

**KÄRANDE**

Eniro Sverige AB, 169 87 STOCKHOLM  
Ombud: advokaten M. J.  
S. & Partners Advokatbyrå KB,  
Engelbrektsgatan 7, 114 32 STOCKHOLM

**SVARANDE**

Millivanilli Reklam & Media AB,  
Erik Segersälls väg 3, 126 50 HÄGERSTEN

**SAKEN**

marknadsföring av företagskataloger m.m.

---

**DOMSLUT**

1. Marknadsdomstolen förbjuder Millivanilli Reklam & Media AB vid vite av femhundra-tusen (500 000) kr att vid marknadsföring av företagskataloger och branschregister använda beteckningen GULA SIDORNA eller väsentligen samma beteckning.
2. Millivanilli Reklam & Media AB skall ersätta Eniro Sverige AB dess rättegångskostnader med fyrtyotretusenåttahundrasextio (43 860) kr avseende ombudsarvode jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

## **YRKANDEN M.M.**

Eniro Sverige AB (Eniro) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite av 1 000 000 kr, eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt, skall förbjuda Millivanilli Reklam & Media AB (Millivanilli) att vid marknadsföring av företagskataloger och branschregister använda beteckningen GULA SIDORNA eller väsentligen samma beteckning.

Eniro har vidare yrkat ersättning för rättegångskostnader med 43 860 kr avseende ombudsarvode.

Millivanilli har förelagts att inkomma med svaromål och beretts tillfälle att slutföra sin talan, men inte hörts av.

Marknadsdomstolen har den 3 november 2006 interimistiskt förbjudit Millivanilli att vid marknadsföring av företagskataloger och branschregister använda beteckningen GULA SIDORNA eller väsentligen samma beteckning.

## **GRUNDER**

Eniro har som grund för käromålet anfört följande.

Eniro ger ut den sedan lång tid etablerade telefonkatalogen GULA SIDORNA. GULA SIDORNA förknippas starkt med ett visst ursprung samt är mycket väl känt och har ett betydande uppmärksamhetsvärde.

Millivanilli marknadsför ett s.k. branschregister (företagskatalog) under kännetecknet GULA SIDORNA. Marknadsföringen har skett genom utskick av korrektur/orderbekräftelser för införande av företagsuppgifter i branschregistret samt fakturor.

Genom att Millivanilli i sin marknadsföring använder benämningen GULA SIDORNA – som är identiskt med Eniros kännetecken GULA SIDORNA – vilseleds kunderna om det kommersiella ursprunget och om kännetecknen. Marknadsföringen strider således mot 6 § marknadsföringslagen (1995:450), MFL. Den påtalade marknadsföringen innebär också att Millivanilli på ett otillbörligt sätt anknyter till GULA SIDORNA (renommésnyltning) i strid mot 4 § MFL.

Millivanillis marknadsföring är vilseledande och sker under bedrägerilikhande former som medför en avsevärd störning av den aktuella marknaden. Den medför också en betydande skada för Eniro. Den påtalade marknadsföringen kan antas ha inbringat betydande belopp. Mot denna bakgrund bör vitesbeloppet sättas högt för att bli verkningsfullt.

## **UTVECKLING AV TALAN**

Eniro har anfört i huvudsak följande.

### *Allmänt om Gula Sidorna*

Varumärket GULA SIDORNA har varit föremål för ett omfattande bruk sedan år 1979, då det började användas som varumärke för telekataloger. GULA SIDORNA är sedan många år ett i Sverige starkt inarbetat och väl ansett varumärke. Eniro använder GULA SIDORNA som varumärke för annons- och reklamverksamhet vid utgivning av telefonkataloger. Dessa kataloger innehåller uppgifter om företags namn, telefonnummer, adress m.m. samt ett stort antal annonser. Företagen betalar ersättning till Eniro för införandet av dessa uppgifter och annonser.

Katalogen GULA SIDORNA i tryckt form ges ut i 28 regionala versioner över hela landet i en årlig upplaga om sammanlagt ca 6,7 miljoner exemplar. Katalogen når således i princip varje enskild innehavare av teleabonnemang i Sverige. Varje år används den tryckta katalogen vid ca 311 miljoner tillfällen.

Till följd av den ökade användningen av Internet introducerades 1996 katalogen på hemsidan [www.gulasidorna.se](http://www.gulasidorna.se). Även denna utgivningsform har sedan starten haft ett mycket stort antal användare. I januari 2003 uppgick antalet unika besökare (det antal olika datorer från vilka sökningar på hemsidan gjorts) till ca 1,6 miljoner. GULA SIDORNA på Internet ingår numera som en del av Internetportalen [eniro.se](http://eniro.se). Internetadressen [www.gulasidorna.se](http://www.gulasidorna.se) finns dock alltjämt kvar, men leder till den nya portalen genom s.k. ompekning. Under perioden 2005 och första halvåret 2006 har antalet unika besökare varje månad, med ett undantag, uppgått till mellan 2,4 och 2,8 miljoner.

GULA SIDORNA ges dessutom ut i en CD-ROM-version, en pocketupplaga och används i samband med nummerupplysningen 118 118 och som s.k. WAP-tjänst. Som framgår finns GULA SIDORNA i olika former i princip hos alla hushåll och företag i Sverige. Telefonkatalogen GULA SIDORNA har i sina olika former genom ett mycket målinriktat och omfattande marknadsföringsarbete blivit synnerligen väl känd och ett mycket stort uppmärksamhets- och goodwillvärde har upparbetats. Utöver de direkta investeringarna i marknadsföringen tillkommer ett betydande värde genom den omfattande spridningen av GULA SIDORNA. Sedan 1996 har tillgängligheten av GULA SIDORNA på Internet bidragit till en allt starkare ställning för GULA SIDORNA på den svenska marknaden.

Genom den kontinuitet och den höga kvalitet, i form av bl.a. korrekta uppgifter och stor spridning, som kännetecknar GULA SIDORNA, har katalogen också kommit att få ett mycket gott rykte och förtroende hos såväl reklamköpare som användare. Detta är av väsentlig betydelse på en marknad där det även finns gott om oseriösa aktörer. Eniro – och tidigare Telia – har därför också löpande vidtagit åtgärder mot sådana aktörer som snyltat på GULA SIDORNAs renommé och försökt vilseleda om det kommersiella ursprunget och kännetecknet.

Eniros systerbolag Telia InfoMedia Varumärke AB (TIMV) är innehavare av varumärkesregistreringen GULA SIDORNA för bl.a. telefonkataloger och Eniro använder varumärkena med samtycke från TIMV.

#### *Marknadsundersökning rörande kännedom om GULA SIDORNA som varumärke*

Eniro genomför regelbundet undersökningar angående allmänhetens kännedom om GULA SIDORNA. Kännedomen (kännedom med s.k. hjälpt erinran) har under senare år konstant legat omkring 95 procent, vilket är en exceptionellt hög kännedom.

Av en tidigare undersökning utförd 2004 bland företag i Sverige framgår att 96,7 procent av respondenterna spontant förknippar GULA SIDORNA med en telefonkatalog eller liknande. Dessutom har 75,2 procent av respondenterna svarat att – om de fick ett erbjudande att annonsera i GULA SIDORNA – så skulle de tro att erbjudandet avsåg en telefonkatalog från ett visst företag.

Undersökningen visar således att GULA SIDORNA starkt förknippas med ett visst ursprung samt att GULA SIDORNA är mycket väl känt och har ett betydande uppmärksamhetsvärde.

#### *Marknadsföringen av GULA SIDORNA*

Marknadsföringen av katalogen under varumärket GULA SIDORNA sker genom säljkårens dagliga arbete och omfattande reklam i tidningar, på radio, TV, bio, Internet och arenor. De sammanlagda direkta investeringarna i marknadsföringen under åren 1998-2002 uppgick till drygt 1,1 miljard kronor.

#### *Den påtalade marknadsföringen och överträdelsen*

Millivanillis marknadsföring sker genom utskick av korrektur/orderbekräftelser samt fakturor. Millivanilli tillsänder företag underlag och orderbekräftelser för vad som påstås avse införande av text i ett branschregister. Genom att det på handlingarna anges GULA SIDORNA i likadant typsnitt och storlek som Eniro använder vilseleds företag att tro att Eniro är avsändare och att det är ett införande i GULA SIDORNA som avses. På fakturor från Millivanilli anges också Gula Sidorna som avsändare.

Såvitt Eniro känner till ger inte Millivanilli ut något branschregister och något införande i sådant register förekommer överhuvudtaget inte för dem som förleds att betala in pengar på Millivanillis bankgirokonto. Eniro har kontaktats av ett flertal företag som har vilseletts av Millivanillis marknadsföring. Millivanilli är uppsatt på Svensk Handels varningslista. Det bankgirokonto som anges på fakturorna innehas av Millivanilli.

Marknadsföringen är således mycket förslagen och otillbörlig i flera avseenden samt orsakar Eniro och andra företag stora skador. Det är uppenbart att Millivanillis marknadsföring syftar till att vilseleda i fråga om Millivanillis egen och Eniros verksamhet, om registrets kommersiella ursprung samt om kännetecken.

#### **BEVISNING**

Eniro har åberopat viss skriftlig bevisning, däribland korrektur/orderbekräftelser, fakturor och en marknadsundersökning.

## DOMSKÄL

Eniro har gjort gällande att den påtalade marknadsföringen dels utgör renommésnyltning enligt 4 § MFL, dels är vilseledande om det kommersiella ursprunget och om kännetecknen enligt 6 § MFL.

En förutsättning för att ett förfarande skall kunna utgöra renommésnyltning eller vara vilseledande på det sätt Eniro har påstått är att det som har utnyttjats är känt på marknaden så att det förknippas med en annan näringsidkares verksamhet. Marknadsdomstolen har i ett tidigare avgörande (se MD 2006:1) uttalat att det måste anses klarlagt att Gula Sidorna är så väl känt på den svenska marknaden att det medför ett renommé för Eniro samt att kännetecknet i hög grad förknippas med Eniros verksamhet. Något skäl att frångå den bedömningen i det nu aktuella målet föreligger inte.

Marknadsdomstolen finner inte anledning att ifrågasätta de uppgifter Eniro lämnat avseende Millivanillis marknadsföring. Millivanilli har i sin marknadsföring, genom utskick av korrektur/orderbekräftelser samt fakturor, på ett mycket medvetet och förslaget sätt anknutit till Eniros telefonkatalog GULA SIDORNA. Härigenom har Millivanilli utnyttjat det positiva uppmärksamhetsvärde som Eniro har skapat hos användarna. Marknadsföringen utgör därför renommésnyltning enligt 4 § MFL. Det föreligger vidare en uppenbar risk för att användarna får uppfattningen att Millivanilli och dess produkt GULA SIDORNA har anknytning till Eniro och dess verksamhet. Marknadsföringen innebär därför även ett vilseledande om det kommersiella ursprunget och om kännetecknen enligt 6 § MFL.

Eniros yrkande skall i enlighet med det anförda bifallas i dess helhet.

### *Vite*

Enligt 19 § MFL skall ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Några sådana särskilda skäl föreligger inte i förevarande fall. Förbudet skall därför förenas med vite och skäl att frångå sedvanligt vitesbelopp föreligger inte.

*Rättegångskostnader*

Med hänsyn till utgången i målet skall Millivanilli förpliktas att ersätta Eniro för dess rättegångskostnader. Yrkat belopp får anses skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar

C H Fallenius

Ledamöter: Christer Fallenius, ordförande, Jörgen Holgersson, Per Eklund och Jonas Häckner. Enhälligt

Sekreterare: Lovisa Eriksson