunderne, at der er tale om reparerede paller. Det er muligt at ændre EPAL-fællesmærket uden at skade produktets brugbarhed eller tiltrækning.

I underdel 3.2.3 gøres det gældende, at Gerechthof (i præmis 4.10) ikke har forstået fællesmærkets art og det heraf følgende egenskaber. De regler, der er forbundet med fællesmærket EPAL, stiller krav til såvel EPAL's medlemmer som til disses brug af varemærket. Herved har fællesmærket EPAL i høj grad den funktion at stå inde for kvaliteten efter den første markedsføring. I underdel 3.2.4 gøres det gældende, at Gerechthof er gået ud fra en forkert retsopfattelse med hensyn til oprindelsesangivelsesfunktionen ved at godkende, at denne funktion alene kommer på tale i forbindelse med den første markedsføring men ikke derefter. I de tilfælde, der omhandles i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 drejer det sig jo pr. definition om fortsat markedsføring af varerne.

3.1.5 I underdel 4 bestrides Rechtbank's bedømmelse (i præmis 5.3), hvorefter EPAL's påstande, for så vidt de støttes på ansvar uden for kontraktforhold, i det væsentlig beror på det argument, at PHZ bruger EPAL-varemærket, og af denne grund må dele skæbne med de på varemærkeretten støttede krav. Ifølge underdel 4.1 har Gerechthof herved overset, at EPAL har anført, at PHZ ved reparationerne ikke overholder de herfor gældende strenge

kvalitetsnormer og specifikationer og unddrager sig de andre forpligtelser, som EPAL-medlemmer skal overholde, men markedsfører pallerne som europaller. Hermed profiterer PHZ af EPAL-systemet på bekostning af EPAL og dennes medlemmer, konkurrerer illoyalt med EPAL og undergraver herved EPAL-foreningen og dennes system. I underdelen gøres det gældende, at Gerechthof med urette ikke har undersøgt, om denne handlemåde er uretmæssig over for EPAL som indehaver af fællesmærket.

- 3.2.1 I alle anbringendets underdele, bortset fra underdel 4, gøres således klagepunkter gældende, der vedrører spørgsmålet, om EPAL i henhold til artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 (der stadig finder anvendelse i denne sag, nærmere bestemt forordningen fra 2009) under henvisning til sit fællesmærke kan modsætte sig, at PHZ, der hverken er medlem af EPAL eller har en EPAL-licens, markedsfører paller, som EPAL har bragt i omsætning under dette varemærke, for så vidt disse paller er blevet repareret af PHZ.
- 3.2.2 I henhold til artikel 13, stk. 2, i forbindelse med artikel 13, stk. 1, i forordning nr. 107/2009 kan EPAL kun modsætte sig denne markedsføring, såfremt EPAL har rimelig grund hertil, ifølge teksten [**Org. s. 7**] især i tilfælde, hvor varernes tilstand er ændret eller forringet, efter at de er markedsført.
- 3.2.3 EU-Domstolen har endnu ikke udtalt sig om det spørgsmål, om (og i bekræftende fald under hvilke omstændigheder) en ikke-licenshavers fortsatte markedsføring af reparerede mærkeprodukter kan være rimelig grund til, at varemærkeindehaveren kan modsætte sig fortsat markedsføring af varer under dette mærke.
- 3.2.4 Det første, der ved dette centrale spørgsmål må afgøres, er, om den af EU-Domstolen i forbindelse med fortolkningen af (særligt) artikel 5, stk. 1, litra a), i varemærkedirektiv 89/104 med henblik på beskyttelsens omfang introducerede »funktionsteori« – oprindelsesangivelsesfunktionen og kvalitetsangivelsesfunktionen« samt kommunikations-, investerings- eller reklamefunktionen ⁶ – også spiller en rolle ved anvendelsen af artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 og i bekræftende fald, om det herved drejer sig om fortolkningen af »rimelig grund« eller om et ekstra krav, der gælder, hvis varemærkeindehaveren med held vil modsætte sig fortsat markedsføring. Der opstår også det spørgsmål, om der altid kan tales om rimelig grund under omstændigheder, hvor en eller flere af disse funktioner skades eller kan skades ved fortsat markedsføring.
- 3.2.5 Man kan således tænke sig, at der med hensyn til varemærkeindehaverens mulighed for at modsætte sig fortsat markedsføring af reparerede varer må

⁶ – Se senest EU-Domstolens dom af 19.9.2013, sag C-661/11, ECLI:EU:C:2013:577 (Martin Y Paz mod Depuydt).

sondres alt efter, om (a) det drejer sig om produkter, ved hvis fremstilling der eksempelvis af sikkerhedsgrunde må stilles høje tekniske krav, eller (b) om det ved reparationen drejer sig om en ændring af varens tilstand, som eventuelt ikke er af helt sekundær betydning (således som det gjaldt i retspraksis ved Benelux-domstolen i henhold til den dagældende Benelux-lovgivning⁷). Dette vedrører således spørgsmålet om de pågældende vareres art eller om reparationen har betydning for spørgsmålet, om der foreligger en rimelig grund.

3.2.6 Herved opstår også det spørgsmål, om særlige omstændigheder som dem, der i den foreliggende sag er nævnt ovenfor i punkt 2.1 under (ii) og (iii) kan spille en rolle ved bedømmelsen af, om der foreligger rimelig grund.

3.2.7 I betragtning af afgørelsen i EU-Domstolens dom i Viking Gas mod Kosan Gas-sagen⁸ må det muligvis fastslås, at der er rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring, hvis varemærket bruges på en måde, der kan fremkalde det indtryk, at der er et økonomisk bånd mellem varemærkeindehaveren (eller dennes licenshavere) og den part, der fortsætter markedsføringen af varerne, nærmere bestemt det indtryk, at denne tilhører varemærkeindehaverens distributionsnet, eller at der består et særligt bånd mellem de to. På den anden side må det på grundlag af denne dom muligvis fastslås, at der ikke er nogen rimelig grund til at modsætte sig fortsat markedsføring, hvis det efter reparationen tydeliggøres, at reparationen ikke er foretaget af varemærkeindehaveren eller en af dennes licenshavere. Herved kan man forestille sig en etikettering af pallerne, eventuelt i forbindelse med en ændring af mærket. Muligvis har det her betydning, om [org. s. 8] mærket nemt kan ændres uden at skade pallens tekniske brugbarhed eller praktiske anvendelighed.

3.2.8 Da det i denne sag drejer sig om et fællesmærke, opstår dernæst det spørgsmål, om besvarelsen af de ovenstående spørgsmål helt eller delvist gælder for et fællesmærke. Herved har det betydning, at forordning nr. 207/2009 (nærmere bestemt versionen fra 2009) i modsætning til EU-varemærkeforordningen fra 2015 (2017/1001), ikke omtaler certificeringsmærket, således at forordning nr. 207/2009 måske skal fortolkes således, at fællesmærket – også i betragtning af den i artikel 67 i forordning nr. 207/2009 foreskrevne ordning – giver eller kan give en mere omfattende kvalitetsgaranti end den, der var gældende ved den første markedsføring (det vil sige varemærkeindehaverens eller et af dennes medlemmers markedsføring).

3.2.9 Da EU-Domstolen endnu ikke har afgjort alle disse retsspørgsmål og de er vigtige for afgørelsen af denne sag, skal Hoge Raad i så henseende

⁷ – Benelux-domstolen 6.11.1992, [udelades] [sag A 89/1 og A 91/1] (Automotive mod Valeo).

⁸ – EU-Domstolen 14.7.2011, sag C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

forelægge EU-Domstolen de nedenfor formulerede spørgsmål om fortolkning.

[Udelades] [sagen udsættes]

4. [Udelades]

[Udelades] [processuelle oplysninger]

5. Fortolkningsspørgsmål

1.

(a) Kræves det efter artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009, at fortsat markedsføring af de pågældende varemærkeprodukter skader eller kan skade en eller flere af de af varemærkets funktioner, der omhandles ovenfor i 3.2.4, for at varemærkeindehaveren med føje kan modsætte sig en sådan markedsføring?

(b) Såfremt spørgsmål 1(a) besvares bekræftende, er der da tale om et krav, det stilles ud over kravet om »rimelig grund«?

(c) Er det efter artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 altid tilstrækkeligt, at en eller flere af de af varemærkets funktioner, der omhandles i spørgsmål 1(a), skades, for at varemærkeindehaveren med føje kan modsætte sig fortsat markedsføring?

2.

(a) Kan det i almindelighed siges, at en varemærkeindehaver i henhold til artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 kan modsætte sig fortsat markedsføring af varer med den pågældendes mærke, såfremt disse varer er blevet repareret af andre end varemærkeindehaveren eller personer, som har fået dennes samtykke hertil?

(b) Såfremt spørgsmål 2(a) besvares benægtende, er spørgsmålet om der foreligger »rimelig grund« som omhandlet i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009, efter at tredjemand repareret varer, som er markedsført af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke, afhængig af [org. s. 9] varernes art eller arten af reparationen (som nærmere omtalt ovenfor i 3.2.5) eller af andre omstændigheder såsom sådanne særlige omstændigheder som dem, der i denne sag er nævnt ovenfor i 2.1. under (ii) og (iii)?

3.

(a) Er det udelukket, at varemærkeindehaveren som omhandlet i artikel 13, stk. 2, i forordning nr. 207/2009 kan modsætte sig fortsat markedsføring

af varer, repareret af tredjemand, såfremt varemærket bruges på en måde, der ikke kan fremkalde det indtryk, at der findes et økonomisk bånd mellem varemærkeindehaveren (eller dennes licenshavere) og den person, der fortsat markedsfører, eksempelvis såfremt det ved ændring af mærket og/eller supplerende etikettering af varerne efter reparationen gøres tydeligt, at reparationen ikke er foretaget af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke eller af en af dennes licenshavere?

(b) Har det herved betydning, om varemærket nemt kan ændres, uden at varernes tekniske brugbarhed eller praktiske anvendelighed skades?

4.

Har det for besvarelsen af de foregående spørgsmål nogen betydning, om der er tale om et fællesmærke omfattet af forordning nr.207/2009, og i bekræftende fald, i hvilken henseende?

6. Thi kendes for ret

[Udelades] [Høje Raad stiller de ovenfor nævnte spørgsmål og udsætter sagen]

[Udelades] [Afsluttende formulering] [**Org. s. 0**]

Underskrift

[Udelades]