

KÄRANDE

L. Optiker Aktiebolag, 556150-0256, Box 104, 461 23

TROLLHÄTTAN

Ställföreträdare: styrelseledamoten P. L., adress som ovan

SVARANDE

Axet Optik Trestad AB, 556370-8246, Kungsgatan 18,

451 30 UDDEVALLA

Ställföreträdare: styrelseledamoten L. B., adress som ovan

SAKEN

marknadsföring av glasögon m.m.

DOMSLUT

Marknadsdomstolen förbjuder Axet Optik Trestad AB vid vite av fyrahundratusen (400 000) kr att vid marknadsföring av bolagets produkter använda formuleringarna

- a) "Smått skrytsamt men ändå sant att vi är bättre än konkurrenterna",
- b) "Eftersom vi till skillnad från konkurrenterna håller nere priserna så säljer vi många glasögon och linser",
- c) "Enligt ordboken så betyder 'ockrare' att ta oskäligt betalt",
- d) "Optiker. Inte ockrare.",
- e) "Vill du ha världens bästa glas?",
- f) "Kompleta progressiva glasögon med världens bästa glas",
- g) "Garanterat nöjd."

YRKANDEN M. M.

L. Optiker AB (L.) har påtalat två reklamutskick som använts i Axet Optik Trestad AB:s (Axet) marknadsföring av sina produkter. Utvalda sidor av utskicken återges i domsbilaga.

L. har, som dess talan slutligen har bestämts och som den uppfattas av Marknadsdomstolen, yrkat att Marknadsdomstolen vid vite skall förbjuda Axet att vid marknadsföring av sina produkter använda följande formuleringar:

- a) "Smått skrytsamt men ändå sant att vi är bättre än konkurrenterna",
- b) "Eftersom vi till skillnad från konkurrenterna håller nere priserna så säljer vi många glasögon och linser.",
- c) "Enligt ordboken så betyder 'ockrare' att ta oskäligt betalt",
- d) "Optiker. Inte ockrare.",
- e) "Vill du ha världens bästa glas?",
- f) "Kompleta progressiva glasögon med världens bästa glas",
- g) "Garanterat nöjd."

Axet har bestritt yrkandena. I vart fall har Axet bestritt att ett förbud skall förenas med vite.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

Parterna har anfört i huvudsak följande.

L.

Påståendena om att Axet är bättre än konkurrenterna är inte sanna. Axets marknadsföring är vilseledande. Troligen gör Axets anställda optiker som alla andra optiker gör, dvs. sitt bästa. Det är nog inget fel på Axets synundersökningar, glasögon, bågar och garantier och deras priser är nog rimliga. Att säga att Axet är bättre än sina konkurrenter är dock osant. L. har nio undersökningsrum med modernaste utrustning. Företaget säljer märkesvaror, såsom Armani, Björn Borg, Skaga och Peak Performance, men tillhandahåller även ett stort låpris-sortiment. Axet säljer inte märkesvaror. Vid en jämförelse av priser på s.k. låprisbågar håller det egna företaget lägre priser än vad Axet gör. Axet håller inte heller lägre pris än vad L. gör såvitt avser de mest sålda kontaktlinserna. Vidare erbjuder L. tre års garanti medan Axet erbjuder två års garanti.

När det gäller påståendet att Axet säljer många glasögon och linser eftersom de till skillnad från konkurrenterna håller nere priserna kan framhållas att det är hård konkurrens på marknaden och att alla optikerföretag tvingas hålla nere priserna om de vill överleva.

Formuleringarna i stora direktutskick där Axet jämför sina kollegor med ockrare är upprörande och ger sken av att Axet är ett undantag på den annars inkompetenta optikermarknaden. Axet försöker framstå som stor och ideell i motsats till alla andra optikerföretag.

Påståendena i Axets marknadsföring om att Evolis är världens bästa glas är också osant. Visserligen är Evolis ett bra glas som vann ett pris för nyskapande på en mäsas i Paris, men franska glas brukar vinna i Frankrike. Att en produkt har vunnit ett pris visar ju inte att den är bäst i världen. Den okunnige läsaren av Axets marknadsföring kommer att tro att Evolis är världens bästa glas.

Slutligen ifrågasätts om man som Axet gör i sin marknadsföring kan påstå ”garanterat nöjd”. Ambition, målsättning, förhoppning och önskan om att kunden ska bli nöjd är förståeligt, men kan man garantera det?

Axet

De av L. kritiserade formuleringarna har inte i någon del haft till syfte att vilseleda konsumenterna och Axet tror inte heller att så har skett. Sedan företaget tagit del av L:s stämning har företaget beslutat att omedelbart upphöra med den påtalade annonseringen. Eftersom kampanjen har upphört och inte kommer att upprepas saknas anledning att utfärda vitesförbud. Om L. hade kontaktat Axet innan talan väcktes, skulle annonseringen ha upphört utan rättegång. Rättegången har således påkallats av L. i onödan.

Såvitt avser uttrycket garanterat nöjd är avsikten med det naturligtvis inte att lämna en garanti i lagens mening. Som tydligt framgår, om uttrycket läses i sitt sammanhang, dvs. ”Garanterat nöjd. Om du inte är nöjd kan vi inte vara glada”, syftar uttrycket till att förmedla information om Axets avsikt att verka för att kunden ”garanterat” skall vara nöjd. Uttrycket är således närmast ett värdeomdöme, för vilket inte kan krävas objektiv bevisning.

BEVISNING

L. har som skriftlig bevisning åberopat de reklamutskick där den påtalade marknadsföringen förekommer. Axet har inte åberopat någon bevisning.

DOMSKÄL

Enligt marknadsföringslagen (1995:450) (MFL) skall marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenterna och näringsidkarna. Detta innebär bland annat att marknadsföring skall vara vederhäftig. Den som i marknadsföring använder ett påstående skall kunna styrka påståendets riktighet. Kan han – i detta fall Axet – inte det är påståendet att anse som ovederhäftigt och marknadsföringen därmed otillbörlig. Den påtalade marknadsföringen skall bedömas från dessa utgångspunkter och vad som tidigare framhållits i avgöranden av domstolen om att det från både konsumenternas och näringslivets synpunkt är angeläget att motverka överdrifter i reklam. Vid vederhäftighetsbedömningen är det vidare avgörande hur en framställning i reklam vid en översiktlig läsning uppfattas av dem till vilka den riktar sig. Vilket intryck andra kan få eller vad avsändaren eller annonsören har menat har alltså ingen betydelse. Vad Axet anfört om att den påtalade reklamen inte haft till syfte att vilseleda konsumenterna påverkar därför inte Marknadsdomstolens bedömning.

Enligt MFL är en framställning i vilken en annan näringsidkares verksamhet misskrediteras otillbörlig. För att otillåten misskreditering skall föreligga krävs inte att någon eller några särskilda näringsidkare pekas ut, utan misskrediteringen kan vara riktad mot en mer obestämd krets av näringsidkare (MD 2002:18).

Av 6 § MFL framgår att en näringsidkare vid marknadsföringen inte får använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annan näringsidkares verksamhet. Vidare framgår att detta särskilt gäller framställningar som avser bl.a. produktens kvalitet och pris.

Som framgår av motiven till MFL och av Marknadsdomstolens praxis finns inget hinder mot att förbud meddelas i fråga om ett påtalat förfarande även om förfarandet har upphört.

Yrkandena under a) – f)

L. har, som Marknadsdomstolen uppfattar företagets talan, gjort gällande att formuleringarna är ovederhäftiga och vilseledande enligt MFL.

Formuleringen under yrkande a) förmedlar enligt Marknadsdomstolens mening intrycket att Axets produkter faktiskt är bättre än konkurrenternas såvitt avser priser, produktkvalité, synundersökningar och service i övrigt. Formuleringarna i yrkandena b) – d) kan inte uppfattas på något annat sätt än att Axet är billigare än konkurrenterna som tar oskäligt mycket betalt för sina produkter och tjänster. Formuleringarna innehållande ”världens bästa glas” under yrkandena e) och f) förmedlar budskapet att bättre glasögon inte kan köpas. Axet har inte åberopat någon utredning som visar att företaget har haft fog för några av dessa påståenden. Formuleringarna i yrkandena a) till f) är således vilseledande och därmed otillbörliga enligt MFL. Förbud skall därför meddelas att använda dessa formuleringar.

Som Marknadsdomstolen uppfattar L:s talan har såvitt avser formuleringarna i yrkandena c) och d) även gjorts gällande att dessa är misskrediterande.

Sakuppgifterna i dessa formuleringar om vad ockrare enligt ordboken betyder och det förhållandet att Axet inte är ockrare är visserligen, såvitt har framkommit i målet, korrekta. Enligt Marknadsdomstolens mening ger formuleringarna likväl intrycket att andra optiker betar sig på ett förkastligt sätt genom att ta ut oskäligt höga priser. Uttrycken har en starkt nedsätande innebörd och är misskrediterande för konkurrerande optiker. Formuleringarna är således otillbörliga enligt 4 § MFL. Förbud skall därför meddelas att använda dessa formuleringar även på denna grund.

Yrkande g)

L. har slutligen, som dess talan får uppfattas, gjort gällande att uttrycket ”Garanterat nöjd” är vilseledande eftersom det kan uppfattas som att en garanti i lagens mening erbjuds, trots att så inte är fallet.

Av Internationella handelskammarens (ICC) grundregler för reklam, artikel 15, framgår – såvitt nu är i fråga – att reklam får hänvisa till en garanti endast om denna ger konsumenten en rättslig förmån utöver vad som följer av lag.

Uttrycket ”garanterat nöjd” utgör enligt Marknadsdomstolens mening ett sådant jämförligt uttryck som avses i artikel 15 i grundreglerna. Även om uttrycket läses i sitt sammanhang förmedlar det vid en översiktlig läsning intrycket att Axet åtar sig ett särskilt och verkligt ansvar gentemot köparen. Som framgår av Axets svaromål var avsikten med att använda uttrycket inte att lämna en garanti i lagens mening utan uttrycket skall närmast uppfattas som ett värdeomdöme. Under sådana förhållanden är användningen av ett sådant garantiuttryck vilseledande enligt 6 § MFL.

Vite

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte. Förbudet skall därför förenas med vite.

Rättegångskostnader

Då varken L. eller Axet har yrkat ersättning för rättegångskostnader saknas anledning att bedöma huruvida, som Axet har anfört, L. har inlett en onödig rättegång.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Ingrid Larén Marklund, Per Eklund, Jonas Häckner, Marianne Reuterskiöld och Anders Stenlund. Enhälligt.

Sekreterare: Malin Nyman