

MARKNADSDOMSTOLEN  
AVSKRIFT  
DOM  
2000-02-17  
2000:5  
Dnr C 29/99

KÄRANDE  
Telia InfoMedia Reklam AB, 556445-1846, Box 811,  
161 24 BROMMA  
Ombud: bolagsjuristen C. M., samma adress

SVARANDE  
Interactive Teleinfomedia i Sverige AB, 556563-8326,  
c/o S. L., Gladövägen 26, Pl 324,  
141 91 HUDDINGE

SAKEN  
marknadsföring av informationsprodukter

---

#### DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder Interactive Teleinfomedia i Sverige AB vid vite av tvåhundra tusen (200 000) kr att vid marknadsföring av bolagets tjänster eller produkter använda beteckningen "tele InfoMedia" eller väsentligen samma beteckning.

2. Interactive Teleinfomedia i Sverige AB skall ersätta Telia InfoMedia Reklam AB dess rättegångskostnader med tolv tusen trettioåtta (12 138) kr, varav 11 000 kr för arbete och 1 138 kr för utlägg, jämte ränta på beloppet 12 138 kr enligt 6 § räntelagen från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

#### YRKANDEN M.M.

Telia InfoMedia Reklam AB (Telia) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite förbjuder Interactive Teleinfomedia i Sverige AB (Interactive) att fortsätta med användningen av beteckningen "TELE INFOMEDIA" vid marknadsföring av bolagets näringsverksamhet eller tjänster eller produkter avseende införande av annonser i papperskatalog, elektronisk katalog eller i

annan form eller därmed jämförlig verksamhet. Telia har vidare yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

Interactive har delgetts stämning och beretts tillfälle att slutföra sin talan men har inte låtit sig avhöras.

Marknadsdomstolen biföll i beslut den 1 december 1999 ett interimistiskt förbudsyrkande.

## PARTERNAS TALAN

### Telia

Interactive har i sin marknadsföring dels använt varu- och näringskännetecknet TELE INFO-MEDIA och en logotyp i form av en blå rektangel med orden TELE INFOMEDIA tryckt i vit text i visst typsnitt, vilket i hög grad liknar Telias inregistrerade logotyp, dels undanhållit väsentlig information om sina produkter och tjänster i syfte att lämna ett helhetsintryck som är missvisande samt använt påståenden och framställningar som är vilseledande och som är ägnade att vilseleda i fråga om det kommersiella ursprunget av Interactives produkter och bolagets ställning på marknaden. Interactive har genom det angivna förfarandet använt sig av marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed och som är otillbörlig mot Telia InfoMedia och Telia InfoMedias kunder.

Teliakoncernen är indelad i åtta affärsområden varav Telia InfoMedia tillhör affärsområde InfoMedia som huvudsakligen ansvarar för insamling, paketering och distribution av information och tillhandahållande av informations- och mediatjänster. Inom affärsområde InfoMedia verkar bolag med inregistrerade firmor Telia InfoMedia Interactive AB, Telia InfoMedia International AB, Telia InfoMedia Partner AB, Telia InfoMedia Reklam AB, Telia InfoMedia Respons AB och Telia InfoMedia Television AB. Telia InfoMedia förvaltar för Telias räkning det inregistrerade ordvarumärket TELIA INFOMEDIA, reg. nr. 323084.

Telia InfoMedia svara inom Teliakoncernen för utveckling och marknadsföring av tryckta och elektroniska produkter. Produkter i Telia InfoMedias sortiment är bl.a. katalogerna Din Del, Telekatalogen och Emfas, samtliga med Rosa Sidorna och Gula Sidorna. Telekatalogen är Sveriges största marknadsplats. År 1996 lanserades Gula Sidorna i elektronisk form på Internet.

Med hänsyn till Telia InfoMedias välkända näringskännetecken och Telia InfoMedias informationsprodukters stora spridning och goda renommé, är risken stor för att Telia InfoMedia av andra näringsidkare utsätts för otillbörlig användning av närliggande kännetecken i vilseledande syfte. Den 12 augusti 1999 inregistrerades Interactives nuvarande firma hos Patent- och registreringsverket. Samma månad kontaktades Telia av kunder som uppgav att de söks upp av Interactive. I telefonsamtal med kunderna har Interactive uppgett att de vill kontrollera vissa fakta om kundens företag och få bekräftat att företaget önskar medverka i "teleInfoMedias utgåva år 2000". Denna produkt/tjänst återfinns på Interactives hemsida [www.teleinfomedia.com](http://www.teleinfomedia.com). Kort tid efter telefonsamtalen har Interactive till kunderna översänt en faktura avseende beställning av "medverkan i teleInfoMedia utgåva år 2000". Den faktura som Interactive tillställt kunderna är försedd med en logotyp som består av en blå rektangel med orden TELE INFOMEDIA textade i vitt i ett typsnitt som är snarlikt det som används av Telia. Logotypen är även applicerad på det kuvert i vilket fakturan tillställs kunden. Interactives logotyp, det faktum att företaget inte utnyttjar hela sin firmabeteckning i marknadsföringen och den omständigheten att näringskännetecknet anges med versaler och gemener i ordet infomedia bidrar till att helhetsintrycket blir vilseledande beträffande det kommersiella ursprunget för Interactives produkter och bolagets förhållande till Teliakoncernen.

Ett stort antal av Telias kunder har kontaktat Telia och uppgett att de känt sig lurade av Interactives agerande. Kunderna har också uppgett att de blivit missledda av det förväxlingsbara närings- och varukännetecknet och trott att det var Telia InfoMedia som kontaktade dem. Försändelser som Interactive avsänt har av posten returnerats till Telia InfoMedia när adressaten inte kunnat nås. Vid kontakt med ett flertal olika polismyndigheter har framkommit att ett stort antal kunder har polisanmält Interactives agerande. Enligt Svea Ekonomi, som initialt bevakade Interactives fakturering, har ett antal kunder betalat Interactives fakturor.

En grundläggande princip för all marknadsföring är att den skall vara vederhäftig och inte ägnad att vilseleda. Vidare följer av 6 § marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) en viss upplysningsplikt som skall motverka att man genom utelämnanden av väl valda uppgifter såsom delar av bolagets firmabeteckning åstadkommer halvsanningar. Vid bedömningen skall det intryck som marknadsföringen ger vid ett flyktig kontakt beaktas, det vill säga att det i första hand är helhetsintrycket som skall ligga till grund för bedömningen.

Interactive har i sin kontakt med kunder förmedlat intrycket av att bolaget har ett kommersiellt samband med Teliakoncernen och att bolagets produkt är en annan, dvs. Telekatalogen, än vad som i själva verket är fallet. Den presentation som kunderna fått av Interactive har varit förvillande och oklar och lämnat stort utrymme för missuppfattningar avseende det kommersiella ursprunget för Interactives produkter och bolagets koppling till Teliakoncernen. Genom att undanhålla väsentliga upplysningar om den egna produkten och dess kommersiella ursprung har Interactive skapat den felaktiga föreställningen att kunden gör affärer med Telia InfoMedia. De fakturor som Interactive tillställt kunderna förstärker intrycket av att Telia InfoMedia står bakom den påtalade marknadsföringen. Marknadsföringen är därmed vilseledande såväl vad gäller ursprunget för Interactives produkter som vad gäller Interactives kvalifikationer och ställning på marknaden.

Det sätt på vilket Interactive använder kännetecknen i sin marknadsföring utgör i vart fall ett obehörigt anknytande till Telia InfoMedias välkända kännetecken Telia InfoMedia respektive Telia InfoMedia Interactive AB, Telia InfoMedia Reklam AB m.fl. bolag. När två företag använder kännetecknen som i hög grad liknar varandra uppstår en känslig situation som medför att det krävs särskild försiktighet vid marknadsföringsåtgärder som kan innefatta utnyttjande av annat företags good-will. Telia InfoMedias informationsprodukter har en stor spridning och ett gott anseende bland svenska företagare vilket Interactive på ett otillbörligt sätt drar fördel av för att skapa en förmånlig bild av den egna produkten/tjänsten. Interactive har vänt sig till exakt samma mottagarkrets som Telia InfoMedia och kunderna lockas att associera till Teliakoncernens och Telia InfoMedias informationsprodukter. Den marknadsföring som Interactive använder är ägnad att på ett förkastligt sätt suggerera allmänheten och marknadsföringen utgör en otillåten renommésnyltning.

#### ÅBEROPAD BEVISNING

Telia har som skriftlig bevisning åberopat bl.a. en faktura utställd av Interactive och skärmskrifter av Interactives hemsida på Internet. På fakturan finns en logotyp som består av orden "tele InfoMedia" i vit skrift mot en mörkblå rektangulär bakgrund. På Interactives hemsida återfinns också orden tele InfoMedia i vitt mot en mörkblå bakgrund. På hemsidan föregås orden tele InfoMedia av ordet Interactive, som är skrivet med annat typsnitt än orden tele InfoMedia.

## DOMSKÄL

I den av Telia påtalade marknadsföringen har Interactive framhävt beteckningen tele InfoMedia. Härigenom föreligger en klar risk för att konsumenterna får uppfattningen att Interactive och de av bolaget marknadsförda produkterna/tjänsterna har anknytning till Teliakoncernen, vars kännetecken Telia InfoMedia får anses vara väl känt. Interactives användning av beteckningen Teleinfomedia, eller som det angivits i den påtalade marknadsföringen, tele InfoMedia, är därför vilseledande och innebär otillåten renommésnyltning på det sätt som Telia anfört. Den påtalade marknadsföringen är således otillbörlig enligt MFL och Telias förbudsyrkande skall, med viss justering, bifallas.

Vid denna utgång är Telia berättigad att erhålla ersättning för sina rättegångskostnader. Den av Telia yrkade ersättningen får anses skälig.

På Marknadsdomstolens vägnar

Lars Jonson

Ledamöter: Lars Jonson, Brita Swan, Ella Nyström, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Magnus Jonson

Rätt avskrivet intygar

Monica Stenderup