

Statliga ingrepp i känneteckensrätten och standardiserade förpackningar

Karin Cederlund

ICC och IMK

30 november 2015

Sandart&Partners

Vad innebär standardiserade förpackningar?

- ”Dekor fria paket som alla har samma neutrala färg oavsett märke och där varumärket skrivs med ett neutralt typsnitt” (Dir 2015:16)
- Förbud mot att använda varumärken i form av logotyper, figurmärken och förpackningsutformning m.m.

Tobaksproduktdirektivet 2014/40/EU art 24.2

2. Detta direktiv ska inte påverka medlemsstaternas rätt att behålla eller införa ytterligare krav, tillämpliga på alla produkter som släpps ut på marknaden, när det gäller standardiseringen av förpackningen av tobaksvaror om detta är motiverat av folkhälsoskäl, med beaktande av den höga skyddsnivå för folkhälsan som uppnås genom detta direktiv. Sådana åtgärder ska vara proportionella och får inte utgöra ett medel för godtycklig diskriminering eller medföra en förtäckt begränsning av handeln mellan medlemsstaterna. Dessa åtgärder ska anmälas till kommissionen tillsammans med skälen för att behålla eller införa dem.

Sverige är mycket negativ till att det införs en reglering avseende ”standardiserade förpackningar” (”plain packaging”) på grund av de negativa konsekvenser detta skulle få för befintliga varumärkesrättigheter. Den typen av undergrävande av immateriella rättigheter måste hanteras med stor försiktighet och kan också få effekter för internationella avtal på området. Det är även tveksamt om införandet av neutrala förpackningar är förenligt med egendomsskyddet i Europakonventionen (artikel 1 i första tilläggsprotokollet till konventionen). Sverige motsätter sig påståendet i rapporten från RAND Europe, sid. 133, att ”plain packaging” inte skulle kränka immateriella rättigheter. Tvärtom skulle en sådan reglering leda till att varumärken kan upphävas. Sverige anser att det än så

Sveriges svar på öppen konsultation gällande direktiv 2001/37/EG, S2010/6280/FH, 2010-12-17

Tobaksdirektivsutredningen

Utredaren ska därför

analysera och bedöma om det finns skäl att införa krav på neutrala tobaksförpackningar i Sverige,

· särskilt analysera och bedöma hur ett krav på neutrala tobaksförpackningar för tobaksprodukter förhåller sig till grundlagarna, varumärkesrätten och egendomsskyddet,

· analysera hur krav på neutrala tobaksförpackningar förhåller sig till Sveriges internationella åtaganden, särskilt avtalet om handelsrelaterade aspekter av immaterialrätter (Trips-avtalet) och WTO:s avtal om Technical Barriers to Trade (TBT) och

· lämna de författningsförslag som analysen och bedömningen ger anledning till.

Det ingår inte i utredningens uppdrag att lämna förslag till grundlagsändringar. Om utredningen bedömer att det finns skäl att

Kommittédirektiv 2015:16

Brev från handelsrelaterade organisationer, juli 2015, International Chamber of Commerce (BASCAP)

- Sverige hade näst flest handelsrelaterade organisationer i världen som var emot standardiserade förpackningar (15 jämfört med USA som hade 16)

Yttrande- och tryckfriheten

- Hindras av grundlagen
- Yttrande- och tryckfriheten i artikel 10 i Europakonventionen

Varumärken och egendomsskydd

Sverige är mycket negativ till att det införs en reglering avseende ”standardiserade förpackningar” (”plain packaging”) på grund av de negativa konsekvenser detta skulle få för befintliga varumärkesrättigheter. Den typen av undergrävande av immateriella rättigheter måste hanteras med stor försiktighet och kan också få effekter för internationella avtal på området. Det är även tveksamt om införandet av neutrala förpackningar är förenligt med egendomsskyddet i Europakonventionen (artikel 1 i första tilläggsprotokollet till konventionen). Sverige motsätter sig påståendet i rapporten från RAND Europe, sid. 133, att ”plain packaging” inte skulle kränka immateriella rättigheter. Tvärtom skulle en sådan reglering leda till att varumärken kan upphävas. Sverige anser att det än så

Sveriges svar på öppen konsultation gällande direktiv 2001/37/EG, S2010/6280/FH, 2010-12-17

Varumärken och egendomsskydd

- Artikel 1 i protokoll 1 till Europakonventionen
- *Anheuser-Busch Inc. mot Portugal*
 - immateriella rättigheter omfattas av egendomsskyddet
- Artikel 17.2 i EU:s rättighetsstadga (immateriell egendom)

Varumärkets funktioner

- Särskiljer produkter med olika kommersiellt ursprung
(*individualiseringsfunktionen*)
- Garanterar att varan har ett visst kommersiellt ursprung (*ursprungsangivelsefunktionen, garantifunktionen*)
- Garanterar att varan har en viss kvalitet
(*kvalitetsfunktionen*)

Konsekvenser av standardiserade förpackningar

- Konsumenternas möjlighet att skilja mellan produkter från olika tillverkare begränsas (~~*individualiseringsfunktionen,*~~
~~*ursprungsangivelsefunktionen*~~)
- Kvalitetsskillnader förlorar relevans för konsumenter. Tillverkarnas intresse av produktutveckling och upprätthållande av kvalitet minskar (~~*kvalitetsfunktionen*~~)
- Prispress, lägre priser → Motsatt effekt
- Piratkopiering → Motsatt effekt
- Konkurrensrättsliga problem – inträdeshinder för nya aktörer och varumärken

Varumärkesskydd kan upphöra

- Eftersom varumärken inte längre kan användas ...
 - inarbetning kan inte upprätthållas – skydd begränsas för att till slut försvinna
 - skydd för vilseledande om kommersiellt ursprung och renommésnyltning i marknadsföringslagen begränsas för att till slut försvinna
 - användningstvång i 3 kap. 2 § VmL

Jfr uttalanden i prop. 2001/02:164, s 39

En mera långtgående begränsning i rätten att använda varukännetecken skulle enligt regeringen förmodligen inte vara möjlig att förena med kravet på användningstvång. En begränsning i rätten att använda ett registrerat varumärke torde inte kunna sträckas längre än att det fortfarande finns utrymme för innehavaren av ett varumärke att göra "verkligt bruk" av märket, t.ex. genom användning av märket vid passivt saluhållande av varan.

Otillåten inskränkning av egendomsskyddet

- Själva kärnan och syftet med varumärken är att användas på varan och dess förpackning
- Generellt förbud

Jfr. uttalanden i prop. 2001/02:64 s. 37

En lagstiftning enligt förslaget innebär inte att den enskilde innehavaren av ett varukännetecken får vidkännas en generell inskränkning med avseende på all användning av varukännetecknet eller ens all användning av kännetecknet i näringsverksamhet. Rätten att utnyttja kännetecknet inskränks endast när det gäller användningen i kommersiella annonser i vissa medier, om kännetecknet samtidigt är i bruk för tobaksvaror och andra varor eller för tjänster. Kännetecknet kommer att kunna användas samtidigt vid marknadsföring av dessa varor, med undantag för sådan marknadsföring som förekommer i kommersiella annonser i vissa medier. En näringsidkare är således oförhindrad att i t.ex. butiker, på restauranger och i varuhus marknadsföra andra varor än tobaksvaror under ett varumärke som är inarbetat för en tobaksvara. Marknadsföring med sådana kännetecken får också förekomma utomhus med de begränsningar som följer av kravet på måttfullhet.

Karin Cederlund
Advokat, Partner
Mobil 0702 706 780
karin.cederlund@sandart.se

Sandart & Partners Advokatbyrå KB
Besök: Norrlandsgatan 20
Box 7131, 103 87 Stockholm
Tel 08-440 68 00

Sandart&Partners

sandart.se

Sandart&Partners