

CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE F.G. JACOBS

presentate il 25 marzo 1999 *

1. Nella recente sentenza pronunciata nella causa *Silhouette*¹, la Corte ha ritenuto che norme nazionali che prevedano l'esaurimento del diritto conferito da un marchio d'impresa per prodotti messi in commercio al di fuori dello Spazio economico europeo (il «SEE») con detto marchio dal titolare o con il suo consenso sono incompatibili con l'art. 7, n. 1, della direttiva sui marchi d'impresa². Perciò, l'esaurimento del diritto conferito dal marchio d'impresa si realizza, *prima facie*³, soltanto attraverso l'immissione in commercio all'interno del SEE effettuata dal titolare del diritto di marchio o con il suo consenso: l'immissione in commercio di prodotti al di fuori del SEE effettuata dal titolare del diritto di marchio o con il suo consenso non esaurisce tale diritto. Di conseguenza, il diritto comunitario in materia di marchi riconosce un principio dell'«esaurimento all'interno del SEE», ma non un principio dell'«esaurimento internazionale».

2. La questione principale sollevata dalla Cour d'appel di Bruxelles, nella sua domanda di pronuncia pregiudiziale, è se si possa affermare che il titolare di un

marchio d'impresa ha consentito l'immissione in commercio all'interno del SEE di una partita di suoi prodotti importati da un paese esterno al SEE, per il fatto che egli abbia consentito l'immissione in commercio all'interno del SEE di altre partite di articoli identici o simili.

I fatti

3. La prima appellante, la *Sebago Inc.*, è una società costituita negli Stati Uniti d'America. Essa è titolare di due marchi d'impresa *Benelux* con la denominazione «*Docksides*» e di tre marchi d'impresa *Benelux* con la denominazione «*Sebago*». Tutti e cinque i marchi sono registrati, fra l'altro, per scarpe.

4. La seconda appellante, l'*Ancienne Maison Dubois et Fils SA*, è distributrice esclusiva per il *Benelux* delle scarpe *Sebago* e di altri articoli del settore della calzatura. Mi riferirò ad entrambe le appellanti usando il nome «*Sebago*».

5. La *Sebago* sostiene che la resistente, la *GB-Unic*, ha leso il suo diritto di marchio commercializzando prodotti all'interno della Comunità senza il suo consenso. La

* Lingua originale: l'inglese.

1 — Sentenza 16 luglio 1998, causa C-355/96, *Silhouette International Schmied* (Racc. pag. I-4799).

2 — Prima direttiva del Consiglio 21 dicembre 1988, 89/104/CEE, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa (GU 1989, L 40, pag. 1).

3 — Fatta salva la possibile disapplicazione del principio di esaurimento per «motivi legittimi» nel significato dell'art. 7, n. 2.

GB-Unic ha spiegato di aver acquistato 2 561 paia di scarpe «made in El Salvador» da una società di diritto belga, specializzata in importazioni parallele (e che, presumibilmente, aveva così importato le scarpe in questione da un paese esterno al SEE). Nel decimo numero dell'anno 1996 del suo opuscolo pubblicitario intitolato «La quinzaine Maxi-GB», la GB-Unic annunciava la vendita nei suoi ipermercati Maxi-GB di scarpe «Docksides Sebago», indicando i prezzi validi dal 29 maggio fino all'11 giugno 1996. La GB-Unic vendeva l'intera partita nell'estate del 1996.

6. La Sebago non contesta che le scarpe vendute dalla GB-Unic fossero prodotti autentici. Sostiene, tuttavia, che la GB-Unic non aveva alcun diritto di vendere tali scarpe all'interno della Comunità poiché essa non aveva dato alcun consenso alla vendita delle stesse. La Sebago si richiama all'art. 13, parte A, punto 8, della legge uniforme del Benelux sui marchi d'impresa, come modificata dal Protocollo del 2 dicembre 1992. L'art. 13, parte A, punto 8, è formulato in termini simili a quelli dell'art. 7, n. 1, della direttiva sui marchi d'impresa (in prosieguo: la «direttiva»), che è stato oggetto della pronuncia della Corte nella sentenza *Silhouette*, e che viene riportato al successivo paragrafo 14.

7. La Cour d'appel osserva che l'interpretazione data dalle parti all'art. 13, parte A, punto 8, differisce in due aspetti essenziali: in primo luogo, sulla questione se tale disposizione affermi il principio dell'esaurimento internazionale (tesi della GB-Unic) o solo il principio dell'esaurimento comunitario (tesi della Sebago); e, in secondo luogo, sulle condizioni in base alle quali il

consenso del titolare del marchio debba essere considerato acquisito.

8. Per quanto riguarda il secondo problema, la GB-Unic sostiene che, per soddisfare il requisito del consenso ai sensi dell'art. 13, parte A, punto 8, è sufficiente che prodotti simili recanti lo stesso marchio siano stati legittimamente immessi in commercio all'interno del SEE con il consenso del titolare del marchio. A sostegno di tale tesi cita due sentenze del Tribunal de commerce di Bruxelles⁴. La Sebago, d'altra parte, sostiene che il suo consenso deve essere ottenuto con riferimento a ogni lotto definito di prodotti, vale a dire per ogni partita di merce importata in un particolare momento da un particolare importatore. Così essa considera che il suo consenso potrebbe essere dato per acquisito soltanto se la GB-Unic dimostrasse, e non l'ha fatto, che ha acquistato le scarpe in questione da un venditore facente parte della rete di distribuzione creata dalla Sebago nella Comunità, o da un rivenditore che, pur non facendo parte di tale rete, abbia acquistato legittimamente tali scarpe all'interno della Comunità.

9. La GB-Unic ha inoltre sostenuto dinanzi al giudice nazionale che la Sebago non ha proibito al concessionario della licenza del Salvador di esportare i suoi prodotti nella Comunità, e che di conseguenza si deve desumere che la Sebago ha dato implicitamente il proprio consenso all'immissione di tali prodotti nella Comunità. A ogni modo, la Cour d'appel nega espressamente rile-

4 — Presidente del Tribunal de commerce di Bruxelles, 16 aprile 1997, non pubblicata, GTR Group/GB-Unic & Exmin Europe; Presidente del Tribunal de commerce di Bruxelles, 8 settembre 1997, non pubblicata, Texeuropean/Parimpex Belgium.

vanza a tale argomento per la ragione che non è stato provato che la Sebago abbia concesso una licenza per l'uso del proprio marchio d'impresa nel Salvador (e invero la Sebago contesta l'asserzione secondo la quale essa avrebbe effettivamente concesso tale licenza).

- se i prodotti sono stati acquistati in un paese della Comunità europea o del SEE dove sono stati immessi in vendita per la prima volta senza il consenso del titolare del marchio o del suo rappresentante;

oppure

10. La Cour d'appel di Bruxelles ha sottoposto alla Corte di giustizia le seguenti questioni pregiudiziali:

«Se si debba interpretare 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, nel senso che il diritto conferito dal marchio consente al suo titolare di opporsi all'uso del suo marchio per prodotti autentici che non sono stati immessi in commercio nell'ambito della Comunità economica europea (ampliata alla Norvegia, all'Islanda e al Liechtenstein, in forza dell'accordo 2 maggio 1992 che istituisce lo Spazio economico europeo), dal titolare o con il suo consenso:

- qualora prodotti contrassegnati dal marchio, identici ai prodotti autentici contrassegnati dallo stesso marchio, ma importati parallelamente, direttamente o indirettamente, da paesi esterni alla Comunità europea o allo Spazio economico europeo, siano o siano già stati messi in commercio all'interno della Comunità o del SEE, dal titolare del marchio o con il suo consenso;

oppure

- quando i prodotti contrassegnati dal marchio provengono direttamente da un paese esterno alla Comunità europea o allo Spazio economico europeo;

- qualora prodotti contrassegnati dal marchio, simili ai prodotti autentici contrassegnati dallo stesso marchio, ma importati parallelamente, direttamente o indirettamente, da paesi esterni alla Comunità europea o allo Spazio economico europeo, siano o siano già stati messi in commercio nell'ambito della Comunità o del SEE, dal titolare del marchio o con il suo consenso».

- quando i prodotti contrassegnati dal marchio provengono da un paese della Comunità europea o del SEE dove essi si trovano in transito senza il consenso del titolare del marchio o del suo rappresentante;

11. La GB-Unic, il governo francese e la Commissione hanno depositato osservazioni scritte. All'udienza erano rappresentate la Sebago, la GB-Unic e la Commissione.

La direttiva sui marchi d'impresa (...)

12. Le disposizioni della direttiva sui marchi d'impresa che assumono rilievo in questa causa sono gli artt. 5 e 7, rubricati, rispettivamente, «Diritti conferiti dal marchio d'impresa» ed «Esaurimento del diritto conferito dal marchio d'impresa».

3. Si può in particolare vietare, se le condizioni menzionate al paragrafo 1 e 2 sono soddisfatte:

a) di apporre il segno sui prodotti o sul loro condizionamento;

13. L'art. 5 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:

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

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

c) di importare o esportare prodotti contraddistinti dal segno;

b) un segno che, a motivo dell'identità o della somiglianza di detto segno col marchio di impresa e dell'identità o somiglianza dei prodotti o servizi contraddistinti dal marchio di impresa e dal segno, possa dare adito a un rischio di confusione per il pubblico, comportante anche un rischio di associazione tra il segno e il marchio di impresa.

d) di utilizzare il segno nella corrispondenza commerciale e nella pubblicità».

14. L'art. 7, tuttavia, limita i diritti conferiti ai sensi dell'art. 5 nei termini seguenti:

«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.

Parere

2. Il paragrafo 1 non si applica quando sussistono motivi legittimi perché il titolare si opponga all'ulteriore commercializzazione dei prodotti, in particolare quando lo stato dei prodotti è modificato o alterato dopo la loro immissione in commercio».

15. Nonostante l'art. 7, n. 1, si riferisca alla commercializzazione all'interno della Comunità, il principio dell'esaurimento dei diritti è stato esteso al SEE. La direttiva è uno degli atti legislativi che sono stati incorporati nel diritto del SEE dall'Accordo istitutivo dello stesso⁵, entrato in vigore il 1° gennaio 1994⁶. L'allegato XVII dell'Accordo modifica l'art. 7, n. 1, della direttiva «ai fini dell'accordo» in modo da riferirsi alla commercializzazione all'interno del SEE piuttosto che nella Comunità, sostituendo l'espressione «nella Comunità» con i termini «in una Parte contraente»⁷.

5 — GU 1994, L 1, pag. 3.

6 — Per il Liechtenstein, il 1° maggio 1995.

7 — Pag. 483. Inoltre, un protocollo dell'accordo, il protocollo n. 28 sulla proprietà intellettuale, contiene un articolo, il n. 2, rubricato «Esaurimento dei diritti». L'art. 2, n. 1, recita: «Nella misura in cui è contemplato da misure o dalla giurisprudenza comunitarie, le Parti contraenti provvedono a disciplinare l'esaurimento dei diritti di proprietà intellettuale conformemente al diritto comunitario. Fatti salvi i futuri sviluppi della giurisprudenza, la presente disposizione viene interpretata in conformità delle pertinenti sentenze pronunciate dalla Corte di giustizia delle Comunità europee prima della firma dell'accordo».

16. La questione oggetto di rinvio è strutturata in modo alquanto complesso. Due sembrano essere tuttavia i punti principali.

17. Il primo problema, ovvero se l'art. 7, n. 1, della direttiva contempli il principio dell'esaurimento internazionale dei diritti sul marchio d'impresa, è stato risolto, in data successiva alla pronuncia dell'ordinanza di rinvio, dalla sentenza resa dalla Corte nella causa *Silhouette*⁸. In quella causa, la Corte ha affermato che l'art. 7, n. 1, regola soltanto l'esaurimento all'interno del SEE, e che, qualora uno Stato membro intendesse prevedere l'esaurimento dei diritti sul marchio d'impresa in caso di commercializzazione al di fuori del SEE, ciò sarebbe contrario alla direttiva. Pertanto è evidente che si deve interpretare la legge del Benelux (che, va ricordato, è formulata in termini simili a quelli dell'art. 7, n. 1, della direttiva) nel senso che essa regola soltanto l'esaurimento all'interno del SEE. Perciò, anche se le scarpe fossero state messe in circolazione al di fuori del SEE con il consenso della Sebago, tale circostanza non sarebbe sufficiente ad impedire alla Sebago di esercitare i propri diritti di marchio in relazione ad esse all'interno del SEE.

18. Il punto chiave di questa causa è dunque il secondo problema discusso dalle parti: se il consenso del titolare del marchio alla commercializzazione, all'interno del SEE, di una partita di un certo tipo di

8 — Causa C-355/96, citata nella nota 1.

prodotti recanti il suo marchio provochi l'esaurimento del suo diritto ad opporsi alla commercializzazione all'interno del SEE di altre partite di suoi prodotti identici (o simili) recanti lo stesso marchio⁹; in altri termini, se al riferimento contenuto nell'art. 7, n. 1, della direttiva al «consenso» alla commercializzazione di «prodotti» nel mercato comunitario possa essere attribuito il significato di consenso alla commercializzazione di un certo tipo di prodotti (vale a dire di una linea di prodotti), piuttosto che di ogni singola partita di un certo tipo di prodotti.

19. La Sebago, il governo francese e la Commissione sostengono che il consenso del titolare del marchio alla commercializzazione all'interno del SEE di una partita di prodotti non esaurisce i suoi diritti di marchio in relazione alla commercializzazione di altre partite dei suoi prodotti, anche se identici. La Gb-Unic sostiene la tesi contraria.

20. Giova considerare in primo luogo la natura del principio dell'esaurimento quando applicato in ambito puramente intracomunitario. Ai sensi del diritto comunitario, l'esercizio dei diritti di proprietà intellettuale può limitare la libera circolazione delle merci all'interno della Comunità, ma deve trovare una giustificazione ai sensi dell'art. 36 del Trattato CE. Dal momento che l'«uso» di un marchio è un concetto molto ampio¹⁰, molte e differenziate sono le operazioni riguardo alle merci

che possono costituire violazione dei diritti di marchio. Così, se non venissero imposte limitazioni all'esercizio dei diritti di marchio, i rivenditori che desiderassero vendere merci contrassegnate da marchio che hanno legittimamente acquisito potrebbero in teoria essere obbligati a ottenere il consenso del titolare del marchio per tali operazioni di rivendita e per qualsiasi ulteriore operazione riguardante le merci.

21. E' chiaro che il principio dell'esaurimento ai sensi del diritto comunitario riguarda il caso di successive operazioni relative a merci contrassegnate da marchio, poste in essere dopo che le stesse sono state messe «in circolazione»¹¹ all'interno del SEE dal titolare o con il suo consenso. Il titolare di un marchio che immetta sul mercato una singola partita di prodotti mette in circolazione soltanto quella specifica partita, non già, ovviamente, tutte le altre partite di prodotti identici (o simili) che rimangono nel suo magazzino, sulle quali conserva, pertanto, tutti i relativi diritti che può sfruttare per imporre condizioni di vendita al dettaglio.

22. E' vero che il principio dell'esaurimento è stato solitamente espresso in termini piuttosto generici, mediante il semplice richiamo all'esaurimento dei diritti di proprietà intellettuale in relazione a «prodotti» immessi sul mercato dal titolare del marchio o con il suo consenso. Tale enunciazione riflette l'art. 7, n. 1, della direttiva. Tuttavia, l'art. 7, n. 1, dovrebbe essere letto unitamente all'art. 7, n. 2, che contempla eccezioni al principio dell'esaurimento e che si riferisce all'«ulteriore commercializ-

9 — Tale questione avrebbe potuto essere sollevata nella sentenza 20 marzo 1997, causa C-352/95, *Phytheron International* (Racc. pag. I-1729), ma non lo fu per il modo in cui erano stati descritti i fatti nell'ordinanza di rinvio (v. i paragrafi 11 e 12 delle mie conclusioni in quella causa).

10 — V. art. 5, n. 3, della direttiva, citato al paragrafo 13.

11 — V., ad esempio, il punto 8 della sentenza 31 ottobre 1974, causa 16/74, *Centrafarm/Winthrop* (Racc. pag. 1183).

zazione» dei prodotti. L'espressione «commercialisation ultérieure» usata nel testo francese esprime, a mio avviso, anche più chiaramente di quanto fa l'espressione «further commercialisation», che incontriamo nella versione inglese, il concetto per cui il principio dell'esaurimento riguarda non *altre* vendite dello stesso tipo di prodotti, ma piuttosto operazioni successive su prodotti singoli dopo la prima vendita.

23. Inoltre, nella sentenza pronunciata nella causa Parfums Christian Dior¹², la Corte parla di esaurimento del «diritto di vendita»¹³, e nella versione francese della sentenza pronunciata nella causa BMW¹⁴ la Corte si riferisce all'art. 7 affermando che esso consente «la commercialisation ultérieure d'un exemplaire d'un produit revêtu d'une marque» (l'ulteriore commercializzazione di un esemplare di un prodotto contrassegnato da un marchio; il corsivo è mio)¹⁵.

24. Pertanto è ampiamente chiaro che, almeno per quanto riguarda il contesto puramente interno al SEE, il principio dell'esaurimento dei diritti di marchio ai sensi del diritto comunitario si riferisce a singoli prodotti o a singole partite di prodotti, e non a intere linee di prodotti.

25. Rivolgo ora la mia attenzione alla questione se il titolare del diritto di marchio abbia il diritto di impedire l'importazione

di una specifica partita di prodotti che è stata commercializzata, dallo stesso titolare o con il suo consenso, al di fuori del SEE¹⁶. La GB-Unic ammette che, ai sensi dell'art. 7, n. 1, il titolare del diritto di marchio ha esaurito il proprio diritto di impedire l'importazione di una specifica partita di prodotti se ha dato il proprio consenso alla sua commercializzazione *all'interno del SEE*. Tuttavia, essa sostiene che tale consenso è stato dato, ai sensi dell'art. 7, n. 1, quando il titolare del diritto di marchio ha consentito alla commercializzazione nel SEE di altre singole partite del prodotto in questione, poiché in tal modo il titolare avrebbe dato implicitamente il proprio consenso alla commercializzazione all'interno del SEE di tutta quella linea di prodotti.

26. La GB-Unic tenta di giustificare la propria tesi sostenendo che, in casi riguardanti la commercializzazione di prodotti autentici al di fuori del SEE, l'importazione di tali prodotti nel SEE non pregiudica la funzione propria del marchio consistente nell'indicazione dell'origine e della qualità del prodotto. Come ho osservato nelle mie conclusioni nella causa Silhouette, tali argomentazioni sono estremamente allettanti. Tuttavia, esse non bastarono, in tale causa, a contrastare la conclusione secondo la quale la direttiva impedisce agli Stati membri di sancire l'esaurimento internazionale. Tali argomentazioni non possono pertanto essere invocate ora per sovvertire di fatto quella sentenza, cosa che, come dimostrerò, sarebbe la conseguenza pratica dell'accoglimento dell'interpretazione dell'art. 7 proposta dalla GB-Unic.

12 — Sentenza 4 novembre 1997, causa C-337/95 (Racc. pag. I-6013).

13 — Punto 37 della sentenza.

14 — Sentenza 23 febbraio 1999, causa C-63/97 (Racc. pag. I-905).

15 — Al punto 37 della sentenza.

16 — Nella presente causa non è però chiaro nemmeno se vi sia stato il consenso alla commercializzazione al di fuori dello Spazio economico europeo: v. il precedente paragrafo 9.

27. Secondo la tesi della GB-Unic, l'art. 7, n. 1, consente al titolare del diritto di marchio di impedire le importazioni parallele da paesi terzi, a condizione che e finché egli stesso non abbia cominciato a commercializzare un prodotto identico (o simile) all'interno del SEE, ma non oltre. E' vero che possono esserci dei casi in cui tale diritto limitato conferisce un reale vantaggio al titolare del diritto di marchio, dal momento che la possibilità di selezionare i mercati appropriati e i tempi adatti per il lancio di un prodotto su un determinato mercato può costituire un vantaggio. Tuttavia, nella grande maggioranza dei casi in cui il titolare del diritto di marchio non stia già commercializzando il prodotto nel SEE, probabilmente o non avrà obiezioni alla commercializzazione del prodotto nel SEE, poiché questa non concorre con la sua attività commerciale, oppure avrà dei motivi legittimi ai sensi dell'art. 7, n. 2, per opporsi alla loro importazione, ad esempio perché, per qualche valida ragione, il prodotto in questione non risulta adatto al mercato del SEE. Così è improbabile che la questione dell'esaurimento internazionale diventi un punto di discussione, a meno che il titolare del diritto di marchio non stia già commercializzando prodotti identici (o simili) all'interno del SEE: è soltanto in questo caso che egli diventa sensibile alle importazioni «parallele».

28. Sostenendo che il consenso del titolare del diritto di marchio, una volta fornito per la commercializzazione di una singola partita di prodotti all'interno del SEE, debba considerarsi acquisito anche per la commercializzazione di altre partite identiche (o simili), si priverebbe la statuizione con cui la Corte ha limitato il principio dell'esaurimento all'ambito del SEE di gran parte dei suoi effetti pratici. In realtà verrebbe così imposta, nella maggior parte dei casi

concreti, una regola dell'esaurimento internazionale, dal momento che, in assenza di un motivo legittimo, dovrebbero essere consentite tutte le importazioni parallele verso il SEE.

29. Una siffatta limitazione all'effetto della direttiva come interpretata nella sentenza pronunciata dalla Corte nella causa *Silhouette* può apparire auspicabile, e senza dubbio sarebbe accolta con favore in molti ambienti. Tuttavia, come rilevato dalla Corte nella sentenza *Silhouette*, non è stato addotto dinanzi alla Corte alcun argomento a favore di una possibile interpretazione della direttiva nel senso che la stessa *imporrebbe* agli Stati membri una regola di esaurimento internazionale. La discussione è stata incentrata solo sul punto se la direttiva lasciasse la questione alla discrezionalità degli Stati membri. L'imposizione dell'esaurimento internazionale nel senso suggerito dalla GB-Unic non può essere facilmente desunta dalla lettera dell'art. 7, n. 1. Né sembra essere stata questa l'intenzione del legislatore comunitario¹⁷.

30. A mio avviso, non si può pretendere che la Corte stravolga la normativa per perseguire un obiettivo, anche se tale obiettivo dovesse essere ritenuto auspicabile. Se si dovesse constatare che la direttiva produce effetti inaccettabili, il rimedio corretto consisterebbe nel modificarla o, come rilevato dalla Corte nel punto 30 della sentenza nella causa *Silhouette*, nel concludere accordi internazionali per estendere il principio dell'esaurimento a prodotti immessi nel mercato in paesi terzi, come è stato fatto con l'Accordo SEE.

17 — V. i punti 18 e 19 della sentenza e i paragrafi 31 e 32 delle mie conclusioni presentate in tale causa.

31. Pertanto concludo che non si può ritenere acquisito il consenso della Sebago all'immissione sul mercato all'interno del SEE della specifica partita di prodotti in questione, per il fatto che l'interessata abbia dato il proprio consenso alla commercializzazione, all'interno del SEE, di altre partite di prodotti identici o simili. L'art. 7, n. 1, della direttiva deve dunque essere interpretato nel senso che al titolare

del diritto di marchio che abbia immesso sul mercato prodotti o abbia dato il proprio consenso all'immissione sul mercato degli stessi all'interno del SEE non è per questo preclusa la facoltà di esercitare i diritti spettantigli in quanto titolare del diritto di marchio per opporsi all'importazione nel SEE di altri prodotti identici o simili recanti il suo marchio.

Conclusioni

32. Pertanto ritengo che le questioni sollevate dalla Cour d'appel di Bruxelles vadano risolte come segue:

- «1) Una normativa nazionale che preveda l'esaurimento dei diritti di marchio riguardo a prodotti immessi sul mercato al di fuori del SEE con tale marchio dal titolare o con il suo consenso è incompatibile con 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 sullo Spazio economico europeo 2 maggio 1992.
- 2) L'art. 7, n. 1, della direttiva deve essere interpretato nel senso che al titolare del diritto di marchio che abbia immesso sul mercato prodotti o abbia dato il proprio consenso all'immissione sul mercato degli stessi all'interno del SEE non è per questo preclusa la facoltà di esercitare i diritti spettantigli in quanto titolare del diritto di marchio per opporsi all'importazione nel SEE di altri prodotti identici o simili recanti il suo marchio».