



Rättelse/komplettering

Dom, 2025-12-22

Rättelse, 2026-02-03

Beslutat av:

f.d. hovrättslagmannen Peter Strömberg
hovrättsrådet Mattias Pleiner
hovrättsrådet Sara Ulfsson
tf. hovrättsassessorn Henric Hafdell

Rättelse enligt 17 kap. 15 § rättegångsbalken

På grund av skrivfel har punkten 2 i domslutet fått en uppenbar oriktighet på så sätt att beloppet har angetts till 420 0000 kr i stället för 420 000 kr. Beslutet rättas i detta hänseende. Det är uppenbart obehövt att höra parterna i frågan.

Efter rättelse har punkten 2 i domslutet följande lydelse: Vuxen Group AB ska ersätta Partner in Pet Food Nordics AB för dess rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 420 000 kr avseende ombudsarvode. På beloppet ska ränta utgå enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsöverdomstolens dom till dess betalning sker.

Beslutet får inte överklagas (1 kap. 3 § tredje stycket lagen, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar).



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 0221

DOM
2025-12-22
Stockholm

Mål nr
PMT 708-23

Sid 1 (12)

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens dom 2022-12-16 i mål nr PMT 16970-21, se bilaga A

PARTER

Klagande

Vuxen Group AB, 556687-2577

Ombud: Advokaten D.T. och jur.kand. O.L.

Motpart

Partner in Pet Food Nordics AB, 556055-5129

Ombud: Advokaterna P.H. och J.S.

SAKEN

Varumärkesintrång m.m.

Patent- och marknadsöverdomstolens domslut, se nästa sida.

Dok.Id 2269527

Postadress
Box 2290
103 17 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 16

Telefon
08-561 670 00
08-561 675 00

E-post: svea.avd2@dom.se
www.patentochmarknadsoverdomstolen.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:30

DOMSLUT

1. Patent- och marknadsöverdomstolen ändrar Patent- och marknadsdomstolens domslut endast på det sättet att förbudet i punkten 2 ska ha följande lydelse:

Vuxen Group AB förbjuds, vid vite om 200 000 kr, att i näringsverksamhet vid försäljning av hundfoder samt andra produkter och tillbehör för utfodring av hundar, använda kännetecknet DOGGIE.

2. Vuxen Group AB ska ersätta Partner in Pet Food Nordics AB för dess rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 420 0000 kr avseende ombudsarvode. På beloppet ska ränta utgå enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsöverdomstolens dom till dess betalning sker.
-

YRKANDEN

Vuxen Group AB (tidigare Purefun Group AB) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen, med ändring av Patent- och marknadsdomstolens dom, ska häva ordvarumärket DOGGY med registreringsnummer 371136 och ogilla Partner in Pet Food Nordics AB:s (tidigare Doggy AB, härefter Partner in Pet Food) intrångstalan.

Vuxen Group har vidare yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska befria Vuxen Group från skyldigheten att ersätta Partner in Pet Food för dess rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och i stället förplikta Partner in Pet Food att ersätta Vuxen Group för dess rättegångskostnad där.

Partner in Pet Food har motsatt sig att Patent- och marknadsdomstolens dom ändras.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader i Patent- och marknadsöverdomstolen.

PARTERNAS TALAN OCH UTREDNINGEN

Partner in Pet Food har i Patent- och marknadsöverdomstolen uppgett att man inte längre är innehavare av företagsnamnet DOGGY AB och att företagsnamnet därför inte längre åberopas till grund för yrkandet om vitesförbud. I övrigt har parterna åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i Patent- och marknadsdomstolen.

Utredningen i Patent- och marknadsöverdomstolen är densamma som i Patent- och marknadsdomstolen.

Målet har avgjorts utan huvudförhandling.

DOMSKÄL

Frågan om hävning av ordvarumärket DOGGY

Allmänt om särskiljningsförmåga

Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i de rättsliga utgångspunkter beträffande särskiljningsförmåga som underinstansen redogjort för (se s. 11 i Patent- och marknadsdomstolens dom). Särskiljningsförmågan kan vara ursprunglig eller förvärvad.

En förutsättning för att ett varumärke ska anses ha ursprunglig eller förvärvad särskiljningsförmåga är att en normalt informerad genomsnittskonsumant av varorna eller tjänsterna i fråga uppfattar märket som ett kännetecken för dessa (jfr EU-domstolens dom den 8 april 2003, Linde m.fl., C-53/01 – C-55/01, punkten 41).

Bedömningen av om ett varumärke är beskrivande för de varor eller tjänster det avser ska göras med utgångspunkt i en språklig analys av märket. Prövningen ska ske om märkesordets språkliga användning beskriver de varor eller tjänster som märket avser eller om märkesordet har en potentiell betydelse som kan användas för sådana ändamål (jfr PMÖD 2020:16).

Om det är rimligt att anta att omsättningskretsen, som i detta fall består av konsumenterna i allmänhet, uppfattar kännetecknet som en beskrivning av varorna eller tjänsterna, ska märket anses beskrivande (se EU-domstolens dom den 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol mot OHIM, C-51/10 P, punkten 50).

Hindret mot registrering av beskrivande beteckningar syftar bland annat till att tillgodose intresset av att tecken och upplysningar som beskriver egenskaper hos varor eller tjänster ska kunna användas fritt av alla, det s.k. frihållningsbehovet.

Ordvarumärket DOGGY saknar ursprunglig särskiljningsförmåga

Partner in Pet Foods ordvarumärke DOGGY är registrerat för varuslaget djurfoder.

I likhet med Patent- och marknadsdomstolen anser Patent- och marknadsöverdomstolen att kännetecknet refererar till det engelska slangordet ”doggy”, som har den allmänspråkliga betydelsen hund.

Det står, såsom Patent- och marknadsdomstolen funnit, klart att varumärket DOGGY inte har någon språklig betydelse som innefattar djurfoder, dvs. varans art. DOGGY är inte heller i sig beskrivande för varans kvalitet, kvantitet, värde eller geografiska ursprung. Emellertid är det, enligt Patent- och marknadsöverdomstolen, för genomsnittskonsumenten möjligt att utan närmare eftertanke uppfatta ett direkt och konkret samband mellan DOGGY och varans avsedda användning, nämligen som foder till hundar. Det förhållandet att varumärket registrerats för djurfoder och att avsedd användning därmed även omfattar foder till andra djur förändrar inte den bedömningen. Till skillnad från Patent- och marknadsdomstolen anser Patent- och marknadsöverdomstolen alltså att varumärket är beskrivande för varans avsedda användning och att varumärket därmed saknar ursprunglig särskiljningsförmåga.

Ordvarumärket DOGGY har förvärvat särskiljningsförmåga genom användning

Frågan blir härefter om kännetecknet har förvärvat särskiljningsförmåga. Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i denna fråga i Patent- och marknadsdomstolens bedömning att utredningen i målet ger stöd för att DOGGY genom långvarig användning kommit att uppfattas som ett kännetecken för Partner in Pet Foods varor i form av djurfoder. Varumärket har alltså förvärvat särskiljningsförmåga. Graden av särskiljningsförmåga är normal.

Eftersom DOGGY har förvärvat särskiljningsförmåga ska varumärket inte hävas. Patent- och marknadsdomstolens dom ska alltså ändras inte i denna del (punkten 1).

Frågan om intrång

Vuxen Group har gjort intrång i Partner in Pet Foods registrerade varumärken

Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i de utgångspunkter för prövningen av intrångsfrågan som har redovisats på s. 14 i den överklagade domen.

Såsom Patent- och marknadsdomstolen redogjort för bedriver Vuxen Group en webbhandel varigenom bolaget under kännetecknet DOGGIE säljer hundtillbehör som exempelvis djurfoder och hundgodis.

Partner in Pet Food har gjort gällande att Vuxen Group genom denna användning av kännetecknet DOGGIE gjort intrång i Partner in Pet Foods ordvarumärken DOGGY och DOGGY PROFESSIONAL samt fyra figurvarumärken (som avbildats på s. 3 och 4 i Patent- och marknadsdomstolens dom). Patent- och marknadsöverdomstolen inleder med att bedöma intrångspåståendet beträffande ordvarumärket DOGGY.

Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i Patent- och marknadsdomstolens bedömning avseende visuell, fonetisk och konceptuell likhet mellan ordvarumärket DOGGY och DOGGIE (se s. 15 i Patent- och marknadsdomstolens dom). Det är enligt Patent- och marknadsöverdomstolen fråga om en mycket hög grad av märkeslikhet. I likhet med underinstansen gör Patent- och marknadsöverdomstolen bedömningen att det som Vuxen Group anført om att kännetecknet DOGGIE endast undantagsvis har använts på annat sätt än genom figurativ utformning bestående av lila text och gemener inte medför att helhetsintrycket av kännetecknet påverkas (se Patent- och marknadsdomstolens dom s. 16).

När det kommer till varu- och tjänsteslagslikhet gör Patent- och marknadsöverdomstolen följande överväganden. Vid bedömningen av om varor och tjänster är av liknande slag ska samtliga relevanta faktorer som är kännetecknande för förhållandet mellan varorna eller tjänsterna beaktas, särskilt deras art, avsedda ändamål, användningsområdet och huruvida de konkurrerar med eller kompletterar varandra. Även

andra faktorer kan beaktas, som exempelvis distributionskanalerna för de aktuella varorna. (Se bl.a. EU-domstolens domar den 29 september 1998, Canon, C-39/97, punkten 23 och den 21 januari 2016, Hesse v. OHIM, C-50/15 P, punkten 21.) Som utgångspunkt anses det föreligga en likhet mellan varor och återförsäljningstjänster av samma varor (se t.ex. Tribunalens dom den 7 oktober 2015, CMB Creative Brands Marken v. OHIM, T-365/14, punkten 34).

Vad gäller Vuxen Groups användning av DOGGIE för återförsäljning av hundfoder, dvs. en vara som är identisk med det varuslag, djurfoder, som varumärket DOGGY är registrerat för, föreligger likhet mellan tjänsten och varan. Djurfoder får anses innefatta även ätbara tuggföremål och hundgodis.

Av utredningen framgår vidare att Vuxen Group använt sig av kännetecknet DOGGIE vid återförsäljning av hundtillbehör av vitt skiftande slag, t.ex. hundhalsband, hundselar, hundväskor, hundbäddar, hundkläder och hundskålar. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen kan återförsäljningen av flertalet av dessa varor, exempelvis hundväskor och hundkläder, inte anses ha varumärkesrättslig likhet med de varor och tjänster som kännetecknet är registrerat för. Anledningen till detta är att de bakomliggande varorna skiljer sig i alltför hög grad ifrån varandra när det gäller deras art och avsedda ändamål. Enbart det förhållandet att de försålda varorna är avsedda för hundar och att distributionskanalerna är desamma kan inte medföra att det föreligger varu- eller tjänsteslagslikhet. När det däremot gäller återförsäljningen av exempelvis hundskålar – som närmast kan beskrivas som produkter för utfordring av hundar – konstaterar Patent- och marknadsöverdomstolen att denna återförsäljning avser varor som är kompletterande till varuslaget djurfoder. Beträffande återförsäljningen av dessa varor finner därför Patent- och marknadsöverdomstolen att det finns en låg grad av likhet.

Med beaktande av den mycket höga graden av märkeslikhet gör Patent- och marknadsöverdomstolen bedömningen att det beträffande samtliga varor där det finns varumärkesrättslig likhet föreligger förväxlingsrisk mellan DOGGY och DOGGIE. Vuxen Group har därmed gjort intrång i ordvarumärket DOGGY.

Beträffande det andra ordvarumärket och de fyra figurvarumärkena som Partner in Pet Food åberopat i målet gör Patent- och marknadsöverdomstolen följande bedömning. I ordvarumärket DOGGY PROFESSIONAL är ordet DOGGY det tydligt dominerande elementet. Tillägget av PROFESSIONAL förändrar därför inte bedömningen av märkeslikheten. När det gäller de åberopade figurvarumärkena kan dessa närmast beskrivas som ordmärken med figurativa inslag. Vare sig de figurativa inslagen eller såvitt gäller ett av figurvarumärkena tillägget ”FEELGOOD” påverkar bedömningen av märkeslikheten. Ordvarumärket DOGGY PROFESSIONAL och tre av figurvarumärkena är registrerade för bland annat ”djurfoder särskilt för hundar och katter”. Det fjärde figurvarumärket DOGGY FEELGOOD är registrerat för ”djurfoder, hundgodis”. Förväxlingsbedömningen blir därför densamma beträffande ordvarumärket DOGGY PROFESSIONAL och figurmärkena som för ordvarumärket DOGGY. Vuxen Groups intrångsgörande handlingar har därmed gjort intrång också i de övriga varumärkena.

Vuxen Group har gjort intrång i det varumärkesrättsliga skyddet för företagsnamnet DOGGY AB

Det har upplysts att Partner in Pet Food inte längre innehar företagsnamnet DOGGY AB. Eftersom de påstådda intrångshandlingarna skedde medan Partner in Pet Food fortfarande var innehavare av företagsnamnet kan frågan om intrång i företagsnamnet dock ha betydelse för bedömningen av skälig ersättning och åläggande att bekosta åtgärder för spridning av information om domen.

Enligt 1 kap. 8 § varumärkeslagen (2010:1877) har den som innehar ett företagsnamn eller ett annat näringskännetecken ensamrätt till kännetecknet som varukännetecken. Detta innebär t.ex. att användningen av ett varukännetecken som är förväxlingsbart med någon annans företagsnamn, kan utgöra intrång i den varumärkesrättsliga ensamrätt som tillkommer innehavaren av företagsnamnet.

Patent- och marknadsöverdomstolen har i detta mål begärt förhandsavgörande från EU-domstolen för att få klarhet i huruvida det korsvisa skydd som följer av

bestämmelserna i varumärkeslagen och lagen om företagsnamn är förenligt med rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning (varumärkesdirektivet), och mer allmänt, med principen om fri rörlighet för varor. EU-domstolen uttalade i dom den 10 juli 2025 i mål C-365/24 att det är förenligt med art. 34 och 36 FEUF och varumärkesdirektivet att ha en nationell lagstiftning som innebär dels att den ensamrätt som är knuten till ett företagsnamn ger dess innehavare möjlighet att förbjuda tredje man att använda ett identiskt eller liknande kännetecken som näringskännetecken eller domännamn, för varor eller tjänster av samma eller liknande slag som dem som omfattas av den verksamhet för vilken företagsnamnet är registrerat, dels att underlåtenhet att använda detta företagsnamn under vissa förutsättningar kan medföra att denna ensamrätt går förlorad, samt att innehavaren är skyldig att beskriva och avgränsa arten av den verksamhet som omfattas av innehavarens verksamhetsföremål med tillräcklig precision för att tredje man ska kunna informeras härom på ett effektivt sätt.

Något hinder enligt EU-rätten mot att tillämpa det korsvisa skyddet kan därmed inte anses föreligga.

Vuxen Group har använt DOGGIE som ett varukännetecken. Patent- och marknadsöverdomstolen gör såvitt avser märkeslikheten mellan DOGGY AB och DOGGIE ingen annan bedömning än den som har gjorts ovan i förhållande till Partner in Pet Foods registrerade varumärken. Det är alltså fråga om en mycket hög grad av märkeslikhet.

När det gäller frågan om tjänsteslagslikhet var företagsnamnet registrerat för bland annat tillverkning och handel med foderprodukter och andra produkter för djur. Verksamhetsföremålet har alltså inte varit begränsat till enbart djurfoder. Som nämnts ovan har Vuxen Group använt DOGGIE vid återförsäljning på internet av olika varor för hundar. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen har Vuxen Groups användning av DOGGIE avsett identiska tjänster som företagsnamnet DOGGY AB var registrerat för. Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer med hänsyn till detta och den höga graden av märkeslikhet att det föreligger förväxlingsrisk. Vuxen Group har alltså

genom användningen av DOGGIE gjort intrång också i den varumärkesrättsliga ensamrätt som följer av företagsnamnet DOGGY AB.

Vuxen Group ska förbjudas att använda kännetecknet DOGGIE

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att intrång i det varumärkesrättsliga skyddet som följer av företagsnamnet DOGGY AB inte längre åberopas till grund för yrkandet om vitesförbud. Patent- och marknadsöverdomstolen gör trots detta ingen annan bedömning än underinstansen när det gäller behovet av vitesförbud eller vitesbeloppets storlek.

Vad avser utformningen av vitesförbudet beaktar Patent- och marknadsöverdomstolen följande. Ett vitesförbud ska vara klart avgränsat så att den som förbudet riktar sig mot vet vad han eller hon inte får göra. Inom ramen för kändens yrkande är det domstolens uppgift att utforma förbudet så att det uppfyller kravet på entydighet och konkretisering. Ett förbud ska inte heller gå längre än vad som är motiverat i det enskilda fallet. Vidare ska förbudet ta sikte på det intrång som har begåtts och enbart träffa intrångsgörarens faktiska användning av varumärkena. (Se PMÖD 2018:19 med därefter gjorda hänvisningar.)

Som ovan redogjorts för har Patent- och marknadsöverdomstolen funnit att Vuxen Groups intrång, som nu är aktuellt för frågan om vitesförbud, bestått i användning av DOGGIE för återförsäljning av hundfoder samt andra produkter och tillbehör för utfodring av hundar. I ljuset av det nu anförda ska därför vitesförbudet, med ändring av den överklagade domen, utformas och begränsas på sätt som framgår av domslutet.

Vuxen Group ska åläggas att bekosta spridningen av information om domen

Patent- och marknadsöverdomstolen gör ingen annan bedömning än Patent- och marknadsdomstolen när det gäller lämpligheten, utformningen och kostnaden för att sprida information om domen. Punkten 3 i den överklagade domen ska därför inte ändras.

Vuxen Group ska betala skälig ersättning till Partner in Pet Food

Mot bakgrund av Patent- och marknadsöverdomstolens bedömning i fråga om omfattningen av Vuxen Groups intrång gör Patent- och marknadsöverdomstolen ingen annan bedömning än underinstansen i fråga om skyldigheten för Vuxen Group att till Partner in Pet Food betala skälig ersättning för utnyttjandet av kännetecknen eller ersättnings storlek. Av betydelse i detta sammanhang är att det i denna del konstaterats intrång i större utsträckning än i frågan om vitesförbud, eftersom det varumärkesrättsliga skyddet som följt av företagsnamnet DOGGY AB har varit vidare än det som de registrerade varumärkena besitter. Inte heller punkten 4 i den överklagade domen ska alltså ändras.

Sammanfattning

Patent- och marknadsöverdomstolen har till skillnad från underinstansen bedömt att ordvarumärket DOGGY är beskrivande och därmed saknar ursprunglig särskiljningsförmåga. Patent- och marknadsöverdomstolen har dock instämt i Patent- och marknadsdomstolens bedömning att varumärket har förvärvat särskiljningsförmåga. Talan om hävning av varumärket har därmed inte vunnit bifall.

I frågan om intrång har Patent- och marknadsöverdomstolen instämt i underinstansens bedömning att Vuxen Groups användning av kännetecknet DOGGIE utgjort intrång i Partner in Pet Foods varumärken och det varumärkesrättsliga skydd som tillkommit genom det tidigare företagsnamnet. Vitesförbudet har inskränkts bl.a. med hänsyn till att intrånget inte har bedömts vara lika omfattande. I övrigt har Patent- och marknadsdomstolens dom inte ändrats.

Rättegångskostnader

Även med beaktande av att vitesförbudet har inskränkts något bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att Partner in Pet Food har rätt till full ersättning för sin

rättegångskostnad i båda instanserna. Patent- och marknadsdomstolens dom beträffande fördelningen av rättegångskostnader ska därför inte ändras (punkten 5).

Det belopp som Partner in Pet Food har yrkat ersättning för i Patent- och marknadsöverdomstolen framstår som skäligt.

Överklagande

Det saknas skäl att göra undantag från huvudregeln att Patent- och marknadsöverdomstolens domar inte får överklagas (se 1 kap. 3 § tredje stycket lagen, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar). Denna dom får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit f.d. hovrättslagmannen Peter Strömberg, hovrättsråden Mattias Pleiner och Sara Ulfsdotter samt tf. hovrättsassessorn Henric Hafdell, referent.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen

DOM
2022-12-16
Meddelad i
Stockholm

Mål nr
PMT 16970-21

PARTER

Kärande och gensvarande

Doggy AB, 556055-5129
Doggyvägen 1
447 91 Vårgårda

Ombud: advokaten P.H. och biträdande juristen J.S.

Svarande och genkärande

Purefun Group AB, 556687-2577
Box 72
312 21 Laholm

Ombud: advokaterna D.T. och M.Z. samt
jur.kand. O.L.

DOMSLUT

1. Patent- och marknadsdomstolen lämnar Purefun Group AB:s talan om hävning av varumärket DOGGY med registreringsnummer 371136 utan bifall.
2. Patent- och marknadsdomstolen förbjuder Purefun Group AB, vid vite om 200 000 kr, att i näringsverksamhet vid försäljning av djurfoder samt andra produkter och tillbehör för djur använda kännetecknet DOGGIE.
3. Patent- och marknadsdomstolen förpliktar Purefun Group AB att ersätta Doggy AB för kostnaden att sprida information om domen i målet genom införande av en annons i Kennelklubbens medlemstidning HUNDSPORT till en kostnad om högst 35 000 kr.

Dok.Id 2617382

Postadress
Box 8307
104 20 Stockholm

Besöksadress
Rådhuset,
Scheelegatan 7

Telefon
08- 561 654 70
E-post: stockholms.tingsratt@dom.se
www.stockholmstingsratt.se

Telefax

Expeditionstid
måndag – fredag
08:00–16:00

4. Patent- och marknadsdomstolen förpliktar Purefun Group AB att till Doggy AB utge ersättning med 150 000 kronor jämte ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen (1975:635) från den 14 december 2021 till dess full betalning sker.
 5. Patent- och marknadsdomstolen förpliktar Purefun Group AB att ersätta Doggy AB:s för dess rättegångskostnad med 477 800 kr, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker. Av beloppet avser 447 000 kr ombudsarvode.
-

BAKGRUND

Doggy AB är en producent av hund- och kattmat. Information om Doggys produkter finns på bolagets hemsida. Produkterna säljs i butiker och på webbplatser som tillhandahålls av återförsäljare.

Purefun Group AB (Purefun) är en återförsäljare av produkter till hundägare, däribland hundmat och hundgodis. Försäljning sker på bolagets webbplats under domännamnet doggie.se.

Doggy är innehavare av varumärket DOGGY (ord) som registrerades den 18 mars 2005 för djurfoder i varuklass 31 (registreringsnummer 371136) och DOGGY PROFESSIONAL (ord) som registrerades den 12 november 2020 för bl.a. djurfoder, särskilt för hundar, i varuklass 31 (registreringsnummer 611316). Härutöver är Doggy innehavare av följande figurvarumärken för diverse varor i klass 31:

	
(Svenskt varumärke med registreringsnummer 615955 som registrerades den 21 juli 2021 för bl.a. djurfoder, särskilt för hundar och katter).	(Svenskt varumärke med registreringsnummer 512475 som registrerades den 26 april 2013 för djurfoder, hundgodis)

	
(Svenskt varumärke med registreringsnummer 615954 som registrerades den 21 juli 2021 för bl.a. djurfoder, särskilt för hundar och katter)	(EU-varumärke med registreringsnummer 018638727 som registrerades den 24 maj 2022 för bl.a. djurfoder, särskilt för hundar och katter)

Ovannämnda EU-varumärke med registreringsnummer 018638727 är även registrerat för varor i klasserna 5 och 21.

Doggy bedriver verksamhet under företagsnamnet Doggy AB. Bolagets verksamhetsbeskrivning omfattar bl.a. tillverkning och handel med foderprodukter och andra produkter för djur. Ovannämnda varumärken används för hundmat och tuggben.

Doggy stämde i november 2021 Purefun för intrång i bolagets varumärken och företagsnamn. I mars 2022 kom Purefun in med en genstämning i vilken bolaget framställde ett yrkande om att Doggys registrerade varumärke med registreringsnummer 371136 ska hävas.

YRKANDEN OCH INSTÄLLNING (Intrång)

Doggy har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska

1. förbjuda Purefun – vid vite om 200 000 kronor eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – att i näringsverksamhet vid försäljning av djurfoder samt andra produkter och tillbehör för djur använda kännetecknet DOGGIE,
2. förplikta Purefun att bekosta en annons (halvsida) i Kennelklubbens medlems-tidning HUNDSPORT till en kostnad om högst 35 000 kr för att sprida information om domen och

3. förplikta Purefun att till Doggy utge ersättning med 150 000 kronor jämte ränta på beloppet enligt 4 och 6 §§ räntelagen från dagen för delgivning av stämning till dess full betalning sker.

Purefun har bestritt Doggys yrkanden, men vitsordat vitesnivån om 200 000 kr som skälig i och för sig.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUND FÖR TALAN (Intrång)

Doggy

Doggy är innehavare av ovannämnda varumärken som samtliga är registrerade i varuklass 31 och omfattar bl.a. djurfoder. Doggy är även innehavare av företagsnamnet Doggy AB.

Purefun driver verksamhet under domännamnet doggie.se. Bolaget marknadsför och säljer olika produkter och tillbehör till hundar, bl.a. djurfoder och tuggföremål. Verksamheten bedrivs under kännetecknet DOGGIE. Doggy har inte gett Purefun tillstånd till denna känneteckensanvändning.

Det råder identitet, eller i vart fall en synnerligen hög likhet, mellan de varor och tjänster som Doggys varumärken och företagsnamnet omfattar å ena sidan och de tjänster som Purefun tillhandahåller under kännetecknet DOGGIE å andra sidan. Sistnämnda kännetecknen är därtill synnerligen likt Doggys varumärken och bolagets företagsnamn.

Purefun gör intrång i Doggys ensamrätt till varumärkena samt företagsnamnet.

Det föreligger ett behov av att sprida information om domstolens dom. Att införa en annons i Kennelklubbens medlemstidning HUNDSPORT är en för detta ändamål lämplig åtgärd.

Även om intrång inte har begåtts uppsåtligen eller av oaktsamhet är det, i enlighet med vad som anges i 8 kap. 4 § andra stycket varumärkeslagen (2010:1877) och 5 kap. 7 § andra stycket lagen (2018:653) om företagsnamn, skäligt att Purefun ska betala ersättning om 150 000 kr för utnyttjande av varumärket och företagsnamnet.

Purefun

Doggys ordvarumärke DOGGY (med registreringsnummer 371136) är inte giltigt (se mer nedan angående yrkandet om hävning). Även om varumärket skulle vara giltigt har det en mycket svag särskiljningsförmåga. Vidare saknar Doggy, enligt 1 kap. 11 § första stycket varumärkeslagen, självständigt skydd för den del av figurvarumärkena som saknar särskiljningsförmåga, dvs. till det beskrivande ordelementet DOGGY. Under alla omständigheter föreligger ingen förväxlingsrisk enligt 1 kap. 10 § första stycket 2 varumärkeslagen mellan Purfuns kännetecken och Doggys varumärken. Varuslagslikheten är begränsad. Även märkeslikheten mellan varumärket DOGGY och kännetecknet DOGGIE är begränsad.

Doggys företagsnamn Doggy AB är beskrivande och saknar särskiljningsförmåga. I vart fall saknar Doggy, enligt 1 kap. 5 § lagen om företagsnamn, skydd för den del av företagsnamnet som saknar särskiljningsförmåga, dvs. till det beskrivande elementet DOGGY. Även om särskiljningsförmåga skulle föreligga är denna mycket svag varför det inte föreligger någon förväxlingsrisk enligt 1 kap. 4 § lagen om företagsnamn.

YRKANDEN OCH INSTÄLLNING (Hävning)

Purefun har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska häva registreringen av varumärket DOGGY (ord) med registreringsnummer 371136.

Doggy har bestritt yrkandet.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUND FÖR TALAN (Hävning)

Purefun

Varumärket DOGGY (ord) utgörs helt och hållet av ett ordelement som är beskrivande. Det saknar därför särskiljningsförmåga och har således registrerats i strid med de absoluta registreringshindren enligt 2 kap. 5 § varumärkeslagen. Nämnda varumärke ska hävas enligt 3 kap. 1 § första stycket varumärkeslagen.

Doggy

Varumärket DOGGY (ord) innehar erforderlig ursprunglig särskiljningsförmåga och det har därför inte registrerats i strid med varumärkeslagen.

Skulle domstolen anse att varumärket DOGGY (ord) saknar ursprunglig särskiljningsförmåga, har det i vart fall förvärvat särskiljningsförmåga genom lång och omfattande användning.

UTVECKLING AV TALAN

Doggy

Doggy är ett svenskt bolag vars verksamhet inleddes redan år 1903 när hundfodret ”Vårgårda Hundmjöl” presenterades. Bolaget förvaltar kontinuerligt sin mer än hundraåriga tradition av djurmatstillverkning. På bolagets webbplats, som finns på domänen doggy.se, finns information om bolagets produkter. Doggys produkter säljs i ett stort antal butiker över hela Sverige. Produkterna säljs även online i webbutiker som t.ex. tillhandahålls av Rusta AB och ÖoB AB.

Omsättningskretsen av bolagets produkter utgörs framför allt av hundägare, dvs. konsumenter, men i viss mån även av aktörer som är verksamma inom sektorer där produkterna förekommer.

Purefun är ett svenskt bolag som grundades år 2005 och som bl.a. driver e-handelsplattformar av olika slag, däribland webbplatsen doggie.se. Genom nämnda webbplats säljer Purefun hundtillbehör som exempelvis hundväskor, halsband, hundtröjor samt djurfoder och hundgodis.

Purefun använder kännetecknet DOGGIE i samband med återförsäljning av olika tillbehör till hundar samt djurfoder och tuggföremål.

Purefun säljer även produkter från Doggy och har således haft kännedom om Doggy och dess användning av varumärkena samt bolagets företagsnamn. Doggy har i brev till Purefun daterat den 1 september 2021 påtalat att Purefuns utnyttjande av kännetecknet DOGGIE utgör intrång i bolagets rättigheter.

Doggy har ansökt och beviljats registrering för Doggy som företagsnamn totalt tre gånger, år 1967, 1997 respektive 2015.

Doggy har använt beteckningen DOGGY under mycket lång tid, i vart fall sedan år 1959. Varumärket DOGGY (ord) samt företagsnamnet är att betrakta som kända i Sverige.

Purefun har inte enbart använt kännetecknet DOGGIE i en särskild utformning där ordet skrivs med gemener ”doggie” och med lila text, utan användningen av kännetecknet DOGGIE varierar. Användningen som helhet ska betraktas såsom användning av ett ordvarumärke. Bedömningen av om känneteckenslikhet föreligger ska utgå utifrån ordet som sådant och inte utifrån ordet i något särskilt utförande.

Kostanden för att föra in en halvsidesannons i Kennelklubbens medlemstidning HUNDSPORT har under år 2022 uppgått till 30 500 kr.

Purefun hade en nettoomsättning om ca 30 000 000 kr år 2021. Det yrkade beloppet avseende ersättning om 150 000 kr utgör 0,5 procent ($150\,000 / 30\,000\,000$) av Purefuns nettoomsättning. Koncernens omsättning uppgick till 142 000 000 kr under räkenskapsåret 2020/2021. Enligt uppgifter som fanns på webbplatsen ehandel.se den 12 februari 2022 uppgick e-handeln under domänen doggie.se till tio procent av sistnämnda omsättning, dvs. till ca 14 200 000 kr. Det yrkade beloppet avseende ersättning om 150 000 kr utgör därmed drygt en procent av omsättningen i e-handeln ($150\,000 / 142\,000\,000$).

Purefun

Purefun, som börsnoterades tidigare i år, ingår i en koncern som innehar ett flertal olika e-handelsplatser som drivs genom Purefuns dotterbolag Purefun Commerce AB. Domännamnet ”doggie.se” registrerades den 11 maj 2006. Vid tidpunkten för domännamnsregistreringen hette Purefuns dotterbolag ”Doggie Dogwear AB”, ett företagsnamn som användes till den 28 juni 2018. Dotterbolaget är innehavare av det svenska varumärket WWW.DOGGIE.SE – MODE FÖR DIN HUND med registreringsnummer 386279 i varuklass 25.

Doggy producerar och säljer sina varor via återförsäljare till skillnad från Purefun som är en återförsäljare för en mängd olika varor till hundägare. Sortimentet som tillhandahålls på Purefuns webbplats utgörs till övervägande del av andra varor för hundägare än hundmat och hundgodis. Målgruppen för försäljningen är konsumenter.

Doggy har haft full insikt i att Purefun har bedrivit e-handelsverksamhet under domännamnet doggie.se sedan år 2006.

Kännetecknet DOGGIE består av lila text och gemener enligt nedan.

doggie

Kännetecknet har endast använts i versaler när övriga delar av aktuella meningar skrivits i versaler. Av naturliga skäl har endast ”Doggie” (med begynnelsebokstaven i versal) använts i början av en mening. I de fåtal sammanhang som kännetecknet DOGGIE helt eller delvis har skrivits i versaler har dessutom Purefuns kännetecken bestående av lila text och gemener förekommit.

Doggy är ett ord som är vanligt förekommande på engelska. Begreppet syftar på hundar och är beskrivande för hundmat. I Sverige är kunskaperna i engelska goda.

Doggy har försökt att registrera ordvarumärket DOGGY (ansökningsnummer 015806508) hos Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO). EUIPO avslog Doggys ansökan den 14 februari 2017, på grundval av att ordvarumärket bedömdes vara beskrivande. Avslagsbeslutet överklagades aldrig av Doggy.

Skillnaden mellan det sökta ordvarumärket DOGGY (med ansökningsnummer 015806508) och det registrerade EU-figurvarumärket (med registreringsnummer 018638727) är endast stiliseringen. Det är stiliseringen, inte ordelementet, som medför särskiljningsförmåga. Skydd för ordelementet föreligger inte enligt 1 kap. 11 § första stycket varumärkeslagen.

UTREDNINGEN

Parterna har åberopat skriftlig bevisning.

DOMSTOLENS BEDÖMNING

Ogiltighet

Särskiljningsförmåga

Purefun har gjort gällande att varumärket DOGGY (ord) saknar särskiljningsförmåga och att det därför ska hävas.

Enligt 3 kap. 1 § första stycket 1 och 2 varumärkeslagen (2010:1877) får, såvitt här är aktuellt, ett varumärke hävas om märket har registrerats i strid med varumärkeslagen och registreringen fortfarande strider mot lagen. Som framgår av ordalydelsen måste två villkor vara uppfyllda för att hävning ska bli aktuell. Det måste föreligga ett ursprungligt hinder mot registrering *och* det hindret måste även föreligga när frågan om hävning avgörs.

Enligt 2 kap. 5 § varumärkeslagen måste ett varumärke som ska registreras ha särskiljningsförmåga för de varor eller tjänster som det avser. Av 1 kap. 5 § framgår att ett varukännetecken ska anses ha särskiljningsförmåga om det kan skilja varor eller tjänster som tillhandahålls i en näringsverksamhet från dem som tillhandahålls i en annan. Av bestämmelsens andra stycke 1 framgår, såvitt här är aktuellt, att ett varukännetecken kan sakna särskiljningsförmåga om det endast består av tecken eller benämningar som i handeln visar varans eller tjänstens art, avsedda användning eller andra egenskaper. Med andra ord saknar ett varumärke särskiljningsförmåga om det är beskrivande för de varor och tjänster som tillhandahålls under varumärket.

Purefuns talan i fråga om ogiltighet innebär att Patent- och marknadsdomstolen har att pröva om varumärket DOGGY (ord) är beskrivande för djurfoder.

Purefun har till stöd för att varumärket DOGGY (ord) är beskrivande åberopat skriftlig bevisning. Bevisningen utgörs av ett avslagsbeslut från EUIPO, utdrag ur diverse språkböcker och lexikon, en skrämdump från Svenska Kennelklubbens hemsida

angående användning av begreppet ”doggy bag” och en enkätundersökning avseende användning av sistnämnda begrepp.

Doggy har till stöd för att varumärket DOGGY (ord) innehar särskiljningsförmåga åberopat skriftlig bevisning. Bevisningen utgörs av ett antal intyg från branschaktörer, en marknadsundersökning, exempel på bolagets marknadsföringsåtgärder i tidskrifter m.m., en rapport avseende nedlagda marknadsföringskostnader från en auktoriserad revisor vid Deloitte AB och reklamfilmer.

I sitt avslagsbeslut konstaterade EUIPO att varukännetecknet DOGGY har ett rent informativt budskap som anger att de aktuella varorna är ämnade för hundar. EUIPO:s bedömning var att varukännetecknet var beskrivande och det därmed saknade särskiljningsförmåga.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen ska beaktas att EUIPO:s prövning avsett en ansökan om varumärkesskydd för ett varumärke som skulle gälla inom hela EU, inklusive engelskspråkiga länder. Den varumärkesregistrering som är aktuell i detta mål är emellertid nationell, varför det således är av vikt att avgöra om varumärket har erforderlig särskiljningsförmåga i Sverige.

Inledningsvis kan konstateras att varumärket utgörs av ordelementet DOGGY som på svenska uttalas något annorlunda än på engelska. Slutet på den andra stavelsen uttalas på svenska med ett y-ljud, medan den på engelska uttalas med ett i-ljud. När det gäller den förstnämnda stavelsen skiljer sig även uttalat åt på svenska och brittisk engelska å ena sidan och amerikansk engelska å andra sidan. I de förstnämnda fallen uttalas stavelsen med ett då-ljud, medan den på amerikansk engelska uttalas med ett da-ljud. Oavsett skillnader i uttal ska dock varumärket förstås på engelska. Ordelementet DOGGY utgör närmast ett slanguttryck för ordet hund. När ordet används som varumärke måste det, enligt domstolen, därför anses vara ägnat att leda tanken till ordet hund. När det gäller frågan om i vilken mån varumärket är beskrivande ska noteras att varuslaget som det är registrerat för inte är hundar eller hundvalpar, utan för djurfoder.

Varumärkets inneboende egenskaper talar således för att det föreligger ett visst begreppsmässigt sammanhang mellan varumärket DOGGY och varuslaget djurfoder som varumärket är registrerat för, men inte någon begreppsmässig identitet dem emellan. Enligt domstolens bedömning har varumärket DOGGY i sig erforderlig särskiljningsförmåga för varuslaget djurfoder, om än att denna inte är särskilt stark.

Av marknadsundersökningen utförd av Ipsos Sweden AB år 2021 som riktade sig till 1 039 personer i åldrarna 16–65 år framgår att 23 procent av de 258 personer som identifierade sig som hundmatsköpare spontant nämnde DOGGY som ett varumärke för hundmat. Det var det näst högsta resultatet. Endast företaget Royal Canin nämndes av fler deltagare. Motsvarande siffra för Royal Canin var 26 procent. Vidare uppgav 53 procent av dessa att de kände igen DOGGY som ett varumärke för hundmat när de presenterades med varumärket. Undersökningen har genomförts med hjälp av en webbenkät som tillsänts svarandena som har bestått av en jämn fördelning mellan män och kvinnor i olika åldrar från alla delar av landet. Enligt domstolen visar undersökningen att en betydande andel av de svarande som identifierat sig som hundmatsköpare har haft kännedom om DOGGY som ett varumärke för hundmat. Resultatet av undersökningen är sådant att det saknas skäl att tro att det hade avvikit i någon betydande omfattning om det varit fler personer eller andra personer som svarat på undersökningen.

Det framgår vidare av ingivet marknadsföringsmaterial att varumärket DOGGY har förekommit i flertalet tidskrifter och reklamfilmer. Därtill anger även intygen från branschaktörer att varukännetecknet DOGGY är känt som en beteckning för bl.a. hundfoder som kan särskilja Doggys varor från de som tillhandahålls av andra aktörer. Att Doggy har vidtagit omfattande marknadsföringsåtgärder får, enligt domstolen, även stöd av åberopad dokumentation som visar exempel på sådana åtgärder och även uppgifter om de investeringar i marknadsföring som bolaget gjort under åren 2016–2021.

Vid en sammantagen bedömning finner domstolen att varumärket DOGGY har särskiljningsförmåga. Purefuns talan att varumärket DOGGY ska hävas lämnas därför utan bifall.

Intrång

Förväxlingsrisk

Doggy har gjort gällande att Purefun genom användandet av kännetecknet DOGGIE bl.a. gör intrång i Doggys ensamrätt till det registrerade varumärket DOGGY (ord) och till företagsnamnet Doggy AB.

Innehavaren av ett registrerat varumärke har rätt att hindra andra från att i sin näringsverksamhet använda ett kännetecken som är identiskt med eller liknar varumärket för varor eller tjänster av samma eller liknande slag, om det finns en risk för förväxling, inbegripet risken för att användningen av kännetecknet leder till uppfattningen att det finns ett samband mellan den som använder tecknet och innehavaren av varumärket (se 1 kap. 10 § första stycket 2 varumärkeslagen). Likaså har innehavaren av ett företagsnamn ensamrätt till kännetecknet som varukännetecken enligt det så kallade korsvisa skyddet (se 1 kap. 8 § varumärkeslagen).

Doggys varumärke DOGGY (ord) är registrerat för djurfoder och Doggys verksamhetsföremål omfattar bl.a. tillverkning och handel med foderprodukter och andra produkter för djur.

Purefun bedriver en webbhandel varigenom bolaget under kännetecknet DOGGIE säljer hundtillbehör som exempelvis djurfoder och hundgodis.

Angående varu- och tjänsteslagslikhet konstaterar domstolen inledningsvis att Purefun såsom återförsäljare tillhandahåller en tjänst. Purefuns tjänst omfattar emellertid försäljning av bl.a. djurfoder som är det som Doggy producerar. Doggys produkter och Purefuns tjänst riktar sig i stor utsträckning till samma slutkund, dvs. till djurägare.

Bolagens respektive verksamhet, produkternas och tjänstens art samt deras slutkunder medför enligt domstolen att det föreligger varu- och tjänsteslagslikhet (jfr. EU-domstolens dom den 29 september 1998, Canon Kabushiki Kaisha mot Metro-Goldwyn-Mayer, C-39/97, EU:C:1998:442, p. 23).

I fråga om märkeslikhet gör domstolen följande bedömning.

Som framgår ovan har domstolen funnit att varumärket DOGGY har erforderlig särskiljningsförmåga och att en tillräckligt stor andel av de svarande i marknadsundersökningen har känt igen kännetecknet som ett varumärke för hundmat. Med beaktande av dessa förhållanden bedömer domstolen att varumärkets skyddsomfång inte är alltför begränsat, utan att fråga är om en särskiljningsförmåga av normalgraden.

Kännetecknet DOGGIE innehåller de fyra inledande bokstäverna som Doggys ordvarumärke och företagsnamn består av. Det åtskiljande elementet i ordalydelsen av märkena är endast den avslutande böjelsen som utgörs av ett -y respektive -ie. Enligt domstolen har skillnaden i den avslutande böjelsen dock en försumbar fonetisk betydelse (jfr. Patent- och marknadsöverdomstolens beslut den 19 februari 2019 i mål PMÖÄ 11003-18). Därtill kommer att det i praxis konstaterats att genomsnittskonsumenten generellt fäster sin uppmärksamhet på begynnelseledet snarare än på slutledet av ett märke (se bl.a. Tribunalens domar den 25 mars 2009 L'Óreal mot OHMI - Spa Monopole (SPA THERAPY), T-109/07, EU:T:2009:81 p. 30 och den 15 december 2009 Trubion Pharmaceuticals mot OHIM - Merck (TRUBION), T-412/08, EU:T:2009:507 p. 40). Kännetecknet DOGGIE och varumärket DOGGY ger således enligt domstolen ett helhetsintryck med en klar visuell och fonetisk likhet. Såväl DOGGIE som DOGGY ger ett suggestivt intryck då båda är ägnade att föra tanken till hundar. Konceptuellt förstås kännetecknet DOGGIE på samma sätt som varumärket DOGGY.

Det som Purefun har framfört om att kännetecknet DOGGIE endast undantagsvis har använts på annat sätt än genom en figurativ utformning bestående av lila text och gemener medför inte att helhetsintrycket av kännetecknet påverkas, särskilt inte med beaktande av att den genomsnittliga konsumenten i allmänhet har lättare att hänvisa till en vara genom att citera varans namn än att beskriva en figurs utseende (se ovan nämnda dom i Trubion Pharmaceuticals mot OHMI - Merck (TRUBION), p. 45).

Patent- och marknadsdomstolen bedömer därför att aktuella kännetecknen i mycket hög grad liknar varandra.

Vid en helhetsbedömning finner Patent- och marknadsdomstolen, mot bakgrund av vad domstolen anført ovan om att det föreligger varu- och tjänsteslagslikhet och att märkeslikheten är mycket hög, att det föreligger en förväxlingsrisk mellan Doggys varumärke DOGGY (ord) och det av Purefun använda kännetecknet DOGGIE.

Domstolens bedömning när det gäller förväxlingsrisk är densamma om jämförelsen görs mellan Doggys företagsnamn och kännetecknet DOGGIE.

Vitesförbud

Domstolen får, enligt 8 kap. 3 § varumärkeslagen och 5 kap. 3 § lag (2018:1653) om företagsnamn, på yrkande av den som innehar ett varukännetecken respektive den som har lidit företagsnamnsintrång, vid vite förbjuda den som gör intrång i kännetecknet och företagsnamnet att fortsätta med det.

Det är ostridigt att Purefun har använt kännetecknet DOGGIE i sin näringsverksamhet. Användningen har bl.a. skett genom att kännetecknet angetts på hemsidan doggie.se vid försäljning av produkter för hundar. Att Purefun faktiskt har använt kännetecknet är även visat genom de utdrag från doggie.se som båda parter har åberopat samt det utdrag från Instagram som Doggy har åberopat. Mot bakgrund av att domstolen ovan har funnit att DOGGIE är förväxlingsbart med Doggys varumärke DOGGY (ord) och

bolagets företagsnamn är det klarlagt att Purefun genom användningen har gjort sig skyldig till varumärkesintrång och företagsnamnsintrång.

Det har inte framkommit annat än att intrånget alltså pågår. Enligt domstolen behövs ett vitesförbud för att användningen ska upphöra. Vitesförbudet ska inte omfatta andra närings- eller varukännetecken med väsentligen samma utformning, utan avgränsas till att avse Purefuns faktiska användning på sätt som framgår av domslutet (se prop. 1993/94:122 s. 67 och jfr NJA 2007 s. 431). Med hänsyn till omständigheterna, innefattande vad som har framkommit om omfattningen på Purefuns verksamhet och utifrån en bedömning av vad som kan krävas för att få Purefun att följa domstolens beslut, bestäms vitet till 200 000 kr.

Kostnad för att sprida information

Vid varumärkes- och företagsnamnsintrång får domstolen, enligt 8 kap. 8 § varumärkeslagen samt 5 kap. 12 § lagen om företagsnamn, på yrkande av käranden besluta att den som har gjort eller medverkat till intrånget ska bekosta lämpliga åtgärder för att sprida information om domen i målet. Bedömningen av vad som utgör lämpliga åtgärder ska göras utifrån vad som är rimligt i förhållande till vad målet rör (se prop. 2008/09:67, s. 270).

Både Purefun och Doggys verksamheter riktar sig främst till hundägare och det är enligt domstolens mening lämpligt att information om domen sprids på det sätt som framgår av domslutet.

Skälig ersättning

Den som utan uppsåt eller oaktsamhet begår varumärkesintrång eller företagsnamnsintrång ska, enligt 8 kap. 4 § andra stycket varumärkeslagen och 5 kap. 7 § andra stycket lagen om företagsnamn, betala ersättning för utnyttjandet av varukännetecknet eller näringskännetecknet i den utsträckning det är skäligt.

Doggy har till grund för beräkningen av skälig ersättning anført i huvudsak följande.

Det yrkade beloppet avseende ersättning om 150 000 kr och utgör 0,5 procent av Purefuns nettoomsättning och drygt en procent av Purefunkoncernens omsättning i e-handeln.

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att såväl skyldigheten att betala ersättning som den av Doggy yrkade ersättningen är skälig. Purefun ska därför utge ersättning till Doggy med 150 000 kr. Av 4 § tredje stycket räntelagen (1975:635) följer att ränta enligt 6 § räntelagen ska utgå på beloppet. Purefun delgavs stämningsansökan den 14 december 2021.

Rättegångskostnader

Purefun har tappat målet och ska därför enligt huvudregeln i 18 kap. 1 § rättegångsbalken ersätta Doggy för dess rättegångskostnad.

Doggy har begärt ersättning med 477 800 kr, varav 447 000 kr avser ombudsarvode, 28 000 kr kostnad för bevisning och 2 800 kr utlägg för ansökningsavgiften. Purefun har vitsordat den yrkade ersättningen som skälig i och för sig.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga 1 (PMD-02)

Överklagande ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen ska, med beaktande av mellankommande helgdag, ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 9 januari 2023.

Ulrika Persson

Linda Kullberg

Christine Olsson



Hur man överklagar

Dom i tvistemål, Patent- och marknadsdomstolen

PMD-02

Vill du att domen ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från domens datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i domen.

Överklaga efter att motparten överklagat

Om ena parten har överklagat i rätt tid, har den andra parten också rätt att överklaga även om tiden har gått ut. Det kallas att anslutningsöverklaga.

En part kan anslutningsöverklaga inom en extra vecka från det att överklagandetiden har gått ut. Ett anslutningsöverklagande måste alltså komma in inom 4 veckor från domens datum.

Ett anslutningsöverklagande upphör att gälla om det första överklagandet dras tillbaka eller av något annat skäl inte går vidare.

Så här gör du

1. Skriv Patent- och marknadsdomstolens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att domen ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövnings-tillstånd längre ner).

3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis. Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att motparten ska komma personligen vid en huvudförhandling.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.
Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.
Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.
5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till Patent- och marknadsdomstolen. Du hittar adressen i domen.

Vad händer sedan?

Patent- och marknadsdomstolen kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent avvisar domstolen överklagandet. Det innebär att domen gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar domstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Patent- och marknadsöverdomstolen.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning, kan även Patent- och marknadsöverdomstolen skicka brev på detta sätt.

Prövningstillstånd i Patent- och marknadsöverdomstolen

När överklagandet kommer in till Patent- och marknadsöverdomstolen tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Patent- och marknadsöverdomstolen ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att Patent- och marknadsdomstolen dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om Patent- och marknadsdomstolen har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rätts-tillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller den överklagade domen. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

Vill du veta mer?

Ta kontakt med Patent- och marknadsdomstolen om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i domen.

Mer information finns på www.domstol.se.