

FORSLAG TIL AFGØRELSE FRA GENERALADVOKAT
F. G. JACOBS

fremsat den 25. marts 1999 *

1. Domstolen fastslog senest i *Silhouette International Schmied-dommen*¹, at nationale regler, hvorefter der indtræder konsumtion af de rettigheder, der er knyttet til et varemærke, for varer, som af indehaveren selv eller med dennes samtykke er markedsført uden for Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (herefter »EØS«) under dette mærke, er i strid med varemærkedirektivets artikel 7, stk. 1². Dermed er det kun ved markedsføring inden for EØS, som foretages af varemærkeindehaveren selv eller med dennes samtykke, at der umiddelbart³ indtræder konsumtion af disse rettigheder. Den fællesskabsretlige varemærkeret anerkender således et princip om »konsumtion inden for EØS«, men ikke et princip om »global konsumtion«.

2. Det væsentligste spørgsmål, som Cour d'appel de Bruxelles har stillet i sin anmodning om præjudiciel afgørelse, er, om varemærkeindehaveren kan antages at have givet sit samtykke til markedsføringen inden for EØS af et parti af hans varer, der er indført fra et land uden for EØS, som

følge af, at han har givet sit samtykke til markedsføring inden for EØS af andre partier af identiske eller lignende varer.

Faktiske omstændigheder

3. Den ene sagsøger, Sebago Inc., er et selskab registreret i Amerikas Forenede Stater. Selskabet er indehaver af to Benelux-ordmærker for navnet »Docksides« og af tre Benelux-ordmærker for navnet »Sebago«. Alle fem varemærker er hovedsagelig registreret for sko.

4. Den anden sagsøger, Ancienne Maison Dubois et Fils SA, er eneforhandler for Benelux af Sebago's sko og andet fodtøj. I det følgende benævnes begge sagsøgerne under ét »Sebago«.

5. Sebago har gjort gældende, at det sagsøgte selskab, GB-Unic, har krænket Sebago's varemærkeret ved at markedsføre disse varer inden for Fællesskabet uden dets samtykke. GB-Unic har forklaret, at selskabet købte 2 561 par sko »made in

* Originalsprog: engelsk.

1 — Dom af 16.7.1998, sag C-355/96, *Silhouette International Schmied*, Sml. I, s. 4799.

2 — Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21.12.1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, EFT 1989 L 40, s. 1.

3 — Med forbehold af en eventuel tilsidesættelse af princippet om konsumtion »med skellig grund« i artikel 7, stk. 2's forstand.

Salvador« hos et belgisk selskab, der specielt driver virksomhed med parallelimport (og som derfor formentlig indførte de pågældende sko fra et land uden for EØS). I tiende udgave af sin reklamefolder for 1996 »La quinzaine Maxi-GB«, der angav priser med gyldighed fra den 29. maj til den 11. juni 1996, reklamerede GB-Unic for salg i selskabets Maxi-GB supermarkeder af sko af mærket »Docksides Sebago«. Selskabet solgte hele partiet i løbet af sommeren 1996.

6. Sebago bestrider ikke, at de af GB-Unic solgte sko var ægte varer. Sebago har dog anført, at selskabet ikke havde givet samtykke til salg af disse sko inden for Fællesskabet, og at GB-Unic derfor ikke havde ret til at sælge dem på Fællesskabets område. Sebago har herved påberåbt sig artikel 13 A, nr. 8, i Benelux-varemærkeloven, som ændret ved Benelux-protokollen af 2. december 1992. Artikel 13 A, nr. 8, har samme affattelse som artikel 7, stk. 1, i varemærkedirektivet (herefter »direktivet«), som var genstand for dommen i Silhouette International Schmied-sagen, og som vil blive gengivet nedenfor i punkt 14.

7. Cour d'appel de Bruxelles har i forelægelsesdommen anført, at parterne i hovedsagen fortolker artikel 13 A, nr. 8, i Benelux-varemærkeloven forskelligt på to væsentlige punkter. De er for det første uenige om, hvorvidt bestemmelsen knæsetter princippet om global konsumtion (GB-Unic's opfattelse) eller blot princippet om konsumtion inden for Fællesskabet (Sebago's opfattelse), og for det andet om, under hvilke omstændigheder det er muligt at

antage, at varemærkeindehaverens samtykke er givet.

8. GB-Unic har vedrørende det andet spørgsmål gjort gældende, at det er tilstrækkeligt til at opfylde betingelsen om samtykke i artikel 13 A, nr. 8, at lignende varer af samme mærke lovligt er blevet markedsført inden for Fællesskabet med varemærkeindehaverens samtykke. Til støtte herfor har selskabet påberåbt sig to domme afsagt af Tribunal de commerce de Bruxelles⁴. Sebago har heroverfor gjort gældende, at selskabets samtykke skal indhentes for hvert specielt vareparti, dvs. for ethvert parti, der på et bestemt tidspunkt er indført af en bestemt importør. Der kan derfor kun antages at foreligge samtykke fra Sebago's side, hvis GB-Unic kan godtgøre — hvilket det ikke har gjort — at de omhandlede sko er erhvervet hos en sælger, der tilhørte det af Sebago inden for Fællesskabet etablerede salgsnet, eller hos en forhandler uden for dette net, som dog havde erhvervet skoene lovligt inden for Fællesskabet.

9. GB-Unic har også for den nationale ret gjort gældende, at Sebago ikke havde forbudt sin licenstager i El Salvador at udføre sine varer til Fællesskabet, og at det derfor må antages, at Sebago stiltiende havde givet sit samtykke til markedsføring af de omhandlede varer inden for Fællesskabet. Cour d'appel de Bruxelles har imidlertid udtrykkeligt fastslået, at dette argument ikke er relevant, da det ikke er bevist,

⁴ — Prés. Com. Bxl, 16.4.1997, ikke offentliggjort, GTR Group/GB-Unic & Exmin Europe; Prés. Com. Bxl, 8.9.1997, ikke offentliggjort, Texeuropean/Parimpex Belgium.

at Sebago havde givet tilladelse til at anvende varemærket i El Salvador (Sebago afviser at have afsluttet en sådan kontrakt).

10. Cour d'appel de Bruxelles har forelagt Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»Skal artikel 7, stk. 1, i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker fortolkes således, at de rettigheder, der er knyttet til varemærket, giver indehaveren ret til at modsætte sig brugen af mærket for ægte varer, der ikke er markedsført inden for Det Europæiske Økonomiske Fællesskab (herunder Norge, Island og Liechtenstein i henhold til aftalen af 2.5.1992 om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde) af indehaveren eller med dennes samtykke,

— når de varer, som er forsynet med mærket, direkte hidrører fra et land uden for Det Europæiske Fællesskab eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde

— når de varer, som er forsynet med mærket, hidrører fra et land inden for Det Europæiske Fællesskab eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, hvor de uden samtykke fra varemærkeindehaveren eller dennes repræsentant befinder sig i transit

— såfremt varerne er erhvervet i et land inden for Det Europæiske Fællesskab eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, hvor de er blevet bragt i omsætning for første gang uden samtykke fra varemærkeindehaveren eller dennes repræsentant

— enten når varer forsynet med varemærket, der er identiske med ægte varer, der er forsynet med det samme varemærke, men som er indført ved parallelimport direkte eller indirekte fra lande uden for Det Europæiske Fællesskab eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, markedsføres eller allerede er blevet markedsført inden for Fællesskabet eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke

— eller når varer forsynet med varemærket, der ligner ægte varer, der er forsynet med det samme varemærke, men som er indført ved parallelimport direkte eller indirekte fra lande uden for Det Europæiske Fællesskab eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, markedsføres eller allerede er blevet markedsført inden for Fællesskabet eller Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke?»

11. GB-Unic, den franske regering og Kommissionen har indgivet skriftlige indlæg. Sebago, GB-Unic og Kommissionen var repræsenteret under retsmødet.

Varemærkedirektivet

...

12. De bestemmelser i varemærkedirektivet, som er relevante for den foreliggende sag, er artikel 5, der har overskriften »Rettigheder, der er knyttet til varemærket«, og artikel 7, der har overskriften »Konsumption af de rettigheder, der er knyttet til varemærket«.

3. Såfremt betingelserne i stk. 1 og 2 er opfyldt, kan det bl.a. forbydes

a) at anbringe tegnet på varerne eller på deres emballage

13. Artikel 5 bestemmer:

»1. Det registrerede varemærke giver indehaveren en eneret. Indehaveren kan forbyde tredjemand, der ikke har hans samtykke, at gøre erhvervsmæssig brug af:

b) at udbyde varerne til salg, at markedsføre dem eller oplagre dem med dette formål eller at tilbyde eller præstere tjenesteydelser under det pågældende tegn

c) at importere eller eksportere varerne under det pågældende tegn

a) et tegn, der er identisk med varemærket, for varer eller tjenesteydelser af samme art som dem, for hvilke varemærket er registreret

d) at anvende tegnet på forretningspapirer og i reklameøjemed.«

b) et tegn, der er identisk med eller ligner varemærket, når de varer eller tjenesteydelser, der er dækket af varemærket, er af samme eller lignende art som dem, der er dækket af det pågældende tegn, og der som følge heraf i offentlighedens bevidsthed er risiko for forveksling, herunder at der er en forbindelse med varemærket.

14. Direktivets artikel 7 begrænser de rettigheder, der er tildelt efter artikel 5. Artikel 7 har følgende ordlyd:

»1. De til varemærket knyttede rettigheder giver ikke indehaveren ret til at forbyde brugen af mærket for varer, som af inde-

haveren selv eller med dennes samtykke er markedsført inden for Fællesskabet under dette mærke.

Bedømmelse

2. Stk. 1 finder ikke anvendelse, såfremt skellig grund berettiger indehaveren til at modsætte sig fortsat markedsføring af varen, især i tilfælde, hvor disses tilstand er ændret eller forringet, efter at de er markedsført.«

15. Selv om varemærkedirektivets artikel 7, stk. 1, omhandler markedsføringen i Fællesskabet, er princippet om konsumption af rettigheder blevet udvidet til EØS. Direktivet er en af de retsakter, som er implementeret i EØS-retten ved EØS-aftalen⁵, som trådte i kraft den 1. januar 1994⁶. Ved bilag XVII til aftalen er direktivets artikel 7, stk. 1, blevet ændret »i forbindelse med aftalen«, således at der henvises til markedsføring i EØS i stedet for i Fællesskabet. Således er udtrykket »inden for Fællesskabet« blevet erstattet med ordene »inden for en kontraherende parts område«⁷.

16. Det forelagte spørgsmål er noget knudret formuleret. Det indeholder dog tilsyneladende to hovedproblemstillinger.

17. Det første hovedspørgsmål, nemlig om direktivets artikel 7, stk. 1, opstiller et princip om global konsumption af varemærkerettigheder, er blevet afgjort efter indgivelsen af forelæggelsesdommen, nærmere bestemt i Silhouette International Schmied-dommen⁸. Heri fastslog Domstolen, at direktivets artikel 7, stk. 1, kun foreskriver konsumption af varemærkerettigheder inden for EØS, og at det ville være i strid med direktivet, såfremt en medlemsstat traf bestemmelse om, at varemærkerettighederne blev udtømt på grundlag af markedsføring uden for EØS. Der er derfor klart, at Benelux-loven (der som bekendt er affattet i tilsvarende vendinger som direktivets artikel 7, stk. 1) skal fortolkes således, at den kun foreskriver konsumption inden for EØS. Selv om skoene således var blevet markedsført uden for EØS med Sebago's samtykke, ville dette ikke have været tilstrækkeligt til at forhindre Sebago i at udøve sine varemærkerettigheder til skoene inden for EØS.

5 — EFT 1994 L 1, s. 3.

6 — For Liechtensteins vedkommende den 1.5.1995.

7 — Jf. s. 483. Desuden indeholder protokol 28 om intellektuel ejendomsret, som er vedføjet som bilag til EØS-aftalen, en artikel 2 med overskriften »Konsumption af rettigheder«, som har følgende indhold: »I det omfang spørgsmålet om konsumption er gjort til genstand for regulering ved fællesskabsforanstaltninger eller -retspraksis, skal de kontraherende parter indføre samme ordning vedrørende konsumption af intellektuel ejendomsret som den, der gælder i henhold til fællesskabsretten. Denne bestemmelse skal med forbehold af senere retspraksis fortolkes i overensstemmelse med de principper, der kan udledes af relevante afgørelser afsagt af EF-Domstolen forud for tidspunktet for aftalens undertegnelse.«

18. Hovedspørgsmålet i den foreliggende sag vedrører således den anden problemstilling, som parterne er uenige om. Spørgsmålet er således, om varemærkeindehaverens samtykke til markedsføring af et parti

8 — Jf. sag C-355/96, omtalt ovenfor i fodnote 1.

af en bestemt type varer med dette varemærke inden for EØS indebærer, at han har udtømt sin ret til at gøre indsigelse mod markedsføringen inden for EØS af andre partier af sine identiske (eller lignende) varer af samme mærke⁹? Med andre ord er spørgsmålet, om henvisningen i direktivets artikel 7, stk. 1, til »samtykke« til markedsføring af varer inden for Fællesskabet kan læses som et samtykke til markedsføring af en bestemt type varer (dvs. et varesortiment) snarere end af hvert enkelt parti af en bestemt type varer?

19. Sebago, den franske regering og Kommissionen har gjort gældende, at varemærkeindehaverens samtykke til markedsføring af et vareparti inden for EØS ikke fører til konsumtion af hans varemærkerettigheder, for så vidt angår markedsføring af andre partier af hans varer, heller ikke selv om der er tale om identiske varer. GB-Unic har forfægtet det modsatte synspunkt.

20. I denne forbindelse skal der først tages stilling til karakteren af princippet om konsumtion, når det udelukkende anvendes inden for Fællesskabet. I henhold til fællesskabsretten kan udøvelsen af intellektuelle ejendomsrettigheder være til hinder for de frie varebevægelser, men den kan være begrundet i henhold til EF-traktatens artikel 36. Eftersom »anvendelsen« af et varemærke er et vidt begreb¹⁰, kan en lang række transaktioner, som vedrører varer,

udgøre tilsidesættelse af varemærkerettigheder. Såfremt der således ikke gjaldt nogen begrænsninger i udøvelsen af varemærkerettigheder, ville videreforhandlere, der ønsker at sælge mærkevarer, som de har erhvervet på lovlig vis, teoretisk set være forpligtet til at indhente varemærkeindehaverens samtykke forud for videreforhandlingen eller enhver anden handel med mærkevarerne.

21. Det er klart, at princippet om konsumtion i henhold til fællesskabsretten omfatter transaktioner med varer, som er beskyttet af et varemærke, efter at de er »bragt i omsætning«¹¹ inden for EØS af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke. Hvis varemærkeindehaveren markedsfører et bestemt parti varer, er det kun dette parti, der bringes i omsætning. Det er åbenbart, at han ikke dermed har bragt andre identiske (eller lignende) varepartier i omsætning, som befinder sig på hans lager, og at han således for de resterende varepartier bevarer alle sin rettigheder med henblik på at opstille betingelser for detailsalg.

22. Det er korrekt, at princippet om konsumtion i almindelighed er blevet formuleret i meget brede vendinger og blot med henvisning til konsumtionen af intellektuelle ejendomsrettigheder, for så vidt angår varer, som er bragt i omsætning af varemærkeindehaveren eller med dennes samtykke. Denne ordlyd genfindes i direktivets artikel 7, stk. 1. Imidlertid skal artikel 7, stk. 1, sammenholdes med artikel 7, stk. 2,

⁹ — Dette spørgsmål kunne have opstået i dommen af 20.3.1997, sag C-352/95, Phytheron International, Sml. I, s. 1729, havde det ikke været for den måde, hvorpå de faktiske omstændigheder var beskrevet i forelæggelsesdommen (jf. punkt 11 og 12 i mit forslag til afgørelse i sagen).

¹⁰ — Jf. direktivets artikel 5, stk. 3, som er gengivet ovenfor i punkt 13.

¹¹ — Jf. f.eks. dom af 31.10.1974, sag 16/74, Centrafarm, Sml. s. 1183, præmis 8.

som vedrører undtagelserne fra princippet om konsumtion, og som henviser til »fortsat markedsføring« af varerne. I den franske version anvendes udtrykket »commercialisation ultérieure«, som efter min opfattelse i højere grad end det engelske udtryk »further commercialisation« gør det klart, at princippet om konsumtion ikke vedrører anden forhandling af den samme type varer, men snarere senere transaktioner med individuelle varer efter det første salg.

23. Desuden brugte Domstolen i Christian Dior-dommen¹² udtrykket konsumtion af »retten til forhandling«¹³ og i den franske version af BMW-dommen¹⁴ udtalte Domstolen, at artikel 7 sikrede »la commercialisation ultérieure d'un exemplaire d'un produit revêtu d'une marque« (min fremhævelse)¹⁵.

24. På denne baggrund er det overordentlig klart, i det mindste inden for EØS, at fællesskabsrettens princip om konsumtion af varemærkerettigheder omfatter individuelle varer eller varepartier, og ikke hele varesortimenter.

25. Jeg vil nu gå over til spørgsmålet om, hvorvidt varemærkeindehaveren har ret til

at forhindre importen af et bestemt vareparti, som med eller uden hans samtykke er blevet markedsført uden for EØS¹⁶. GB-Unic har erkendt, at det følger af direktivets artikel 7, stk. 1, at varemærkeindehaveren kun har konsumeret sin ret til at forhindre indførslen af dette parti, såfremt han har givet samtykke til dets markedsføring *inden for EØS*. Selskabet har imidlertid gjort gældende, at der foreligger et sådant samtykke i artikel 7, stk. 1's forstand, når varemærkeindehaveren har givet samtykke til markedsføring inden for EØS af andre partier af den pågældende vare, idet han dermed stiltiende har givet samtykke til markedsføringen af hele varesortimentet inden for EØS.

26. GB-Unic har til støtte for sit synspunkt gjort gældende, at indførslen af sådanne varer i EØS — i sager om markedsføring af ægte varer uden for EØS — dog ikke berører varemærkets funktion, for så vidt som mærket angiver varens oprindelse og kvalitet. Som jeg anførte i mit forslag til afgørelse i Silhouette International Schmied-sagen, finder jeg sådanne argumenter særdeles tiltalende. Imidlertid var disse argumenter ikke tilstrækkelige til at afkræfte den konklusion, at direktivet forbyder medlemsstaterne at udøve global konsumtion af varemærkerettighederne. På den baggrund kan de ikke nu påberåbes til støtte for en ændring af retspraksis efter denne dom, hvilket — som jeg vil beskrive i det følgende — ville være den praktiske konsekvens af at tiltræde GB-Unic's fortolkning af artikel 7, stk. 1.

12 — Dom af 4.11.1997, sag C-337/95, Parfums Christian Dior, Sml. I, s. 6013.

13 — Dommens præmis 37.

14 — Dom af 23.2.1999, sag C-63/97, BMW, Sml. I, s. 905.

15 — Dommens præmis 57.

16 — Selv om det i den foreliggende sag er uklart, om der forelå et samtykke til markedsføring uden for EØS, jf. ovenfor i punkt 9.

27. Ifølge GB-Unic kan varemærkeindehaveren i henhold til direktivets artikel 7, stk. 1, forhindre parallelimport fra tredjelande, medmindre og indtil han selv har påbegyndt markedsføringen af en identisk (eller lignende) vare inden for EØS, men ikke efter dette tidspunkt. Ganske vist kan der forekomme situationer, hvor denne begrænsede ret giver varemærkeindehaveren en egentlig fordel, eftersom der kan være en fordel i at kunne udvælge de mest hensigtsmæssige markeder samt datoen for lancering af en vare på et bestemt marked. I langt de fleste situationer, hvor varemærkeindehaveren ikke allerede markedsfører varen inden for EØS, er det sandsynligt, at han enten ikke har indvendinger mod markedsføringen af varerne i dette område, idet disse ikke konkurrerer med hans egen markedsføring, eller at han har en »skellig grund« i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i direktivets artikel 7, stk. 2, til at modsætte sig disses indførelse, for eksempel fordi den pågældende vare er uegnet til EØS-markedet. Dermed vil spørgsmålet om global konsumtion næppe opstå, medmindre varemærkeindehaveren allerede markedsfører en identisk (eller lignende) vare inden for EØS. Det er på dette tidspunkt, han bliver berørt af parallelimporten.

28. Såfremt man lagde til grund, at varemærkeindehaveren — så snart han har givet sit samtykke til markedsføringen af et bestemt parti varer inden for EØS — måtte antages at have givet samtykke til markedsføring af andre identiske (eller lignende) varepartier, ville det indebære, at Domstolens begrænsning af princippet om konsumtion til konsumtion inden for EØS ville miste en væsentlig del af sin praktiske virkning. I praksis ville dette således næsten altid medføre, at reglen om global konsumtion ville finde anvendelse,

og i mangel af en skellig grund måtte enhver parallelimport til EØS nødvendigvis tillades.

29. En sådan begrænsning af virkningen af direktivet, i den fortolkning, som blev fastlagt i Silhouette International Schmieddommen, kunne være ønskelig og ville uden tvivl blive modtaget positivt i mange kredse. Som Domstolen imidlertid udtalte i denne dom, blev det ikke gjort gældende for Domstolen, at direktivet kunne fortolkes således, at det *indførte* en regel om global konsumtion. Diskussionen angik udelukkende spørgsmålet om, hvorvidt medlemsstaterne ved direktivet fik overdraget et skøn. Indførelsen af en regel om global konsumtion i den af GB-Unic foreslåede betydning kan ikke umiddelbart udledes af ordlyden af direktivets artikel 7, stk. 1. Dette kan heller ikke antages at have været fællesskabslovgivers hensigt¹⁷.

30. Efter min opfattelse kan det ikke forventes af Domstolen, at den bøjer lovgivningen med henblik på at nå den ene eller den anden målsætning, hvor ønskeligt dette end måtte være. Såfremt direktivet viser sig at have uacceptable virkninger, er den rette løsning at ændre det, eller som det anføres af Domstolen i præmis 30 i Silhouette International Schmieddommen, at indgå internationale aftaler på området med henblik på at udvide princippet om konsumtion til varer, der er markedsført i tredjelande, således som dette er sket i forbindelse med EØS-aftalen.

17 — Jf. dommens præmis 18 og 19 samt punkt 31 og 32 i mit forslag til afgørelse i nævnte sag.

31. På denne baggrund skal jeg konkludere, at Sebago ikke kan anses for at have givet samtykke til at bringe de pågældende varer i omsætning inden for EØS som følge af, at selskabet har givet samtykke til markedsføring af partier af identiske eller lignende varer inden for EØS. Dermed skal direktivets artikel 7, stk. 1, fortolkes således, at når en vare er blevet markedsført inden for EØS af en varemærkeindehaver eller med dennes samtykke, er han ikke dermed udelukket fra at udøve sine varemærkerettigheder med henblik på at gøre indsigelse over for indførslen til EØS af andre identiske eller lignende varer, som er forsynet med hans varemærke.

Forslag til afgørelse

32. Efter det således anførte skal jeg foreslå Domstolen at besvare de spørgsmål, der er forelagt af Cour d'appel de Bruxelles, således:

- »1) Artikel 7, stk. 1, i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker, som ændret ved aftalen af 2. maj 1992 om Det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde, er til hinder for nationale regler, som foreskriver konsumtion af rettigheder, der er knyttet til et varemærke, for varer, som af indehaveren selv eller med dennes samtykke er markedsført uden for EØS under dette mærke.
- 2) Direktivets artikel 7, stk. 1, skal fortolkes således, at når en vare er blevet markedsført inden for EØS af en varemærkeindehaver eller med dennes samtykke, er han ikke dermed udelukket fra at udøve sine varemærkerettigheder med henblik på at gøre indsigelse over for indførslen til EØS af andre identiske eller lignende varer, som er forsynet med hans varemærke.«