



MARKNADSDOMSTOLEN

DOM

2013:15

2013-09-24

Mål nr B 1/13

KÄRANDE

Konsumentombudsmannen, Box 48,
651 02 Karlstad

SVARANDE

1. Genilab of Scandinavia Aktiebolag,
556247-6753, Riddargatan 14,
114 35 Stockholm

2. A-C. N.,
Res. St. Georges, 01210 Ferney-Voltaire,
Frankrike

SAKEN

Marknadsföring av hälsoprodukt

DOMSLUT

1. Marknadsdomstolen förbjuder var och en av Genilab of Scandinavia Aktiebolag och A-C. N. vid vite av en miljon (1 000 000) kr att vid marknadsföring av produkten SlimVest, eller väsentligen samma produkt, påstå att användandet av denna produkt medför viktminskning, ökad energi eller att kroppen avgiftas, om så inte är fallet.

2. Genilab of Scandinavia Aktiebolag och A-C. N. ska solidariskt ersätta Konsumentombudsmannen för rättegångskostnader med 20 000 kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för Marknadsdomstolens dom till dess betalning sker.

Postadress
Box 2217
103 15 Stockholm

Besöksadress
Birger Jarls Torg 9

Telefon
08-412 10 30
E-post
mail@marknadsdomstolen.se
<http://www.marknadsdomstolen.se>

Telefax
08-21 23 35

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00 – 15:00
Lunchstängt
12:00 – 13:00

YRKANDEN M.M.

- 1 Konsumentombudsmannen (KO) har yrkat att Marknadsdomstolen vid vite förbjuder Genilab of Scandinavia Aktiebolag (Genilab) och A-C. N. att vid marknadsföring av SlimVest eller liknande produkt påstå eller genom annan framställning ge konsumenten intryck av att användningen av SlimVest medför att användaren minskar i vikt, får mer energi och/eller att kroppen avgiftas, om så inte är fallet.
- 2 Genilab och A-C. N. har medgett talan.
- 3 KO har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader.

BAKGRUND

- 4 A-C. N. är ensam styrelseledamot i Genilab. Genilab driver rörelse i två butiker i Stockholm, La Clinique och À la boutique. Den påtalade marknadsföringen avser en dräkt, SlimVest, som påstås kunna leda till bl.a. viktnedgång. Marknadsföringen har förekommit på webbplatserna www.laclinique.se och www.alaboutique.se samt som en annons i tidskriften Tara under 2012, se *doms-bilaga 1-3*.
- 5 KO har i februari 2013 förelagt Genilab att upphöra med den påtalade marknadsföringen vid vite. Föreläggandet godkändes inte av Genilab. KO väckte talan i Marknadsdomstolen den 21 maj 2013.

GRUNDER OCH UTVECKLING AV TALAN

- 6 KO har anfört i huvudsak följande. SlimVest är en dräkt som enligt marknadsföringen kan användas för att gå ned i vikt samtidigt som den ger brukaren mer energi och därmed är uppiggande. Dessutom påstås att användandet av dräkten medför en ”detox”, dvs. en avgiftning av kroppen. I marknadsföringen anges vidare bl.a. att det finns vetenskapligt stöd för produktens fettreducerande effekter. Genilab och A-C. N. har inte styrkt sina påståenden, varför marknadsföringen är vilseledande enligt 10 § andra stycket 2 marknadsföringslagen (2008:486), MFL. Marknadsföringen är även otillbörlig enligt 8 § MFL eftersom den påverkar eller

sannolikt påverkar mottagarnas förmåga att fatta ett välgrundat beslut. A-C. N. är ensam styrelseledamot i Genilab och måste därför anses ha haft ett bestämmande inflytande över bolaget och aktuell marknadsföring. Förutsättningar för att meddela ett förbud även mot henne enligt reglerna om medverkansansvar i 23 § andra stycket MFL föreligger därför.

- 7 Genilab och A-C. Nilson har anfört följande. Yrkandet medges och produkten är borttagen från aktuella webbplatser och kommer inte att marknadsföras av Genilab framdeles. Det ska dock framhållas att marknadsföringsmaterialet har erhållits i god tro från tillverkaren av produkten. Produkten säljs över hela världen och genom välrenommerade läkare och plastikkirurger.

BEVISNING

- 8 KO har åberopat skriftlig bevisning.

DOMSKÄL

- 9 Målet rör en dräkt, SlimVest, som i påtalad marknadsföring har påståtts ha bl.a. vetenskapligt bevisade viktreducerande effekter, som kan inträda redan efter fyra veckors användande utan krav på motion eller ändrade kostvanor. Därutöver har dräkten påståtts kunna öka energin hos användaren och leda till en avgiftning av kroppen.
- 10 Enligt 10 § MFL får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. I paragrafens andra stycke finns en inte uttömmande lista av otillåtna framställningar, där det i punkten 2 nämns sådana angående produktens inverkan på hälsa. Enligt 8 § MFL är marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § MFL att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (det s.k. transaktionstestet).

- 11 En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får enligt 23 § första stycket MFL förbjudas att fortsätta med denna. Enligt reglerna om s.k. medverkansansvar i 23 § andra stycket MFL får ett förbud också meddelas den som handlar på näringsidkarens vägnar samt var och en som i övrigt väsentligt har bidragit till marknadsföringen.
- 12 Marknadsdomstolen har vid flera tillfällen prövat marknadsföring av bantningsprodukter och därvid framhållit att det ställs särskilt höga krav på vederhäftighet i fråga om sådana framställningar (se t.ex. MD 2003:26, 2004:20 och 2006:21).
- 13 Det är den som ansvarar för en marknadsföringsåtgärd som har bevisbördan för att gjorda marknadsföringspåståenden är riktiga. Om detta inte bevisas anses påståendena ifråga vara vilseledande.
- 14 Genilab och A-C. N. har medgett talan och har inte åberopat någon bevisning till styrkande av att produkten har de i marknadsföringen utlovade egenskaperna. De aktuella påståendena är alltså obestyrkta och är därför vilseledande. Det s.k. transaktionstestet är också uppfyllt, varför påståendet är otillbörligt enligt 8 § MFL.
- 15 Det är uppenbart att A-C. N. genom sin position i bolaget väsentligt måste ha bidragit till marknadsföringen. Ett förbud ska alltså meddelas både mot Genilab och A-C. N. Förbudsyrkandet bör få den utformning som framgår av domslutet. (Angående lokutionen ”om så inte är fallet”, se MD 2013:13 punkt 578.)

Vite

- 16 Enligt 26 § MFL ska ett förbud förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt. Sådana särskilda skäl föreligger inte i målet. Det föreligger inte heller skäl att frångå gällande praxis beträffande vitesbeloppets storlek.

Rättegångskostnader

Vid ovan angiven utgång ska Genilab och A ————— N — förpliktas att solidariskt betala KO:s rättegångskostnader. Yrkat belopp är skäligt.

På Marknadsdomstolens vägnar



Per Carlson

Ledamöter: Per Carlson, ordförande, Lars Borg, Christer Fallenius, Astri Muren och Anders Stenlund. Enhälligt

Sekreterare: Mikael Pauli