Vilseledande förpackning

Description

Det är inte tillåtet att i marknadsföringen göra efterbildningar som kan vilseleda konsumenten om en produkts kommersiella ursprung. En produkts förpackning kan vara en sådan efterbildning som inte är tillåten. Skulle ett företags förpackning kunna förväxlas med en väl känd förpackning på marknaden, kan företaget i domstol förbjudas att använda förpackningen.

Det är i regel tillåtet att göra efterbildning som faller utanför det immaterialrättsligt skyddade området. I samband med marknadsföringen har dock friheten att göra efterbildningar sina gränser om en efterbildning riskerar att vara vilseledande. Med efterbildning avses inte endast slavisk kopiering, utan över huvud taget utformningar som är förväxlingsbara med hänsyn tagen till att konsumenten endast har kvar en bleknande minnesbild. En förutsättning för att ett förbud mot efterbildningar skall komma ifråga är att det efterbildade objektet är särpräglat och är känt på marknaden. Avgörande för om en produkt har särprägel är att utformningen har en huvudsakligen särskiljande funktion, dvs. har till ändamål att ge varan ett utseende som i estetiskt hänseende skiljer den från andra varor. En förpackning som huvudsakligen syftar till att förpacka produkten ändamålsenligt och är tekniskt och funktionellt betingad anses inte ha särprägel. Det räcker emellertid inte att originalprodukten har särprägel. Den måste också vara någorlunda väl känd på marknaden på så satt att exempelvis förpackningen inom produktens omsättningskrets förknippas med en viss näringsidkare. Slutligen skall det föreligga en likhet mellan original och plagiat. Bedömningen i den delen kommer i första hand utgå ifrån helhetsintrycket och inte likheten i detaljer.

Ett illustrerande fall är ett nyligen avgjort mål i marknadsdomstolen. Frågan var om en förpackning för digestivekex var vilseledande om produktens kommersiella ursprung. Domstolen ansåg att förpackningen var en otillåten efterbildning av en på marknaden redan känd förpackning för kex. Företaget som hade utformat efterbildningen försvarade sig med att det finns en standard på marknaden, cylinderformade förpackningar, som bestämmer förpackningarnas utseende. Utformningen av förpackningen var därför endast funktionellt betingad och utgjorde inget plagiat. Marknadsdomstolen delade emellertid inte den uppfattningen och konstaterade att originalförpackningen hade en speciell och särpräglad utformning som var väl känd på markanden. Domstolen ansåg vidare att förpackningarna vid ett helhetsintryck vara mycket lika varandra vilket medförde en klar förväxlingsrisk. Domstolen förbjöd därför företaget att vid vite av 400.000 kronor att vid marknadsföring av digestivekex använda den i målet påtalade förpackningen eller väsentligen samma förpackning.

Category

1. Okategoriserade

Date Created
2008-03-29
Author
andreas-hagen