



SVEA HOVRÄTT
Patent- och
marknadsöverdomstolen
Rotel 020110

DOM
2025-01-24
Stockholm

Mål nr
PMT 2942-23

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolen dom 2023-02-03 i mål PMT 5804-21, PMT 5818-21 och PMT 5825-21, se bilaga A

PARTER

Klagande

1. Dressmann AB, 556529-5960
Box 4012
169 04 Stockholm

2. LeeWrangler Sweden AB, 559187-4721
Kaptensgatan 3
114 57 Stockholm

3. Wrangler Apparel Corp.
3411 Silverside Road, 201 Baynard Building
Wilmington, Delaware 19810
USA

Ombud för 1–3: Advokaterna C.B. och A.K. samt biträdande juristen E.M.

Motpart

Aktiebolaget Trav och Galopp, 556180-4161
161 89 Stockholm

Ombud: Advokaterna P.S., U.N. och T.G. Advokatbyrån Gulliksson AB
Box 739
220 07 Lund

SAKEN

Varumärkesintrång

Dok.Id 2127300

Postadress Box 2290 103 17 Stockholm	Besöksadress Birger Jarls Torg 16	Telefon 08-561 670 00 08-561 675 00 E-post: svea.avd2@dom.se www.patentochmarknadsoverdomstolen.se	Telefax	Expeditionstid måndag – fredag 08:00–16:30
---	---	--	----------------	---

PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS DOMSLUT

1. Patent- och marknadsöverdomstolen ändrar Patent- och marknadsdomstolens domslut, punkterna 1–3, på följande sätt.

a) Patent- och marknadsöverdomstolen ogillar käromålen i deras helhet.

b) Patent- och marknadsöverdomstolen befriar Dressmann AB från skyldigheten att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förpliktar Aktiebolaget Trav och Galopp att ersätta Dressmann AB för rättegångskostnaden där med 2 283 948 kr, och ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsdomstolens dom. Av beloppet avser 2 071 500 kr ombudsarvode.

c) Patent- och marknadsöverdomstolen befriar LeeWrangler Sweden AB från skyldigheten att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förpliktar Aktiebolaget Trav och Galopp att ersätta LeeWrangler Sweden AB för rättegångskostnaden där med 2 283 948 kr och ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsdomstolens dom. Av beloppet avser 2 071 500 kr ombudsarvode.

d) Patent- och marknadsöverdomstolen befriar Wrangler Apparel Corp. från skyldigheten att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förpliktar Aktiebolaget Trav och Galopp att ersätta Wrangler Apparel Corp. för rättegångskostnaden där med 2 403 448 kr, och ränta på beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsdomstolens dom. Av beloppet avser 2 191 000 kr ombudsarvode.

2. Aktiebolaget Trav och Galopp ska ersätta Dressmann AB:s rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 1 320 556 kr, varav 1 307 250 kr avser ombudsarvode, och ränta på det först nämnda beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsöverdomstolens dom till dess betalning sker.

3. Aktiebolaget Trav och Galopp ska ersätta LeeWrangler Sweden AB:s rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 1 320 556 kr, varav 1 307 250 kr avser ombudsarvode, och ränta på det först nämnda beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsöverdomstolens dom till dess betalning sker.
 4. Aktiebolaget Trav och Galopp ska ersätta Wrangler Apparel Corps. rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen med 1 320 556 kr, varav 1 307 250 kr avser ombudsarvode, och ränta på det först nämnda beloppet enligt 6 § räntelagen från dagen för Patent- och marknadsöverdomstolens dom till dess betalning sker.
 5. Vad Patent- och marknadsdomstolen har förordnat om sekretess ska bestå med den preciseringen att förordnandet avser uppgifter om mätresultat, undersökningsresultat och finansiella uppgifter samt att förordnandet vad avser aktbilaga 332 och 346 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5804-21, aktbilaga 140 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5818-21 och aktbilaga 159 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5825-21 inte längre ska bestå.
 6. Sekretessbestämmelsen i 36 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) ska, i den mån uppgifterna inte tagits in i domen, fortsätta att vara tillämplig på uppgifterna om mätresultat, undersökningsresultat och finansiella uppgifter i aktbilaga 93 (s. 244, 280–292, 421–423, 428, 429, 436, 437 och 495) i Patent- och marknadsöverdomstolens mål, samt dels aktbilagorna 284, 285, 483, 503–505, 507, 510, 512, 513, 516, 517, 521, 523–527, 530, 531 och 533 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5804-21, dels aktbilagorna 272, 292–294, 296, 299, 301, 302, 305, 306, 310, 312–316, 319, 320 och 322 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5818-21, och dels aktbilagorna 291, 311–313, 315, 318, 320, 321, 324, 325, 329, 331–335, 338, 339 och 341 i Patent- och marknadsdomstolens mål PMT 5825-21, vilka samtliga har lagts fram vid huvudförhandlingen i Patent- och marknadsöverdomstolen inom stängda dörrar.
-

Innehåll

1. YRKANDEN M.M. I PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLEN.....	6
1.1 Dressmann AB	6
1.2 LeeWrangler Sweden AB	6
1.3 Wrangler Apparel Corp.	7
2. PARTERNAS TALAN I PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLEN	7
2.1 Trav och Galopp.....	8
2.2 Klagandebolagen.....	9
2.2.1 Trav och Galopp har inte använt varumärket för varuslaget kläder	9
2.2.2 Varumärkesintrång	9
2.2.3 Klagandebolagens ansvar	10
2.2.4 Vitesförbud.....	10
3. UTREDNINGEN.....	10
4. PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS DOMSKÄL	11
4.1 Inledning.....	11
4.1.1 Prövningsramen och vissa andra processuella frågor.....	11
4.1.2 Prövningsordning	12
4.2 Förstahandsgrunden avseende intrång i EU-varumärket (-626).....	12
4.2.1 Inledning	12
4.2.2 Rättsliga utgångspunkter.....	14
4.2.3 Invändningarna om Trav och Galopps icke-användning och varumärkets ogiltighet.....	14
4.2.4 Klagandebolagens faktiska användning av de påtalade kännetecknen	15
4.2.5 Omsättningskretsen och genomsnittskonsumenten.....	16
4.2.6 Frågan om vilken användning som har utgjort känneteckensanvändning ...	16
4.2.7 Intrång på grund av dubbel identitet.....	17
4.2.8 Intrång på grund av risk för förväxling.....	18
4.2.8.1 Särskiljningsförmåga	19
4.2.8.2 Varu- och tjänsteslagslikhet	19
4.2.8.3 Likhet mellan kännetecknen.....	19
4.2.8.4 Övriga omständigheter av betydelse vid förväxlingsbedömningen	20
4.2.8.5 Sammanvägd bedömning avseende förväxlingsrisken	22
4.3 Andra- och tredjehandshandsgrunderna avseende intrång i övriga EU-varumärken och i de svenska varumärkena.....	23

4.3.1 Inledning	23
4.3.2 Rättsliga utgångspunkter.....	24
4.3.3 Omsättningskretsen	26
4.3.4 Intrång i ett utökat skydd	26
4.3.4.1 Frågan om varumärkena är kända i Sverige och EU	26
4.3.4.2 Samband mellan klagandebolagens kännetecken i domsbilagorna 1–3 och Trav och Galopps varumärken	28
4.3.4.3 Otillbörlig fördel av eller förfång för varumärkenas särskiljningsförmåga eller renommé	29
4.3.4.4 Sammanvägd bedömning av frågan om intrång i ett utökat skydd	30
4.4 Patent- och marknadsöverdomstolens sammanfattande bedömningar.....	31
4.5 Rättegångskostnader.....	31
4.6 Sekretess	32
4.7 Överklagande	33

1. YRKANDEN M.M. I PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLEN

1.1 Dressmann AB

Dressmann AB (Dressmann) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ogilla käromålet mot Dressmann, befria Dressmann från att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopps (Trav och Galopp) rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förplikta Trav och Galopp att i stället ersätta Dressmanns rättegångskostnad där.

Dressmann har i andra hand yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska

- a) begränsa vitesförbudet till att avse endast näringsverksamhet i Sverige,
- b) precisera förbudet och skyldigheten att betala skälig ersättning på så sätt att de korresponderar mot de intrång som domstolen finner att Dressmann ansvarar för samt – under alla förhållanden – förordna att förbudet ska träda i kraft tidigast sex månader efter att domen vunnit laga kraft.

1.2 LeeWrangler Sweden AB

LeeWrangler Sweden AB (LeeWrangler) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ogilla käromålet mot LeeWrangler, befria LeeWrangler från att ersätta Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förplikta Trav och Galopp att i stället ersätta LeeWranglers rättegångskostnad där.

LeeWrangler har i andra hand yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska

- a) begränsa vitesförbudet till att endast avse näringsverksamhet i Sverige,
- b) precisera förbudet och skyldigheten att betala skälig ersättning på så sätt att de avser LeeWranglers egen försäljning och korresponderar mot de intrång som domstolen finner att LeeWrangler ansvarar för samt – under alla förhållanden – förordna att förbudet ska träda i kraft tidigast sex månader efter att domen vunnit laga kraft.

1.3 Wrangler Apparel Corp.

Wrangler Apparel Corp. (WAC) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ogilla käromålet mot WAC, befria WAC från att ersätta Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förplikta Trav och Galopp att i stället ersätta WAC:s rättegångskostnad där.

WAC har i andra hand yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska

- a) begränsa vitesförbudet till att endast avse näringsverksamhet i Sverige,
- b) precisera förbudet och skyldigheten att betala skälig ersättning på så sätt att de avser WAC:s medverkan till LeeWranglers försäljning och korresponderar mot de intrång som domstolen finner att WAC ansvarar för samt – under alla förhållanden – förordna att förbudet ska träda i kraft tidigast sex månader efter att domen vunnit laga kraft.

Trav och Galopp har motsatt sig att Patent- och marknadsdomstolens dom ändras. För det fall en omställningstid ska bestämmas, har Trav och Galopp motsatt sig en tid överstigande två månader.

Parterna har yrkat ersättning för sina rättegångskostnader i Patent- och marknadsöverdomstolen.

2. PARTERNAS TALAN I PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLEN

Parterna har åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i Patent- och marknadsdomstolen med följande förtydliganden, ändringar och tillägg.

2.1 Trav och Galopp

Klagandebolagen har, genom sin respektive användning av de kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3 till Patent- och marknadsdomstolens dom (domsbilagorna 1–3), gjort intrång i Trav och Galopps varumärken; i första hand i Trav och Galopps ensamrätt till det registrerade EU-varumärket EUTM 017942626 (-626), i andra hand i de registrerade EU-varumärkena EUTM 007429319 (-319), EUTM 007428907 (-907) och EUTM 010955151 (-151), vilka är kända i EU, och i tredje hand i de svenska varumärkena med registreringsnummer 322464 (-464) och 326542 (-542), vilka är kända i Sverige.

Trav och Galopp gör numera endast gällande intrång genom användning av de kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3.

När det gäller prövningen av Trav och Galopps andrahandsgrund, som innebär att klagandebolagens användning av de kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3 drar otillbörlig fördel av eller är till förfång för Trav och Galopps registrerade EU-varumärken enligt ovan, bör bedömningen göras mot EU-varumärkena i följande ordning:

1. -907 (ord)
2. -151 (figur)
3. -319 (figur)

Vid prövningen av tredjehandsgrunden bör bedömningen göras mot de svenska varumärkena i följande ordning:

1. -542 (ord)
2. -464 (figur)

Det görs inte längre gällande att Dressmanns respektive WAC:s olovliga marknadsföring skett genom sökträffar från Google.

Intrång har pågått sedan slutet av år 2020 och är alltjämt pågående.

Det föreligger alltså en presumtion för att det registrerade EU-varumärket ATG (-626) är giltigt. Att fem år nu har passerat sedan registreringen av ordmärket och att klagandebolagen ansökt om hävning vid EU:s immaterialrättsmyndighet EUIPO, saknar betydelse för Patent- och marknadsöverdomstolens prövning. De intrångsgörande handlingarna som Trav och Galopp har gjort gällande har skett inom fem år från registreringen.

2.2 Klagandebolagen

2.2.1 Trav och Galopp har inte använt varumärket för varuslaget kläder

Trav och Galopp har inte använt sitt EU-varumärke ATG (-626) för varuslaget kläder eller några andra varuslag i klass 25 inom fem år från registreringen. Den användning som eventuellt skett är endast ett led i att försöka bibehålla rätten till EU-varumärket och utgör inte verkligt bruk. Trav och Galopps icke-användning påverkar förväxlingsbedömningen, frågor om vite och eventuell skadeståndsskyldighet.

WAC har den 8 december 2023 lämnat in en ansökan till EU:s immaterialrättsmyndighet EUIPO om hävning av EU-varumärket ATG (-626). Som grund för sin hävningsansökan har WAC uppgett att Trav och Galopp inte har gjort verkligt bruk av EU-varumärket för varuklassen kläder inom fem år efter registreringen. Den 13 december 2023 lämnade WAC även in en ansökan om ogiltigförklaring till EUIPO på grund av att Trav och Galopp skulle ha varit i ond tro då ansökan om registrering av EU-varumärket ATG (-626) gjordes.

2.2.2 Varumärkesintrång

Dressmanns och WAC:s användning av #ATG utgör inte känneteckensanvändning i varumärkesrättslig mening och har i vart fall inte inneburit en risk för förväxling i förhållande till Trav och Galopps varumärken.

Det förnekas att Trav och Galopps varumärken är kända, såväl i EU som i Sverige, och att de har ett högt anseende. Eventuell kännedom är i vart fall begränsad till Sverige och till spel på hästar.

2.2.3 Klagandebolagens ansvar

Det förnekas att det har sålts kläder under samtliga kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3. Varken Dressmann eller LeeWrangler har använt de kännetecken i figur som förekommer som nr 2 uppfifrån i vänsterspalten i domsbilagorna 1 respektive 2. LeeWrangler har inte heller använt de båda kännetecknen i figur som finns längst ned i båda spalterna i domsbilaga 2.

LeeWrangler har inte medverkat till någon annans försäljning utan har endast självt sålt till konsumenter och fristående återförsäljare och kan därför inte åläggas ett medverkansansvar. WAC har under alla förhållanden inte begått eller medverkat till något intrång.

2.2.4 Vitesförbud

Det föreligger särskilda skäl att inte meddela förbud eftersom Trav och Galopp inte har använt sitt varumärke för kläder, utan enbart för marknadsföring, promotion eller sponsring av bolagets spel- och vadhållningsverksamhet.

3. UTREDNINGEN

Trav och Galopp har åberopat samma bevisning som i Patent- och marknadsdomstolen. Därutöver har Trav och Galopp åberopat och lagt fram ny skriftlig bevisning i form av skärmdumpar från en webbshop, en artikel från Aftonbladet samt en vittnesattest från Christine Rankin (underinstansens aktbilaga 332), vilken klagandebolagen åberopat i underinstansen men frånfallit här.

Klagandebolagen har åberopat och lagt fram delvis samma bevisning som i underinstansen men frånfallit en stor del av den skriftliga bevisningen som åberopades där. Klagandebolagen har som ny skriftlig bevisning åberopat hävningsansökan till EUIPO samt fotografier från ATG:s webbshop och provköp.

4. PATENT- OCH MARKNADSÖVERDOMSTOLENS DOMSKÄL

4.1 Inledning

4.1.1 Prövningsramen och vissa andra processuella frågor

Trav och Galopp har inte överklagat Patent- och marknadsdomstolens dom. Det medför att ett eventuellt förbud inte kan vara vidare än det förbud som Patent- och marknadsdomstolen meddelat. Trav och Galopp har därtill inskränkt sin talan till att endast omfatta de kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3. Det innebär bl.a. att Trav och Galopp inte längre påstår att klagandebolagen använt kännetecknet ATG ensamt.

Med anledning av klagandebolagens påståenden om att Trav och Galopp inte använt det registrerade EU-varumärket ATG (-626) för varuslaget kläder i klass 25 under hela den inledande femårsperioden, vilken period löpte ut efter Patent- och marknadsdomstolens dom, och uppgifterna om att WAC ansökt om hävning av varumärket vid EUIPO, har frågan uppkommit om det finns skäl att i avvaktan på den prövningen vilandeförklara målet (jfr artikel 132 i Europaparlamentets och rådets förordning, EU, 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken, i fortsättningen varumärkesförordningen, samt 32 kap. 5 § rättegångsbalken). Ingen av parterna har dock begärt att målet ska vilandeförklaras. Patent- och marknadsöverdomstolen, som inte funnit skäl att förklara målet vilande före huvudförhandlingen, har upplyst parterna om att frågan om vilandeförklaring i och för sig alltjämt kan aktualiseras vid rättens prövning av målet.

4.1.2 Prövningsordning

Patent- och marknadsöverdomstolen börjar med att pröva frågan om intrång förekommit på det sätt Trav och Galopp påstått. Domstolen inleder prövningen med att ta ställning till Trav och Galopps påståenden om intrång i EU-varumärket (-626), vilket alltså bl.a. är registrerat för varuslaget kläder (förstahandsgrunden). I samband med denna prövning behandlas klagandebolagens här gjorda invändningar om Trav och Galopps icke-användning av detta varumärke och om dess ogiltighet. Om Patent- och marknadsöverdomstolen kommer fram till att förstahandsgrunden inte kan vinna bifall, prövar domstolen om Trav och Galopps övriga varumärken kan anses vara kända i EU eller Sverige på sådant sätt att de åtnjuter ett utökat skydd och om intrång då förekommit (andra- och tredjehandsgrunderna). Därefter tar Patent- och marknadsöverdomstolen ställning till yrkandena om vitesförbud och fastställande av ersättningskyldighet. Slutligen prövas frågorna om ersättningskyldighet för rättegångskostnaderna i båda instanserna.

4.2 Förstahandsgrunden avseende intrång i EU-varumärket (-626)

4.2.1 Inledning

Trav och Galopp har i målet gjort gällande att vart och ett av klagandebolagen på olika sätt och i olika sammanhang använt de kännetecken som framgår av domsbilagorna 1–3 som varukännetecken för den klädkollektion målet gäller.

Enligt Trav och Galopp har Dressmann via sin webbsida och i sina egna butiker sålt och marknadsfört kläder i Sverige under och med de kännetecken som framgår av domsbilaga 1. Därtill har marknadsföring av kläderna skett i sociala medier, i detta fall på Facebook, via Instagram och Youtube. Vidare har Dressmann lagerhållit kläderna med kännetecknen både i butik och på ett centrallager samt vidare sålt och levererat till annat Dressmann-bolag.

LeeWrangler har, enligt Trav och Galopp, sålt kläder med de kännetecken som framgår av domsbilaga 2 via webbsidan eu.wrangler.com samt därutöver marknadsfört klädkollektionen till fristående återförsäljare i Sverige. Enligt Trav och Galopp har LeeWrangler vidare medverkat till Dressmans försäljning och marknadsföring av klädkollektionen och därmed till Dressmanns varumärkesintrång.

Trav och Galopp har i Patent- och marknadsöverdomstolen gjort gällandet att WAC använt de kännetecken som framgår av domsbilaga 3 på det sätt som redovisats i Patent- och marknadsdomstolens dom (s. 14 och 15), med undantag för sökträffar på Google. Det kan i sammanhanget konstateras att domsbilaga 3 inte innehåller några ytterligare kännetecken utöver de som finns i domsbilagorna 1 och 2.

Samtliga kännetecken som använts av klagandebolagen för klädkollektionen är, enligt Trav och Galopp, identiska eller förväxlingsbara med Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626) som är registrerat för varuslaget kläder i klass 25.

Klagandebolagen har i Patent- och marknadsöverdomstolen gjort gällande att det nu, dvs. efter det att Patent- och marknadsdomstolen meddelat dom i målet, har förflutit fem år sedan registreringen av EU-varumärket ATG (-626) och att Trav och Galopp under hela denna femårsperiod inte använt varumärket för varuslaget kläder samt att WAC med anledning därav ansökt om hävning av varumärket vid EUIPO. Patent- och marknadsöverdomstolen inleder med att bedöma vilken betydelse dessa omständigheter får för prövningen av målet (jfr artiklarna 18 och 58.1.a i varumärkesförordningen samt NJA 2017 s. 905 punkterna 14–19).

Eftersom klagandebolagen inte vitsordat all den användning som påtalats av Trav och Galopp har domstolen därefter att bedöma vilken faktisk användning som är visad i målet. Sedan har domstolen att ta ställning till om den visade användningen utgör känneteckensanvändning i varumärkesrättslig mening samt om den i så fall har gjort intrång i Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626), antingen på grund av att det förelegat identitet mellan något av de använda kännetecknen och EU-varumärket eller

om det förelegat en risk för förväxling mellan några av dem (jfr artikel 9.2 a och b i varumärkesförordningen).

4.2.2 Rättsliga utgångspunkter

Patent- och marknadsöverdomstolen ansluter sig till de rättsliga utgångspunkter som Patent- och marknadsdomstolen redogjort för (se s. 32–35).

4.2.3 Invändningarna om Trav och Galopps icke-användning och varumärkets ogiltighet

För EU-varumärken gäller en giltighetspresumtion vilken innebär att en domstol ska anse ett EU-varumärke vara giltigt, om inte dess giltighet bestrids genom ett genkärsmål om upphävande eller ogiltigförklaring (se artikel 127.1 i varumärkesförordningen). Om innehavaren inte inom fem år från registreringen har gjort verkligt bruk av EU-varumärket för de varor eller tjänster som det är registrerat för, kan rättigheterna till varumärket efter ansökan förklaras helt eller delvis upphävda (se artiklarna 18 och 58). Ett påstående om icke-användning kan göras inom ramen för en genstämning i ett intrångsmål. En invändning om icke-användning kan även beaktas utan genstämning under förutsättning att den påstådda icke-användningen kan göras gällande vid tidpunkten för talans väckande (se artikel 127.3 i engelsk och fransk språkversion).

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att klagandebolagen inte fört något genkärsmål och att den icke-användning de nu gör gällande inte kunde hänföras till tidpunkten för intrångstalans väckande, eftersom femårsperioden då ännu inte hade löpt ut. Det innebär att Patent- och marknadsöverdomstolen, i likhet med underinstansen, vid sin prövning alltjämt ska anse EU-varumärket ATG (-626) som giltigt. Giltighetspresumtionen gäller till dess att ett eventuellt beslut föreligger från EUIPO att upphäva eller ogiltigförklara varumärket. Eftersom hävningsansökan inte hade gjorts redan när intrångstalan väcktes, utan först senare, föreligger ingen skyldighet för domstolen att vilandeförklara målet i avvaktan på prövningen hos EUIPO (se artikel 132.1 i varumärkesförordningen). Patent- och marknadsöverdomstolen återkommer till, i den mån det blir aktuellt, om klagandebolagens påståenden om Trav och Galopps

icke-användning och WAC:s hävningsansökan får någon betydelse för prövningen i övrigt samt till frågan om det finns skäl att vilandeförklara målet med stöd av rättegångsbalkens regler.

4.2.4 Klagandebolagens faktiska användning av de påtalade kännetecknen

Dressmann respektive LeeWrangler har vitsordat att bolaget har sålt och presenterat kläder i Sverige från den aktuella klädkollektionen, men förnekat att det har använt de kännetecknen som omfattas av Trav och Galopps yrkanden i domsbilagorna 1 och 2. Klagandebolagen har i Patent- och marknadsöverdomstolen vidare förtydligat att varken Dressmann eller LeeWrangler använt de kännetecknen i figur som förekommer som nr 2 uppifrån i vänsterspalten i båda domsbilagorna samt att LeeWrangler inte heller använt de båda kännetecknen i figur som finns längst ned i båda spalterna i domsbilaga 2. WAC har vidhållit sin inställning att bolaget varken självt använt de kännetecknen som framgår av domsbilaga 3 eller medverkat till någon annans användning på det sätt som Trav och Galopp gjort gällande.

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att det andra kännetecknet i figur i vänsterspalten i domsbilaga 1 och 2 inte förekommer i den bevisning som avser Dressmanns eller LeeWranglers användning. Varken den skriftliga bevisningen eller den syn som genomförts ger heller stöd för att LeeWrangler har använt något av de båda kännetecknen i figur som finns längst ned i domsbilaga 2. I övrigt instämmer Patent- och marknadsöverdomstolen i underinstansens bedömning att det är visat, eller i förekommande fall ostridigt, att Dressmann har använt #ATG, ATG X Wrangler och ATG WRANGLER (se underinstansens dom s. 24), samt att Dressmann och LeeWrangler har använt dels det kännetecknen som består av en cirkelfigur med texten ATG i kombination med ett rakt streck under bokstäverna och en stiliserad bergskedja över, som ingår i WAC:s registrerade figurvarumärke (reg. nr 018273081), dels det kännetecknen som består av samma cirkelfigur i kombination med orden ALL TERRAIN GEAR -X- Wrangler, ALL TERRAIN GEAR Wrangler, ALL TERRAIN GEAR eller Wrangler (endast LeeWrangler) (se underinstansens dom s. 24 f.).

Som även Patent- och marknadsdomstolen har noterat förekommer i fråga om en del av den påtalade användningen av kännetecken innehållande cirkelfiguren att ordet ”Wrangler” är skrivet i röd text. Relevansen av färger eller, i förekommande fall, mot vilken bakgrund orden och cirkelfiguren har använts återkommer Patent- och marknadsöverdomstolen till i samband med intrångsbedömningen.

När det gäller användningen av de kännetecken som framgår av domsbilaga 3 gör Patent- och marknadsöverdomstolen ingen annan bedömning än den som underinstansen har gjort (se underinstansens dom s. 25 f.). Patent- och marknadsöverdomstolen prövar dock inte i detta sammanhang vilken användning som WAC kan anses ansvarig för.

4.2.5 Omsättningskretsen och genomsnittskonsumerten

EU-varumärket ATG (-626) är som redan framgått registrerat för varuslaget kläder i klass 25. Lika med Patent- och marknadsdomstolen gör Patent- och marknadsöverdomstolen bedömningen att omsättningskretsen för detta varumärke får anses bestå av allmänheten i Sverige, där genomsnittskonsumerten förutsätts vara normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst (se s. 31 f. i underinstansens dom).

4.2.6 Frågan om vilken användning som har utgjort känneteckensanvändning

Klagandebolagen har i Patent- och marknadsöverdomstolen vidhållit att uttrycket ”All Terrain Gear” är beskrivande för klädkollektionen som är avsedd för terräng och outdoor samt att även akronymen ATG enbart är beskrivande, eftersom den utgörs av de första bokstäverna i ”All Terrain Gear”. Därmed utgör, enligt dem, användning av akronymen ATG inte känneteckensanvändning. I detta sammanhang uppkommer även frågan om användningen av ATG med tecknet # utgör känneteckensanvändning.

Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i underinstansens bedömning att klagandebolagen inte har visat att bokstäverna ATG av omsättningskretsen uppfattas som en akronym som står för ”All Terrain Gear” (se s. 26 i underinstansens dom).

Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer därmed att akronymen ATG inte kan uppfattas som enbart beskrivande för friluftskläder.

Som konstaterats har Dressman använt sig av #ATG på Dressmann Lidköpings Facebook-sida den 14 december 2020, 6 april 2021 och den 16 januari 2022. Det är numera allmänt veterligt att tecknet # används på sociala medier för att öka sökbarheten och därmed synligheten hos ett visst ord eller bokstavskombination. En sökning på ”#ATG” skulle även komma att visa alla inlägg där någon har skrivit #ATG. Huruvida användandet av tecknet # tillsammans med ett eller flera andra tecken eller ord ska bedömas som känneteckensanvändning får avgöras från fall till fall med beaktande av det sammanhang där tecknen och orden förekommit. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolens bedömning framstår det närmast som om Dressmann på de aktuella Facebook-sidorna, där #ATG har förekommit, just velat öka synligheten och kännedomen om klädkollektionen och att det därmed varit fråga om reklam och marknadsföring. Vid ett sådant förhållande delar Patent- och marknadsöverdomstolen underinstansens bedömning (se s. 27 i domen) att Dressmanns användning av #ATG utgör ett utpekande av kommersiellt ursprung och att det är ägnat att uppfattas som ett kännetecken.

Sammanfattningsvis bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att klagandebolagens faktiska användning av bokstäverna ATG, där ATG skrivs i versaler och bl.a. återges i en cirkelfigur, och användningen av ATG med tecknet # utgör känneteckensanvändning.

4.2.7 Intrång på grund av dubbel identitet

En innehavare av ett EU-varumärke har enligt artikel 9.2 a varumärkesförordningen rätt att förhindra användning av ett tecken som är identiskt med EU-varumärket och används för varor eller tjänster som är identiska med dem för vilka varumärket är registrerat. I detta fall rör det sig om identiska varor (kläder). Som framgått är frågan om något av klagandebolagen använt ATG ensamt inte aktuell i Patent- och marknadsöverdomstolen. Däremot har domstolen konstaterat att Dressmann på Facebook använt

sig av #ATG och att denna användning bedömts utgöra varumärkesrättslig känneteckensanvändning. Frågan är nu om denna användning kan bedömas som användning av ett tecken som är identiskt med EU-varumärket ATG (-626).

Som Patent- och marknadsdomstolen noterat är de avvikelser som förekommer mellan den visade användningen av #ATG och EU-varumärket ATG (-626) inte av sådant obetydligt slag att de kan undgå genomsnittskonsumentens blick (jfr EU-domstolens dom den 20 mars 2003, C-291/00, LTJ Diffusion, EU:C:2003:169, punkten 53). Att bokstavskombinationen ATG utgör en beståndsdel i svarandebolagens användning, även om den skulle anses vara dominerande, innebär alltså inte enligt domstolen att svarandebolagen har använt ett kännetecken som är identiskt med EU-varumärket ATG (-626). När det gäller övriga kännetecken i domsbilagorna 1–3 är avvikelserna så pass stora att de tveklöst inte är identiska med EU-varumärket ATG (-626). Något intrång på grund av dubbel identitet har alltså inte förekommit.

4.2.8 Intrång på grund av risk för förväxling

En innehavare av ett EU-varumärke har enligt artikel 9.2 b varumärkesförordningen rätt att förhindra användning av ett tecken som är identiskt med eller liknar EU-varumärket och används för varor eller tjänster som är identiska med eller liknar de varor eller tjänster för vilka EU-varumärket är registrerat, om detta kan leda till förväxling hos allmänheten, inbegripet risken för association mellan tecknet och varumärket.

Patent och marknadsöverdomstolen inleder med att bedöma särskiljningsförmågan hos EU-varumärket ATG (-626) samt bedömer därefter varu- och tjänsteslagslikheten, följt av likheten mellan kännetecknen och övriga omständigheter av betydelse för att slutligen göra en helhetsbedömning avseende förväxlingsrisken.

4.2.8.1 Särskiljningsförmåga

Genom utredningen har framkommit att EU-varumärket ATG (-626) utgörs av en akronym som står för de inledande bokstäverna i tre av orden i företagsnamnet Aktiebolaget Trav och Galopp. Det finns skäl att anta att omsättningskretsen uppfattar ATG som ett varumärke som utgör en förkortning. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen har EU-varumärket ATG (-626) en ursprunglig särskiljningsförmåga av normalgraden. Bokstavskombinationen ATG kan inte sägas vara beskrivande för varuslaget kläder. Den faktiska användning av EU-varumärket ATG (-626) för kläder som Trav och Galopp har hänvisat till är av mycket begränsad art och bidrar inte till varumärkets särskiljningsförmåga. Patent- och marknadsöverdomstolen tar först i det följande ställning till om något av Trav och Galopps varumärken är kända. Domstolen instämmer emellertid redan nu i underinstansens bedömning att utredningen inte ger stöd för att EU-varumärket ATG (-626) är känt för kläder. Det är alltså inte visat att det varumärket förvärvat en förstärkt särskiljningsförmåga för detta varuslag. Lika med Patent- och marknadsdomstolen bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen därför att EU-varumärket ATG (-626) alltjämt har en särskiljningsförmåga av normalgraden i förhållande till varuslaget kläder.

4.2.8.2 Varu- och tjänsteslagslikhet

Klagandebolagens användning har skett i förhållande till en klädkollektion, vilket är ett av de varuslag som Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626) är registrerat för. Det föreligger således varuslagsidentitet.

4.2.8.3 Likhhet mellan kännetecknen

Den känneteckensanvändning som Patent- och marknadsöverdomstolen funnit visad är användningen av ”#ATG”, ”ATG X Wrangler”, ”ATG WRANGLER”, cirkelfiguren med texten ATG ensam samt cirkelfiguren med texten ATG i kombination med texten ”ALL TERRAIN GEAR -X- Wrangler”, ”ALL TERRAIN GEAR Wrangler”, ”ALL

TERRAIN GEAR” och i förhållande till LeeWrangler även i kombination med ordet Wrangler.

I fråga om likheten mellan Trav och Galopps äldre EU-varumärke ATG (-626) och klagandebolagens kännetecken ”ATG X Wrangler” och ”ATG WRANGLER” enligt domsbilagorna 1–3, noterar Patent- och marknadsöverdomstolen att akronymen ATG alltid står först i klagandebolagens kännetecken, vilket medför en viss betoning på den delen. Vid den visade användningen av #ATG står ATG visserligen sist men är ändå betonat eftersom det är fråga om bokstäver och inte enbart ett tecken. I fråga om cirkelfiguren domineras den av akronymen ATG när den används ensam, t.ex. som tryck på klädesplagg. När annan text adderas till cirkelfiguren, t.ex. orden ”All Terrain Gear” blir akronymen ATG inte lika dominerande. Patent- och marknadsöverdomstolen gör, liksom underinstansen, bedömningen att det föreligger märkeslikhet mellan å ena sidan samtliga de kännetecken som klagandebolagen använt och å andra sidan EU-varumärket ATG (-626). Enligt domstolen är likheten hög när det är fråga om ordanvändning i form av ”ATG X Wrangler”, ”ATG WRANGLER” och ”#ATG” samt när det är fråga om användning av cirkelfiguren ensam. Vid övrig användning av cirkelfiguren i kombination med annan text är märkeslikheten måttlig.

4.2.8.4 Övriga omständigheter av betydelse vid förväxlingsbedömningen

Förväxlingsbedömningen i ett intrångsmål är, som framgått av underinstansens dom (se s. 34), mer nyanserad än i ett registreringsärende och inköpsituationen är en av de faktorer som ska beaktas. Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i underinstansens bedömning (se s. 37) att de marknadsundersökningar som parterna har åberopat har vissa brister, nämligen att Trav och Galopps undersökningar inte återspeglar en faktisk inköpsituation och att klagandebolagens undersökning innehållit överskottsinformation som kunnat påverka respondenternas svar. Domstolen beaktar därför i stället följande förhållanden.

Det är visat i målet att klädkollektionen sålts i Dressmanns butiker eller via detta bolags hemsidor och via LeeWranglers hemsida. Genom den åberopade bevisningen

har det framgått både hur Dressmanns butiker ser ut, hur hemsidorna samt olika sidor på Facebook och Instagram är utformade, liksom hur hemsidan eu.wrangler.com är utformad. Patent- och marknadsöverdomstolen beaktar att inköpsituationen i samtliga påtalade fall måste ha varit sådan att genomsnittskonsumenten valt att besöka en Dressmanbutik eller har besökt en hemsida där det nästan uteslutande säljs kläder.

I såväl butiker som vid köp via hemsidorna har uttrycket ”all terrain gear” förekommit antingen som en del av det aktuella kännetecknet på respektive plagg eller i nära anslutning till kännetecknet, på enskilda klädesplagg, på andra ställen i butiken eller på hemsidorna. Även om klagandebolagens användning av akronymen ATG inte bedömts som beskrivande måste genomsnittskonsumenten, enligt domstolens bedömning, i samtliga fall uppfatta kännetecknen som hänförliga till en klädkollektion som avser friluftskläder och därmed akronymen ATG i kännetecknen som en akronym för ”all terrain gear”. Det gäller även när kännetecknen i sig inte innehåller hela uttrycket ”all terrain gear”. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolens mening är det därför inte sannolikt att genomsnittskonsumenten i den aktuella inköpsituationen skulle komma att uppfatta att det är Trav och Galopp som står bakom plagg ur klädkollektionen som märkts med någon av de kännetecken som klagandebolagen har använt. Detta gäller oberoende av vilken färgsättning och bakgrund som ord och figurerna har på plagg eller etiketter.

Mot bakgrund av att Trav och Galopps samtliga i målet aktuella varumärken innehållande ATG måste anses kända i Sverige (se mer om detta nedan) kan det visserligen inte uteslutas att genomsnittskonsumenten i någon mån associerar till Trav och Galopp, när den ser samma bokstavskombination i butikerna eller på hemsidorna. Någon verklig risk för förväxling kan, med hänsyn till det ovan redovisade, emellertid inte anses föreligga. Med hänsyn till att klädkollektionen, och därmed de använda kännetecknen, tydligt kopplas till kläder för friluftsliv bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen vidare att genomsnittskonsumenten inte heller uppfattar klagandebolagens användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 som ett samarbete med Trav och Galopp. Varken förekomsten av tecknet -X- mellan akronymen ATG

och Wrangler i vissa av kännetecknen eller den omständigheten att varumärkesrättsliga samarbeten är relativt vanligt förekommande förändrar den bedömningen.

Sammanfattningsvis bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen alltså att genomsnittskonsumerten inte i någon aktuell inköpsituation uppfattar att klädkollektionen, försedd med något av de kännetecknen som återfinns i domsbilagorna 1–3, kommer från Trav och Galopp eller från ett företag med ekonomiska band till Trav och Galopp

4.2.8.5 Sammanvägd bedömning avseende förväxlingsrisken

Patent- och marknadsöverdomstolen har i det föregående gjort följande bedömningar. Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626) anses ha normal särskiljningsförmåga. Det föreligger varuslagsidentitet och märkeslikhet. Märkeslikheten är hög vid användningen av både ordkännetecknen och cirkelfiguren ensam. Däremot föreligger en måttlig märkeslikhet vid användningen av övriga kännetecknen i domsbilagorna 1–3.

Vid beaktande av användningen av kännetecknen i den faktiska inköpsituationen har domstolen emellertid funnit att genomsnittskonsumerten inte kan uppfatta klädkollektionen som härrörande från Trav och Galopp eller från ett företag med ekonomiska band till Trav och Galopp.

Vid en helhetsbedömning av samtliga relevanta faktorer gör Patent- och marknadsöverdomstolen bedömningen att det inte föreligger någon förväxlingsrisk avseende den visade användningen från klagandebolagens sida. Klagandebolagens egen användning eller påstådda medverkan till annans användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 utgör därför inte intrång i Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626). Trav och Galopps käromål kan alltså inte bifallas på den nu prövade grunden. Patent- och marknadsöverdomstolen går därför vidare till att pröva om intrång har skett i ett utökad skydd enligt andra- och tredjehandsgrunderna.

4.3 Andra- och tredjehandshandsgrunderna avseende intrång i övriga EU-varumärken och i de svenska varumärkena

4.3.1 Inledning

Trav och Galopp har i andra hand påstått att klagandebolagen gjort intrång i tre EU-varumärken (-907), (-151) och (-319), vilka är kända i unionen, samt i tredje hand i två nationella varumärken (-542) och (-464) som är kända i Sverige. Det sistnämnda varumärket är registrerat endast för sport- och idrottsaktiviteter i klass 41 och inte för vadhållning, medan de fyra övriga är registrerade bland annat för vadhållning i klass 41. Inget av nämnda varumärken är registrerat för kläder i klass 25. Trav och Galopp har gjort gällande att klagandebolagen använt de kännetecken som framgår i domsbilagorna 1–3, som är identiska med eller liknar Trav och Galopps nämnda EU-varumärken och svenska varumärken, och att användningen utan skälig anledning drar otillbörlig fördel eller är till skada för varumärkenas särskiljningsförmåga eller anseende (intrång i det utökade skyddet).

Trav och Galopp har åberopat följande omständigheter till stöd för att intrång begåtts i det utökade skyddet. Bolaget har under lång tid har använt samtliga sina nu åberopade varumärken kontinuerligt och i mycket stor omfattning för spel och vadhållningstjänster. Trav och Galopp har under decennier haft en mångmiljardomsättning avseende spel på hästar och gjort betydande investeringar i varumärkena. EU-varumärkena är kända i Sverige och i EU för spel och vadhållningstjänster. I och med den höga kändomsgraden i Sverige är varumärkena kända även i EU. De svenska varumärkena är kända inom en betydande del av omsättningskretsen i Sverige.

EU-varumärket ATG (-907) och det svenska varumärket ATG (-542) utgör, i likhet med det under förstahandgrunden behandlade EU-varumärket ATG (-626), registrerade ordmärken. Trav och Galopp har i Patent- och marknadsöverdomstolen tydliggjort att prövningen om intrång i det utökade skyddet inom ramen för andra- respektive tredjehandshandsgrunden först bör göras i förhållande till dessa varumärken. Inom ramen för respektive prövning har domstolen att ta ställning till om varumärkena är kända i

Sverige och, om så är fallet, såvitt avser EU-varumärkena om detta innebär att varumärkena också är kända i EU. Om något av varumärkena kan anses känt i EU eller i Sverige, har domstolen att bedöma om klagandebolagens användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 kan anses ha dragit otillbörlig fördel av eller varit till skada för varumärkets särskiljningsförmåga eller anseende. För att en prövning av de senare frågorna ska bli aktuell krävs dock att omsättningskretsen uppfattar att det finns ett samband mellan kännetecknen.

Patent- och marknadsöverdomstolen behandlar andrahands- och tredjehandgrunderna i ett sammanhang och prövar samlat de påstådda intrången i förhållande till de åberopade varumärkena i den ordning som Trav och Galopp förordat. Respektive klagandebolags faktiska användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 är densamma som domstolen funnit visad redan vid ställningstagandet till förstahandsgrunden.

4.3.2 Rättsliga utgångspunkter

Patent- och marknadsöverdomstolen ansluter sig till de rättsliga utgångspunkter som redovisats i Patent- och marknadsdomstolens dom (se s. 28) med följande tillägg. Genom bestämmelsen i artikel 9.2.c varumärkesförordningen erhåller kända varumärken ett skydd som är mer omfattande än skyddet enligt artikel 9.2.b, om användningen av tecknet utan skälig anledning drar otillbörlig fördel eller är till förfång för varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé. En motsvarande bestämmelse finns i 1 kap. 10 § första stycket 3 varumärkeslagen (2010:1877). Det räcker att ett av dessa kriterier är uppfyllda för att bestämmelserna ska vara tillämpliga (jfr EU-domstolens dom den 27 november 2008, Intel, C-252/07, ECLI:EU:C:2008:655, p. 26 och 28).

Vid en prövning av frågan om intrång i det utökade skyddet krävs det inte att kännetecknen är förväxlingsbara. En helhetsbedömning ska dock göras av samtliga relevanta faktorer. Bedömningen innebär bl.a. en prövning av om omsättningskretsen uppfattar att det finns ett samband mellan kännetecknen på grund av att dessa liknar varandra, även om den inte förväxlar dem. Om omsättningskretsen inte får uppfattningen att det finns ett samband mellan varumärkena, kan användningen av det yngre märket inte dra

otillbörlig fördel av eller vara till förfång för det äldre varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé. De faktorer som ska bedömas vid helhetsbedömningen är bland annat graden av likhet mellan de motstående märkena, arten av de varor och tjänster som märkena används för, i hur hög grad det äldre varumärket är känt, graden av ursprunglig eller genom användning förvärvad särskiljningsförmåga hos det äldre varumärket samt förekomsten av risk för förväxling hos allmänheten. (Se Intel p. 30, med däri gjorda hänvisningar, och p. 31, 41 och 42.)

Redan den omständigheten att det yngre varumärket för tankarna hos en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och medveten genomsnittskonsument till det äldre kända varumärket innebär att det finns ett samband mellan de motstående märkena (Intel, p. 63).

Även när det gäller prövningen av om användningen av ett yngre tecken dragit otillbörlig fördel av eller varit till förfång för ett äldre varumärke, ska en helhetsbedömning göras mot bakgrund av samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet. Faktorerna är desamma som vid prövningen av om det finns ett samband (se Intel, p. 68, 42 och 79). Ju högre särskiljningsförmåga de äldre varumärkena har och ju kändare de är, desto mer sannolikt är det att intrång föreligger (jfr Intel, p. 69).

Bedömningen av huruvida det förekommer intrång som innebär förfång för ett äldre varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé bör göras med utgångspunkt från en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och medveten genomsnittskonsument av de varor och tjänster för vilka det äldre varumärket är registrerat (se Intel, p. 35).

När det gäller frågan om det förekommit intrång som innebär att otillbörlig fördel dras av det äldre varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé ska – med hänsyn till att det är den fördel som innehavaren av det yngre varumärket drar av det äldre varumärket som är förbjuden – bedömningen däremot göras med utgångspunkt från en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och medveten genomsnittskonsument av de varor eller tjänster för vilka det yngre varumärket är registrerat (se Intel, p. 36).

Det är innehavaren av det äldre varumärket som ska styrka att användningen av det yngre varumärket skulle dra otillbörlig fördel av eller vara till förfång för det äldre varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé (Intel, p. 37). För att det ska anses styrkt att användningen av det yngre varumärket är eller skulle vara till förfång för det äldre varumärkets särskiljningsförmåga, krävs att det visas en förändring i det ekonomiska beteendet hos genomsnittskonsumenten av de varor eller tjänster för vilka det äldre varumärket är registrerat som beror på användningen av det yngre varumärket, eller att det finns en verklig risk för en sådan förändring i framtiden (se Intel, p. 77).

4.3.3 Omsättningskretsen

Patent- och marknadsöverdomstolen har i det föregående avseende Trav och Galopps EU-varumärke ATG (-626) bedömt att omsättningskretsen får anses bestå av allmänheten i Sverige, där genomsnittskonsumenten förutsätts vara normalt informerad samt uppmärksam och upplyst (se domstolens bedömning under förstahandgrunden). Detta gäller även när bedömningen ska göras med utgångspunkt från de spel- och vadhållningstjänster som Trav och Galopp tillhandahåller under sina här aktuella varumärken och när bedömningen ska göras med utgångspunkt från de varor eller tjänster som klagandebolagen tillhandahåller (jfr Intel, p. 35 och 36). Det är alltså inte fråga om skilda omsättningskretsar, även om det är fråga om skilda verksamheter.

4.3.4 Intrång i ett utökat skydd

4.3.4.1 Frågan om varumärkena är kända i Sverige och EU

Trav och Galopp har gjort gällande att varumärkena är kända inom EU respektive i Sverige. Trav och Galopp har också gjort gällande att den höga kännedomsgraden i Sverige även innebär att EU-varumärkena är kända inom EU.

Klagandebolagen har förnekat att varumärkena är kända.

Genom den omfattande bevisningen som Trav och Galopp åberopat råder det, enligt Patent- och marknadsöverdomstolen, inte någon tvekan om att EU-varumärket ATG (-907), liksom Trav och Galopps övriga EU-varumärken och svenska varumärken som åberopats i målet, inom omsättningskretsen är kända för spel- och vadhållningstjänster i Sverige.

Trav och Galopp har till stöd för att EU-varumärkena är kända i EU åberopat viss utredning. Utredningen ger emellertid enligt Patent- och marknadsöverdomstolen inte tillräckligt stöd för att något av Trav och Galopps EU-varumärken är kända i unionen. Frågan är därför om det är tillräckligt att Trav och Galopps varumärken är kända i Sverige för att en sådan slutsats kan dras (jfr EU-domstolens praxis, främst EU-domstolens dom den 6 oktober 2009, Pago International, C-301/07, EU:C:2009:611 och dom den 3 september 2015, Iron & Smith, C-125/14, EU:C:2015:539, p. 19 och 20).

Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen ger EU-domstolens nu nämnda avgöranden inte stöd för att ett varumärke som är känt i en medlemsstat utan undantag också måste anses vara känt inom EU. I Pago International klargjorde EU-domstolen visserligen innebörden av uttrycket ”är känt i gemenskapen” utifrån utgångspunkten att det då aktuella varumärket var känt i en medlemsstat. Vad gäller det geografiska området uttalade EU-domstolen att villkoret att varumärket är känt ska anses vara uppfyllt, om gemenskapsvarumärket är känt i en väsentlig del av gemenskapen. Med hänsyn till de faktiska omständigheterna i målet vid den nationella domstolen, bedömdes den aktuella medlemsstatens territorium (Österrike) då utgöra en väsentlig del av gemenskapen. (Se Pago International, punkterna 21, 27, 29 och 30.)

I Pago ansågs det alltså vara tillräckligt att varumärket var känt i Österrike för att det skulle anses vara känt i hela EU, men slutsatsen var beroende av omständigheterna i det enskilda fallet. Av de faktiska omständigheterna i målet framgår att varumärket PAGO gällde fruktdrycker och fruktjuicer, alltså en vara i fri cirkulation inom EU.

Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen talar flera omständigheter i förevarande mål mot att det faktum att EU-varumärket ATG (-907) och övriga EU-varumärken (-151) och (-319) är kända i Sverige också innebär att dessa är kända i EU. En av dessa omständigheter är tjänsternas natur, nämligen spel- och vadhållningstjänster. Graden av fri rörlighet för spel- och vadhållningsverksamhet är i jämförelsen med den fria rörligheten för många andra typer av varor och tjänster mer begränsad. I Sverige, liksom i andra medlemsstater, är spelbranschen en nationellt reglerad sektor, där tvingande hänsyn till allmänintresset medger omfattande nationella regleringar av spelbranschen (se EU-domstolens dom den 6 mars 2007, Placanica, C-338/04, EU:C:2007:133, p. 46–49). Trav och Galopps spel- och vadhållningstjänster är främst inriktade mot Sverige och tjänsterna avser, såvitt framkommit, huvudsakligen lopp som organiseras i Sverige.

Patent- och marknadsöverdomstolen finner därför att den omständigheten att EU-varumärkena är kända i Sverige inte med nödvändighet innebär att de också är kända i unionen. Patent- och marknadsöverdomstolen väljer dock att i detta skede av prövningen inte ta slutlig ställning till denna fråga utan övergår i stället till att pröva om klagandebolagens användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 utan skälig anledning kan anses dra otillbörlig fördel av eller vara till förfång för varumärkenas särskiljningsförmåga eller renommé. Eftersom omsättningskretsen måste uppfatta att det finns ett samband mellan kännetecknen för att användningen av ett yngre kännetecken ska dra otillbörlig fördel av eller vara till förfång för de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga eller renommé (jfr rättsliga utgångspunkter ovan och Intel, p. 31), bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen denna fråga först (jfr prövningsordningen i NJA 2017 s. 905).

4.3.4.2 Samband mellan klagandebolagens kännetecken i domsbilagorna 1–3 och Trav och Galopps varumärken

Som redovisats i de rättsliga utgångspunkterna krävs, för att erforderligt samband ska anses föreligga, att de yngre kännetecknen för tankarna till det äldre (se Intel, p. 63).

Även om Trav och Galopps återopade marknadsundersökning har vissa konstaterade brister i förhållande till inköpsituationen, ger den stöd för att 80 procent av respondenterna tänker på ”spel”, ”trav” och ”hästar” när de hör eller ser bokstavskombinationen ATG. Den visar också att 83 procent av respondenterna har angett svar som kan kopplas till sådan verksamhet som Trav och Galopp bedriver. Med hänsyn härtill samt till att Trav och Galopps samtliga nu återopade varumärken är hänförliga till en verksamhet som omfattades av ett monopol fram till så sent som år 2019, bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen det naturligt att tankarna förs till Trav och Galopps verksamhet, när omsättningskretsen kommer i kontakt med klagandebolagens kännetecken i domsbilagorna 1–3, vilka samtliga innehåller akronymen ATG. Enligt Patent- och marknadsöverdomstolen uppfattar alltså omsättningskretsen ett samband mellan klagandebolagens kännetecken i domsbilagorna 1–3 och Trav och Galopps varumärken.

4.3.4.3 Otillbörlig fördel av eller förfång för varumärkenas särskiljningsförmåga eller renommé

Även i här aktuella avseenden ska, som redovisats i de rättsliga utgångspunkterna, en helhetsbedömning göras mot bakgrund av samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet (se Intel, p. 68).

När det gäller graden av likhet mellan de aktuella kännetecknen kan konstateras att akronymen ATG i klagandebolagens kännetecken utgör en framträdande del i samtliga kännetecken i domsbilagorna 1–3 (se ovan under förstahandgrunden). Samtliga Trav och Galopps nu aktuella varumärken är väl kända och måste anses ha förvärvat ytterligare särskiljningsförmåga när det gäller spel på hästar. De varor och tjänster som dessa varumärken respektive klagandebolagens kännetecken används för, dvs. spel och vadhållning respektive friluftskläder, är emellertid olikartade. Därtill kommer, vilket framgår av utredningen i målet, att akronymen ATG används för andra kombinationer av ord än Aktiebolaget Trav och Galopp och i olika sammanhang. Därmed är orddelen ATG i Trav och Galopps varumärken inte unik. Det innebär att genomsnittskonsumenten när den ser kännetecknen i domsbilagorna 1–3 visserligen förknippar orddelen

ATG med Trav och Galopps varumärken men ändå – med hänsyn till det sammanhang som klagandebolagens kännetecken förekommer i och för vilka varor som det används för – uppfattar att akronymen ATG här måste stå för något annat.

Av utredningen i målet framgår inte att genomsnittskonsumentens ekonomiska beteende i förhållande till Trav och Galopps varumärken har förändrats till följd av klagandebolagens användning av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 eller att det finns en verklig risk för ett sådant förändrat beteende. Sammantaget bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen därför att Trav och Galopp inte har visat att användningen av kännetecknen i domsbilagorna 1–3 är eller skulle vara till förfång för särskiljningsförmågan hos Trav och Galopps varumärken.

Det har i målet inte heller framkommit något som ger stöd för att användningen av klagandebolagens kännetecken drar otillbörlig fördel av Trav och Galopps varumärken.

4.3.4.4 Sammanvägd bedömning av frågan om intrång i ett utökat skydd

Patent- och marknadsöverdomstolen har i det föregående kommit fram till att Trav och Galopps nu aktuella varumärken är kända i Sverige samt att genomsnittskonsumenten uppfattar att det finns ett samband mellan klagandebolagens kännetecken och Trav och Galopps varumärken. Patent- och marknadsöverdomstolen har dock kommit fram till att det inte är visat att användningen av klagandebolagens kännetecknen är till förfång för eller drar otillbörlig fördel av Trav och Galopps varumärken. Redan dessa förhållanden innebär att det inte är visat att det förekommit något intrång i ett utökat skydd. Patent- och marknadsöverdomstolen saknar därmed anledning att ta ställning till om Trav och Galopps EU-varumärken är kända i EU.

4.4 Patent- och marknadsöverdomstolens sammanfattande bedömningar

Patent- och marknadsöverdomstolen har alltså kommit fram till att klagandebolagens respektive användning av de kännetecken som framgår av domsbilaga 1–3 inte utgör intrång i Trav och Galopps registrerade varumärken. Käromålen ska därför ogillas i sin helhet. Patent- och marknadsdomstolens dom, punkterna 1–3 i domslutet, ska ändras i enlighet med detta.

Vid denna bedömning saknas anledning att vilandeförklara målet i avvaktan på EUIPO:s prövning av giltigheten av EU-varumärket ATG (-626).

4.5 Rättegångskostnader

Utgången i målet innebär att Trav och Galopp är tappande part i båda instanserna.

De tre klagandebolagen Dressmann, LeeWrangler och WAC ska därmed befrias från skyldigheten att ersätta Trav och Galopps rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen. I stället ska Trav och Galopp förpliktas att ersätta vart och ett av klagandebolagen för deras respektive rättegångskostnad där.

Dressmann och LeeWrangler yrkade i Patent- och marknadsdomstolen ersättning med vardera 2 283 948 kr, varav 2 071 500 kr avsåg ombudsarvode och 212 448 kr utlägg. WAC yrkade å sin sida ersättning med 2 403 448 kr, varav 2 191 000 kr avsåg ombudsarvode.

Trav och Galopp vitsordade klagandebolagens kostnader avseende utlägg och överlämnade åt rätten att bedöma skäligheten av klagandebolagens ombudsarvode.

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att arvodeskostnaderna är mycket höga. Detta torde till stor del ha sin förklaring i Trav och Galopps processföring med en synnerligen omfattande bevisning. Att klagandebolagen därmed har behövt lägga ner ett omfattande arbete med målet saknar Patent- och marknadsöverdomstolen

anledning att ifrågasätta. Därtill har framkommit att frågorna i målet har varit av stor betydelse för klagandebolagen. Mot denna bakgrund får kostnaden för klagandebolagens ombudsarvode anses skälig. Trav och Galopp ska därför ersätta klagandebolagen för deras rättegångskostnader i underinstansen med yrkade belopp. Patent- och marknadsdomstolens dom ska ändras i enlighet med det anförda.

I Patent- och marknadsöverdomstolen har vart och ett av klagandebolagen yrkat ersättning för sin rättegångskostnad med 1 320 556 kr, varav 1 307 250 kr avser ombudsarvode och 13 306 kr utlägg. Trav och Galopp har vitsordat klagandebolagens utlägg och överlämnat åt rätten att bedöma skäligheten av ombudsarvodet.

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar att kostnaderna för ombudsarvode är höga även i denna instans. Av samma skäl som anförts beträffande kostnaderna i underinstansen, bedömer Patent- och marknadsöverdomstolen att kostnaderna här får godtas som skäliga. Trav och Galopp ska därför förpliktas att ersätta klagandebolagen för rättegångskostnaderna även i överinstansen med yrkade belopp.

4.6 Sekretess

När det gäller sekretessförordnandet i Patent- och marknadsdomstolens dom har Trav och Galopp preciserat att de uppgifter för vilka det begärs fortsatt sekretess är uppgifter som rör bolagets affärs- och driftsförhållanden i form av mätresultat, undersökningsresultat och finansiella uppgifter och som förekommer i de i förordnandet angivna handlingarna. Trav och Galopp har vidare förklarat att bolaget inte längre begär att de uppgifter som förekommer i VF Corporation Annual Report ska omfattas av sekretessförordnandet. Patent- och marknadsdomstolens sekretessförordnande i punkten 5 i domslutet ska därför preciseras och justeras i enlighet med detta.

4.7 Överklagande

Det saknas skäl att göra undantag från huvudregeln att Patent- och marknadsöverdomstolens domar inte får överklagas, 1 kap. 3 § tredje stycket lagen, 2016:188, om patent- och marknadsdomstolar.

Patent- och marknadsöverdomstolens dom får därför inte överklagas.

I avgörandet har deltagit hovrättsråden Ulrika Beergrehn, Annika Malm, Kerstin Norman och Eva Edwardsson, referent.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Patent- och marknadsdomstolen

DOM
2023-02-03
Meddelad i
Stockholm

Mål nr
PMT 5804-21
PMT 5818-21
PMT 5825-21

PARTER

Kärande

Aktiebolaget Trav och Galopp, 556180-4161
161 89 Stockholm

Ombud: Advokaterna P.S., U.N. och Therese Grennard Advokatbyrå
Gulliksson AB
Box 739
220 07 Lund

Svaranden

1. Dressmann AB, 556529-5960
Box 4012
169 04 Solna

2. LeeWrangler Sweden AB, 559187-4721
Repslagargatan 17 A/B
118 46 Stockholm

3. Wrangler Apparel Corp.
Concord Plaza, 3411 Silverside Road
Willington, Delaware 19810
USA

Ombud för 1–3: Advokaterna C.B. och A.K. samt biträdande juristen A.H.

Patent- och marknadsdomstolens domslut, se nästa sida.

DOMSLUT

1. Patent- och marknadsdomstolen

- a. förbjuder Dressmann AB, vid vite om 3 000 000 kr, att i näringsverksamhet i EU marknadsföra, försälja eller för något av dessa ändamål lagerhålla herrkläder under eller med de kännetecknen som framgår av domsbilaga 1,
- b. fastställer att Dressmann AB är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för utnyttjandet i Sverige av de kännetecknen som framgår av domsbilaga 1, och
- c. förpliktar Dressmann AB att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopp för dess rättegångskostnad med 2 069 920 kr inklusive mervärdesskatt, varav 1 868 750 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker.

2. Patent- och marknadsdomstolen

- a. förbjuder LeeWrangler Sweden AB, vid vite om 3 000 000 kr, att i näringsverksamhet i EU, självt eller genom medverkan, försälja kläder under eller med de kännetecknen som framgår av domsbilaga 2,
- b. fastställer att LeeWrangler Sweden AB är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för utnyttjandet i Sverige av de kännetecknen som framgår domsbilaga 2, och
- c. förpliktar LeeWrangler Sweden AB att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopp för dess rättegångskostnad med 2 069 920 kr inklusive mervärdesskatt, varav 1 868 750 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker.

3. Patent- och marknadsdomstolen

- a. förbjuder Wrangler Apparel Corp., vid vite om 3 000 000 kr, att i näringsverksamhet i EU, självt eller genom medverkan, marknadsföra eller försälja kläder under eller med de kännetecknen som framgår av domsbilaga 3,

- b. fastställer att Wrangler Apparel Corp. är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för utnyttjandet i Sverige av de kännetecken som framgår av domsbilaga 3, och
 - c. förpliktar Wrangler Apparel Corp. att ersätta Aktiebolaget Trav och Galopp för dess rättegångskostnad med 2 407 420 kr inklusive mervärdesskatt, varav 2 206 250 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från dagen för denna dom till dess betalning sker.
4. Patent- och marknadsdomstolen lämnar Aktiebolaget Trav och Galopps talan i övrigt utan bifall.
5. Sekretessbestämmelsen i 36 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) ska fortsätta att vara tillämplig på
 - a. uppgifterna i aktbilagorna 338, 345, 346, 483, 503, 504, 505, 507, 510, 512, 513, 516, 517, 521, 523, 524, 525, 526, 527, 530, 531, 533, 810 (s. 60, 64, 73, 77, 85, 90, 97, 101, 105, 109, 115, 120 och 135), 811 (s. 47–49, 54, 55, 62, 63 och 121) och 815 (s. 100 och 118) i mål nr PMT 5804-21 som vid huvudförhandlingen har lagts fram inom stängda dörrar,
 - b. uppgifterna i aktbilagorna 132, 139, 140, 272, 292, 293, 294, 296, 299, 301, 302, 305, 306, 310, 312, 313, 314, 315, 316, 319, 320, 322, 549 (s. 60, 64, 73, 77, 85, 90, 97, 101, 105, 109, 115, 120 och 135), 550 (s. 47–49, 54, 55, 62, 63 och 121) och 554 (s. 100 och 118) i mål nr PMT 5818-21 som vid huvudförhandlingen har lagts fram inom stängda dörrar,
 - c. uppgifterna i aktbilagorna 151, 158, 159, 291, 311, 312, 313, 315, 318, 320, 321, 324, 325, 329, 331, 332, 333, 334, 335, 338, 339, 341, 568 (s. 60, 64, 73, 77, 85, 90, 97, 101, 105, 109, 115, 120 och 135), 569 (s. 47–49, 54, 55, 62, 63 och 121) och 573 (s. 100 och 118) i mål nr PMT 5825-21 som vid huvudförhandlingen har lagts fram inom stängda dörrar, och
 - d. de uppgifter under förhör med Sten Andersen, Leo Wilson och Christine Rankin som vid huvudförhandlingen har lagts fram inom stängda dörrar.

BAKGRUND	5
YRKANDEN OCH INSTÄLLNING	8
PMT 5804-21.....	8
PMT 5818-21.....	9
PMT 5825-21.....	10
GRUNDER M.M.	11
Aktiebolaget Trav och Galopp	11
Varumärkesintrång.....	11
Vitesförbud	16
Yrkandet om fastställelse av ersättningsskyldighet	16
Svarandebolagen	17
Varumärkesintrång.....	17
Vitesförbud	20
Yrkandet om fastställelse av ersättningsskyldighet	21
UTREDNING	21
DOMSKÄL	22
Inledning och prövningsordning	22
Svarandebolagens känneteckensanvändning	23
Inledande anmärkning.....	23
Dressmanns användning	23
LeeWrangler Swedens användning	24
Wrangler Apparels användning.....	25
Känneteckensanvändning?	26
Det utökade skyddet	27
Inledande anmärkning.....	27
Rättsliga utgångspunkter.....	28
Bedömningen i detta fall	28
Intrång	31
Inledande anmärkning.....	31
Omsättningskretsen och genomsnittskonsumenten.....	31
Intrång genom dubbel identitet?	32
Intrång i det grundläggande skyddet?.....	33
Vitesförbud	39
Rättsliga utgångspunkter.....	39
Förfoganden	41
Utformning	44
Fastställsetalan om ersättningsskyldighet	45
Rättegångskostnader	46
Sekretess	48

BAKGRUND

Aktiebolaget Trav och Galopp bildades år 1973 som travsportens samverkansorgan för spel på hästtävlingar i Sverige. Från år 1974 och fram till år 2019 hade Aktiebolaget Trav och Galopp ensamrätt i Sverige att bedriva tjänster för vadhållning på hästar. Bolaget bedriver fortfarande sådan verksamhet, men tillhandahåller numer även andra spel- och vadhållningstjänster.

Aktiebolaget Trav och Galopp är innehavare av bl.a. följande varumärken som är registrerade i Sverige och/eller EU. Flertalet registreringar omfattar spel- och vadhållningstjänster, men vissa av dem omfattar också andra tjänster eller varor.

- Den 14 augusti 2018 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering av ordmärket "ATG" som EU-varumärke, för bl.a. kläder (klass 25) samt för olika varor och tjänster i klasserna 16, 28, 36 och 38. Varumärket registrerades den 29 november 2018 (reg. nr 017942626).
- Den 20 november 1996 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering i Sverige av ordmärket "ATG", för drivande av lotteri och lotteriverksamhet; underhållning, vadhållning, hasardspeltjänster, sport- och idrottsaktiviteter (klass 41). Varumärket registrerades den 6 mars 1998 (reg. nr 326542).
- Den 7 juli 1995 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering i Sverige av följande figurmärke (utfört i blått, vitt och guld), för finansiella tjänster (klass 36) och sport- och idrottsaktiviteter (klass 41). Varumärket registrerades den 27 mars 1997 (reg. nr 322464).



- Den 28 november 2008 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering av följande EU-varumärke (i figur), för finansiella tjänster (klass 36) samt för drivande av lotteri och lotteriverksamhet, underhållning, vadhållning, hasardspeltjänster, sport- och idrottsaktiviteter (klass 41). Varumärket registrerades av EUIPO den 16 juni 2009 (reg. nr 007429319).



- Den 11 juni 2012 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering av följande EU-varumärke (i figur), för finansiella tjänster (klass 36) samt för drivande av lotteri och lotteriverksamhet, underhållning, vadhållning, hasardspeltjänster, sport- och idrottsaktiviteter (klass 41). Varumärket registrerades av EUIPO den 22 oktober 2012 (reg. nr 010955151).



- Den 28 november 2008 ansökte Aktiebolaget Trav och Galopp om registrering av ordmärket ”ATG” som EU-varumärke, för finansiella tjänster relaterade till drivande av lotterier och lotterιαffärer, nöjestjänster, vadslagning, vadhållningsverksamhet, sport- och kulturaktiviteter (klass 36) samt för drivande av lotteri och lotteriverksamhet, underhållning, vadhållning, hasardspeltjänster, sport- och idrottsaktiviteter (klass 41). Varumärket registrerades av EUIPO den 14 oktober 2010 (reg. nr 007428907).

Wrangler Apparel Corp. (Wrangler Apparel) ingår i Kontoor Brands Inc-koncernen och har hemvist i USA. År 1959 registrerades ordvarumärket ”Wrangler” i Sverige för varuslagen beklädnadsartiklar för herrar, damer och barn, särskilt arbetskläder, sportkläder, overalls och överdragsbyxor. I Sverige säljs kläder under varumärket ”Wrangler” genom webbsidan eu.wrangler.com och genom fristående återförsäljare.

Wrangler Apparel är registrerad innehavare av domännamnet eu.wrangler.com. När kunder i Sverige gör ett inköp genom webbsidan sker försäljningen av det svenska bolaget LeeWrangler Sweden AB (LeeWrangler Sweden), som också ingår i nämnda koncern. Det är också LeeWrangler Sweden som säljer dessa kläder till fristående återförsäljare i Sverige.

Dressmann-koncernen är en av Nordens största modekedjor inom herrkläder. Koncernen har fysiska butiker i Sverige, Danmark, Norge, Finland och Island, varav 180 butiker i Sverige. Webbutik finns för kunder i Sverige, Norge och Finland. I Sverige bedriver koncernen sin verksamhet – såväl de fysiska butikerna som webbutiken – genom Dressmann AB (Dressmann), som är ett dotterbolag till det norska bolaget Dressmann AS. Dressmann säljer bl.a. kläder under varumärket ”Wrangler”.

Under år 2019 lanserades en klädkollektion under namn innehållandes ”ATG”. Lanseringen skedde under år 2019 i Nordamerika och fortsatte under åren 2020 och 2021 i de länder i Europa, Asien och Sydamerika där kläder under varumärket ”Wrangler” säljs (dvs. bl.a. i Sverige).

Den 14 juli 2020 gav Wrangler Apparel in två ansökningar om registrering av följande figurvarumärken som registrerades av EUIPO den 17 november 2020 för varuslagen kläder, fotbeklädnader och huvudbonader (klass 25).



Vid marknadsföring och försäljning av kläder ur den aktuella kollektionen används ovannämnda varumärken, men även andra märken.

I Sverige säljs klädkollektionen av LeeWrangler Sweden och av vissa fristående återförsäljare. Dressmann, som är en av dessa återförsäljare, säljer dock inte de damkläder som ingår i kollektionen utan endast herrkläder.

Aktiebolaget Trav och Galopp uppmärksammade försäljningen av kläderna i kollektionen och skickade den 14 december 2020 ett varningsbrev till Wrangler Apparel med påståenden om varumärkesintrång. Motsvarande varningsbrev skickades den 21 januari 2021 till Dressmann AS. Den 25 januari 2021 eller kort tid därefter svarade Wrangler Apparels tidigare engelska ombud på varningsbrevet. I svaret angavs att det gällde för Wrangler Apparel självt samt licenstagare och återförsäljare. Varken LeeWrangler Sweden eller Dressmann mottog några varningsbrev innan Aktiebolaget Trav och Galopp väckte talan mot bolagen.

YRKANDEN OCH INSTÄLLNING

PMT 5804-21

Aktiebolaget Trav och Galopp har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda Dressmann vid vite om *i första hand* 1 000 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – för varje sammanhängande sjudagsperiod under vilken Dressmann överträder förbudet, och *i andra hand* 10 000 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – att

- a) *I första hand* i näringsverksamhet i EU, marknadsföra, försälja eller för något av dessa ändamål lagerhålla herrkläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 4.
- b) *I andra hand* i näringsverksamhet i Sverige, marknadsföra, försälja eller för något av dessa ändamål lagerhålla herrkläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 4.

Aktiebolaget Trav och Galopp har vidare yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska fastställa att Dressmann är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för sådan användning i Sverige av Dressmann som befinns utgöra ett otillåtet nyttjande av det eller de ATG-varumärken som framgår av förstahands-, andrahands- respektive tredjehandsgrunden.

Dressmann har bestritt Aktiebolaget Trav och Galopps talan.

PMT 5818-21

Aktiebolaget Trav och Galopp har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda LeeWrangler Sweden vid vite om *i första hand* 1 000 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – för varje sammanhängande sjudagsperiod under vilken LeeWrangler Sweden överträder förbudet, och *i andra hand* 10 000 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – att

- a) *I första hand* i näringsverksamhet i EU, självt eller genom medverkan, marknadsföra eller försälja kläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 5.
- b) *I andra hand* i näringsverksamhet i Sverige, självt eller genom medverkan, marknadsföra eller försälja kläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 5.

Aktiebolaget Trav och Galopp har vidare yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska fastställa att LeeWrangler Sweden är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för sådan användning i Sverige av LeeWrangler Sweden, direkt eller genom medverkan, som befinns utgöra ett otillåtet nyttjande av det eller de ATG-varumärken som framgår av förstahands-, andrahands- respektive tredjehandsgrunden.

LeeWrangler Sweden har bestritt Aktiebolaget Trav och Galopps talan.

PMT 5825-21

Aktiebolaget Trav och Galopp har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska förbjuda Wrangler Apparel vid vite om *i första hand* 1 000 000 kronor – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – för varje sammanhängande sjudagsperiod under vilken Wrangler Apparel överträder förbudet, och *i andra hand* 10 000 000 kr – eller annat belopp som domstolen finner verkningsfullt – att

- a) *I första hand* i näringsverksamhet i EU, självt eller genom medverkan, marknadsföra eller försälja kläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 6.
- b) *I andra hand* i näringsverksamhet i Sverige, självt eller genom medverkan, marknadsföra eller försälja kläder under eller med kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur, oavsett färgval, i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 6.

Aktiebolaget Trav och Galopp har vidare yrkat att Patent- och marknadsdomstolen ska fastställa att Wrangler Apparel är skyldigt att till Aktiebolaget Trav och Galopp betala skälig ersättning för sådan användning i Sverige av Wrangler Apparel, direkt eller genom medverkan, som befinns utgöra ett otillåtet nyttjande av det eller de ATG-varumärken som framgår av förstahands-, andrahands- respektive tredjehandsgrunden.

Wrangler Apparel har bestritt Aktiebolaget Trav och Galopps talan.

Parterna har i alla tre mål yrkat ersättning för rättegångskostnader.

GRUNDER M.M.

Aktiebolaget Trav och Galopp

Varumärkesintrång

I *första hand* gör svarandebolagens användning av kännetecknet ”ATG” ensamt eller ”ATG” i kombination med annat/andra ord eller figur i enlighet med vad som framgår av domsbilaga 4–6 intrång i Aktiebolaget Trav och Galopps ensamrätt till EU-varumärket ”ATG” (reg. nr 017942626), registrerat i bl.a. klass 25. Aktiebolaget Trav och Galopp har genom varumärkesregistreringen en ensamrätt inom EU till att använda ordmärket ”ATG” i förhållande till varuslaget kläder. Svarandebolagen använder utan Aktiebolaget Trav och Galopps tillstånd i näringsverksamhet kännetecknen som är identiska med varumärkesregistreringen för varor av samma slag. Svarandebolagens användning skadar varumärkets ursprungsangivelsefunktion och investeringsfunktion. Det faktum att det förekommer identiska kännetecknen för identiska varor med två skilda kommersiella ursprung skadar det äldre varumärkets förmåga att särskilja varor eller tjänster som tillhandahålls i en näringsverksamhet från dem som tillhandahålls i en annan. Detta faktum skadar även ATG-varumärkets förmåga att attrahera konsumenter och förmåga att göra dem lojala mot varumärket. Svarandebolagen använder också utan Aktiebolaget Trav och Galopps tillstånd i näringsverksamhet kännetecknen som är identiska med eller liknar varumärkesregistreringen för varor av samma eller liknande slag. Det finns en risk för förväxling, inbegripet risken för att användningen av svarandebolagens kännetecknen leder till uppfattningen att det finns ett samband mellan svarandebolagen och Aktiebolaget Trav och Galopp.

I *andra hand* gör Aktiebolaget Trav och Galopp gällande att EU-varumärkena med reg. nr 007429319, 007428907 och 010955151 är kända i EU. Aktiebolaget Trav och Galopp har under lång tid använt varumärkena kontinuerligt och i mycket stor omfattning för spel- och vadhållningstjänster. Aktiebolaget Trav och Galopp har sedan bolagets bildande och fram till år 2019 verkat i monopolställning i Sverige avseende

vadhållning på hästar och har än idag en mycket stark ställning på den svenska spelmarknaden. Aktiebolaget Trav och Galopp har under decennier haft en mångmiljardomsättning avseende spel på hästar, ett stort antal kunder och har gjort omfattande investeringar i varumärkena. Varumärkena är kända i Sverige för spel- och vadhållningstjänster och i och med den höga kännedomsgraden i Sverige är varumärkena kända i EU. Svarandebolagen använder utan Aktiebolaget Trav och Galopps tillstånd i näringsverksamhet kännetecknen som är identiska med eller liknar Aktiebolaget Trav och Galopps EU-varumärken för varor och tjänster som är identiska med eller liknar dem för vilka EU-varumärkena är registrerade och användningen drar utan skälig anledning otillbörlig fördel av eller är till skada för EU-varumärkenas särskiljningsförmåga eller anseende.

Det finns en tydlig koppling mellan ATG-varumärket och svarandebolagens ATG-kännetecken. Denna koppling innebär en konkret risk för att särskiljningsförmågan hos varumärket "ATG" uttunnas redan genom att svarandebolagens ATG-kännetecken förekommer på marknaden för andra slags produkter. Aktiebolaget Trav och Galopp är dessutom verksamt inom en kraftigt reglerad bransch som kräver licens. Företag som är verksamma inom spel- och vadhållningsbranschen är skyldiga att värna om hur bolagens kännetecken används. Aktiebolaget Trav och Galopp har ett starkt intresse av att kunna utöva kontroll över hur ATG-varumärket används och hur marknadsföring genomförs för att skydda ATG-varumärket från skada på särskiljningsförmåga och anseende, t.ex. att marknadsföring inte riktar sig till personer under 18 år. Eftersom Aktiebolaget Trav och Galopp inte har någon kontroll över hur svarandebolagens ATG-kännetecken används innebär detta en konkret risk för skada på ATG-varumärkets anseende. För det fall produkter märkta med "ATG" marknadsförs på ett sätt som inte är måttfullt eller riktar sig mot personer under 18 år riskerar detta att skada ATG-varumärkets anseende samt medföra en negativ påverkan på bilden av ATG-varumärket såsom ett ansvarsfullt vadhållnings- och spelföretag.

För det fall domstolen skulle komma fram till att EU-varumärkena inte är kända i EU görs det i *tredje hand* gällande att de svenska registreringarna med reg. nr 322464 och 326542 är kända inom en betydande del av den relevanta omsättningskretsen i Sverige för spel- och vadhållningstjänster på samma grunder som angivits avseende EU-varumärkena ovan. Svarandebolagens användning drar utan skälig anledning otillbörlig fördel av eller är till skada för ovannämnda registreringars särskiljningsförmåga eller anseende, på samma grunder som angivits avseende EU-varumärkena ovan.

Varumärkesregistreringen ATG ALL TERRAIN GEAR X WRANGLER (reg. nr 018273081) står i strid mot Aktiebolaget Trav och Galopps rättigheter. Det finns grund att häva registreringen med reg. nr 018273081. Varumärket är identiskt med eller liknar Aktiebolaget Trav och Galopps äldre rättighet, ordmärket ”ATG” (reg. nr 017942626), för varor av samma slag och det finns en risk för förväxling. Varumärket är i vart fall identiskt med eller liknar Aktiebolaget Trav och Galopps äldre och kända rättigheter (EU-varumärkena med reg. nr 007428907, 010955151, 007429319 och/eller de svenska varumärkesregistreringarna med reg. nr 322464 och 326542) och det finns risk att användningen utan skälig anledning drar otillbörlig fördel av eller är till skada för de äldre varumärkenas särskiljningsförmåga eller anseende. Någon användningsrätt för Wrangler Apparel, eller övriga svarandebolag, kan därför inte härledas ur nämnda varumärkesregistrering.

Varumärket ”Wrangler” är inte känt. Även om det skulle vara det utsläcks inte risken för förväxling. Svarandebolagen har inte skälig anledning att använda kännetecknet ”ATG” på sätt som skett. Konsumenterna uppfattar inte svarandebolagens användning av ”ATG” som en förkortning av ”All Terrain Gear” och inte heller att svarandebolagen använder ”ATG” beskrivande. Det föreligger inte något frihållningsbehov för ”ATG” i förhållande till varuslaget kläder.

Dressmann har olovligen marknadsfört och sålt kläder i Sverige under och med de kännetecken som framgår av domsbilaga 4, dels via sin webbsida, dels i sina egna butiker. Marknadsföring har även skett genom sociala medier, t.ex. Facebook och Instagram, reklamfilm, samt sökträffar från Google. Sökträffarna är en del av Dressmanns marknadsföring av den aktuella klädkollektionen eftersom de dynamiska annonstexter som Google producerar huvudsakligen baseras på textinnehållet på den webbsida som länkas till. Vidare har Dressmann lagerhållit kläder ur kollektionen i Sverige för försäljning, både i butik och på centrallager. Dressmann har vidare sålt och levererat klädkollektionen till det Dressmann-bolag som finns i Finland. Dressmann har ett direkt ansvar för sin försäljning, marknadsföring samt lagerhållning av den aktuella klädkollektionen.

LeeWrangler Sweden är Wrangler Apparels försäljningsställe i Sverige. LeeWrangler Sweden har via webbsidan eu.wrangler.com sålt kläder i Sverige under och med de kännetecken som framgår av domsbilaga 5. Härutöver har bolaget sålt och marknadsfört klädkollektionen till fristående återförsäljare i Sverige, såsom Dressmann och Cubus AB. Bolaget har ett direkt ansvar för all sin marknadsföring och försäljning. Vidare har bolaget medverkat till Dressmanns försäljning och marknadsföring av den aktuella klädkollektionen. LeeWrangler Sweden har medverkat till Dressmanns varumärkesintrång.

Wrangler Apparel har ett direkt ansvar för den marknadsföring och försäljning av kläderna som görs av andra Wrangler-bolag, inbegripet Wrangler Apparels driftställen i EU. Att Wrangler Apparel ansvarar för verksamheten och marknadsföringen inom EU framgår av information som lämnas på webbplatsen eu.wrangler.com och i övriga marknadsföringskanaler. Wrangler Apparel är innehavare av domänen eu.wrangler.com. Marknadsföring och försäljning av klädkollektionen har skett på nämnda webbplats. Marknadsföring har också skett på sociala medier, t.ex. Wrangler Europes sida på Facebook, Wrangler Europes Instagram-konto, Twitter-kontot Wrangler Jeans med namntaggen @Wrangler och Wrangler Europes Youtube-kanal,

vilka riktar sig mot EU och därmed Sverige. Marknadsföringen har även skett genom sökträffar för eu.wrangler.com från Google. Wrangler Apparel bär ett direkt ansvar för sökträffarna eftersom de dynamiska annonstexter som Google producerar huvudsakligen baseras på textinnehållet på den webbsida som länkas till. Det är också Wrangler Apparel som har tagit fram profileringen för klädkollektionen och bolaget utövar kontroll över hur marknadsföringen av kollektionen ska se ut. Marknadsföringen är enhetlig i de länder där klädkollektionen säljs. Wrangler Apparel har vidare ett medverkansansvar för Dressmanns och LeeWrangler Swedens marknadsföring och försäljning av klädkollektionen. Wrangler Apparel har bl.a. tagit fram klädkollektionen med de kännetecken som framgår av domsbilaga 6, samt kommunicerat ut lanseringen. Wrangler Apparel är också registrerad innehavare av ovannämnda figurvarumärken som innehåller följande text "ATG ALL TERRAIN GEAR X Wrangler" (reg. nr 018273081) och "ALL TERRAIN GEAR X Wrangler" (reg. nr 018273082) under och med vilka klädkollektionen bl.a. utbjuds till försäljning och marknadsförs.

Genom att vara innehavare av domänen eu.wrangler.com möjliggör Wrangler Apparel LeeWrangler Swedens försäljning av klädkollektionen till kunder i Sverige. Wrangler Apparel ingår i samma koncern som LeeWrangler Sweden. Wrangler Apparel får anses ha ett avgörande inflytande över användningen av kännetecknen. Varken LeeWrangler Sweden eller Dressmann hade kunnat agera oberoende av Wrangler Apparel vad avser deras förfoganden av klädkollektionen, vilket skett inom ramen för LeeWrangler Swedens och Dressmanns normala affärsverksamhet. Wrangler Apparel har medverkat till Dressmanns och LeeWrangler Swedens varumärkesintrång.

Den relevanta omsättningskretsen utgörs av allmänheten i stort och genomsnittskonsumenten får beträffande varuslaget kläder anses ha en normal uppmärksamhetsgrad.

Vitesförbud

Det finns förutsättningar att vid vite förbjuda respektive svarandebolag att fortsätta med intrången.

Patent- och marknadsdomstolen är behörig att pröva intrång i EU-varumärken som begås i hela EU. Vitesförbud bör i första hand – i enlighet med huvudregeln – meddelas med effekt inom hela EU, för att tillgodose de åberopade EU-varumärkesrättigheternas enhetliga verkan och förebygga risken för motstridiga avgöranden och bedömningar inom andra medlemsstater.

I andra hand, för det fall Patent- och marknadsdomstolen finner att vitesförbud inte ska meddelas med effekt inom hela EU, bör vitesförbud meddelas inom Sverige.

Det kan inte krävas en omställningstid för att följa förbudet. För det fall Patent- och marknadsdomstolen skulle anse att det krävs en omställningstid bör denna inte överstiga två månader. Svarandebolagen har endast angett att de behöver en omställningsperiod om sex månader för att kunna sälja av befintliga varor.

Yrkandet om fastställelse av ersättningskyldighet

Svarandebolagens intrång har begåtts uppsåtligen eller av oaktsamhet. Det gäller under alla omständigheter sedan den 14 december 2020 respektive den 21 januari 2021, när Aktiebolaget Trav och Galopp kontaktade Wrangler Apparel (och därmed även LeeWrangler Sweden) respektive Dressmann AS (och därmed även Dressmann) skriftligen och gjorde gällande sitt rättighetsinnehav och att användningen av Wrangler Apparels varumärke innebar intrång i Aktiebolaget Trav och Galopps varumärkesrättigheter.

Yrkanden om fastställelse av ersättningskyldighet måste inte inbegripa ett visst datum från vilket ersättningskyldigheten ska inträda.

Svarandebolagen

Varumärkesintrång

Svarandebolagen har inte begått och/eller medverkat till varumärkesintrång.

Användningen av i målet aktuella kännetecken gör inte intrång i den ensamrätt som följer av EU-varumärket ”ATG” (reg. nr 017942626). Det är inte fråga om identiska kännetecken. Användningen av kännetecknen medför inte någon skada på varumärkets funktion och det föreligger inte någon förväxlingsrisk. EU-varumärkena med reg. nr 007428907, 007429319 och 010955151, samt de svenska varumärkena med reg. nr 322464 och 326542, är inte kända inom en betydande del av omsättningskretsen som när det gäller Dressmanns användning består av fritidsintresserade män och när det gäller övriga svarandebolag fritidsintresserade män och kvinnor. I vart fall har nämnda varumärken inte en hög kännedomsgrad och heller inte ett högt anseende.

Användningen av kännetecknen i domsbilaga 4–6 drar inte otillbörlig fördel av, eller är till förfång för, EU-varumärkena samt de svenska varumärkenas särskiljningsförmåga eller renommé. Svarandebolagen har under alla förhållanden skälig anledning att använda det inom EU registrerade figurvarumärket som innehåller texten ”ATG ALL TERRAIN GEAR X Wrangler” (reg. nr 018273081).

Inget av svarandebolagen har använt något kännetecken som är identiskt med något av Aktiebolaget Trav och Galopps registrerade varumärken. ”ATG” har inte använts ensamt. All användning har skett genom olika kombinationer av figurer och andra tecken, samt tillsammans med det välkända Wrangler-varumärket. Eventuell användning av bokstäverna ”ATG” utan andra element har endast skett som en förkortning för All Terrain Gear och inte utgjort någon varumärkesanvändning i sig. Sådan användning innebär ingen skada på någon av funktionerna hos Aktiebolaget Trav och Galopps varumärken. Skulle, mot förmodan, något av svarandebolagen ha använt de tre bokstäverna ensamt har Wrangler Apparel under alla omständigheter inte medverkat till sådan användning.

I anslutning till all den av Aktiebolaget Trav och Galopp ifrågasatta användningen har uttrycket All Terrain Gear använts. ”ATG” uppfattas i sammanhanget som en förkortning av All Terrain Gear och förkortningen i sig uppfattas som beskrivande för de aktuella plaggen. Uttryck som All Terrain Gear och förkortningar som ”AT” för All Terrain är vedertagna för produkter som är anpassade till och lämpliga för terräng och friluftaktiviteter. Svarandebolagen har därför skälig anledning att använda initialförkortningen ”ATG” för friluftskläder. Kläder har marknadsförts och sålts under varumärket ”Wrangler” i Sverige sedan i vart fall år 1958. Eftersom ”Wrangler” är ett globalt mycket välkänt varumärke, med en förvärvad särskiljningsförmåga för kläder, kommer initialförkortningen ”ATG” att uppfattas av genomsnittskonsumenten som en förkortning för ett beskrivande namn på en uppsättning av friluftskläder under varumärket ”Wrangler”. Oaktat genomsnittskonsumentens uppfattning finns ett frihållningsbehov för beskrivande initialförkortningar.

Det är korrekt att Dressmann har sålt och presenterat kläder i Sverige från den aktuella klädkollektionen, via hemsidan [dressmann.se](https://www.dressmann.se) och i sina butiker från januari 2021. Denna presentation av kläderna har dock inte utgjort marknadsföring. Dressmann har inte sålt och marknadsfört kläder under de ordmärken som återfinns i domsbilaga 4. I januari 2021 användes inte alla de figurvarianter som återfinns i domsbilaga 4 i Sverige. Att det i en butik finns kläder i olika storlekar och att flera plagg finns tillgängliga för köp samtidigt utgör inte lagerhållning i den mening som avses i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken (varumärkesförordningen) eller varumärkeslagen. Dressmann är en fristående återförsäljare som köper i målet aktuella klädesplagg av LeeWrangler Sweden för vidareförsäljning till konsumenter i Sverige. Dressmann är inte licenstagare till LeeWrangler Sweden eller Wrangler Apparel. Dressmann har även sålt plagg ur klädkollektionen till ett Dressmann-bolag i Finland.

LeeWrangler Sweden har på webbsidan eu.wrangler.com sålt och presenterat kläder i Sverige ur klädkollektionen. Denna presentation av kläderna har utgjort

marknadsföring. LeeWrangler Sweden har även sålt och distribuerat sådana kläder till Dressmann och Cubus AB. Kläderna har gått direkt från LeeWrangler Belgium Services BV till Dressmann. LeeWrangler Sweden har inte haft någon lagerhållning. Det är korrekt att den aktuella klädkollektionen fanns till försäljning via LeeWrangler Swedens webbsida i december 2020. Bolaget har inte presenterat eller sålt kläder under de ordmärken som återfinns i nämnda domsbilaga 5. Vare sig i december 2020 eller i januari 2021 användes samtliga de figurvarianter som återfinns i domsbilaga 4 och 5 i Sverige. LeeWrangler Sweden har inte tillhandahållit marknadsföringsmaterial till Dressmann.

Wrangler Apparel har inte kommunicerat ut klädkollektionen. Bolaget, som är registrerad innehavare av figurmärket med reg. nr 018273081 och av domännamnet eu.wrangler.com, är ett renodlat holdingbolag för immateriella rättigheter inom koncernen. Bolaget har inte någon koppling eller inflytande på den faktiska verksamheten kopplad till försäljning och marknadsföring av Wrangler-kläder runt om i världen. Den faktiska verksamheten sköts genom andra bolag. Det belgiska företaget LeeWrangler Belgium Services BV, som ingår i samma koncern som Wrangler Apparel, driver verksamheten, fattar beslut om marknadsföringsåtgärder och försäljning etc. inom EU. LeeWrangler Belgium Services BV driver också webbsidan eu.wrangler.com. Wrangler Apparel har inte ett sådant avgörande inflytande över Dressmanns och LeeWrangler Swedens användning av varumärkena i domsbilaga 4 och 5 att bolaget kan anses vara delaktigt i – eller medverka till – dessa bolags eventuella intrång i Sverige. Vare sig i december 2020 eller i januari 2021 användes samtliga de figurvarianter som återfinns i domsbilaga 4 och 5.

Wrangler Apparel har inte tillhandahållit marknadsföringsmaterial till Dressmann eller godkänt Dressmanns marknadsföring. De Google-sökträffar som Aktiebolaget Trav och Galopp hänvisar till utgör inte marknadsföring i Sverige eller EU. Inget av svarandebolagen har ett ansvar för det resultat som den fristående tjänsten Google väljer att visa när en användare använder sig av Google-söktjänsten. Att presentera text

eller bilder på plagg på egna webbsidor och i butik i samband med försäljning utgör inte marknadsföring i varumärkesförordningens eller varumärkeslagens mening. Sådana handlingar utgör en del av själva utbudandet av plaggen till försäljning. Innehållet i de Twitter-inlägg som Aktiebolaget Trav och Galopp har hänvisat till utgör inte varumärkesanvändning eller marknadsföring. Twitter-inläggen är heller inte riktade mot Sverige eller mot EU. Inget av svarandebolagen har någon form av ansvar för Twitter-inläggen.

Det är uteslutet att någon skada på ursprungsangivelsefunktionen – eller någon annan varumärkesrättslig funktion – uppstått på grund av användning av kännetecknen i insidan av byxlinningar, på små etiketter på ficklock på skjortor eller genom användning av hashtags på Twitter m.m. Inte heller har svarandebolagens användning av de ifrågasatta tecknen på något annat sätt skadat varumärkenas ursprungsangivelsefunktion.

Vitesförbud

Det saknas förutsättningar att meddela förbud avseende hela EU. Ensamrätten till ett EU-varumärke ger inte innehavaren i en intrångssituation någon rätt till varumärket i andra länder än där intrång kan konstateras. Det gäller särskilt för de aktuella märkena, eftersom bokstäverna ”ATG” direkt uppfattas som en initialförkortning för det beskrivande uttrycket ”All Terrain Gear” av alla konsumenter som har kunskaper i engelska. För det fall Patent- och marknadsdomstolen finner att ett vitesförbud ska dömas ut ska detta endast omfatta Sverige.

Förbudsyrkandena är alltför långtgående och inte tillräckligt preciserade. Ett vitesförbud måste vara klart avgränsat och ta sikte endast på det intrång som faktiskt har begåtts. Under alla förhållanden är ett förbud mot att använda ”kännetecknet ATG ensamt” för omfattande och opreciserat.

Det saknas skäl för löpande vite. Om Patent- och marknadsdomstolen skulle döma ut ett löpande vite är tidsperioden om sju dagar osedvanligt kort. För att svarandebolagen ska ges möjlighet att efterleva förbudet bör tidsperioden för ett löpande vite inte understiga 45 dagar.

För det fall Patent- och marknadsdomstolen skulle komma att meddela ett förbud vid vite att använda något eller några av de i målet aktuella kännetecknen ska svarandebolagen ges en skälig omställningstid om sex månader att upphöra med användningen. Vid meddelande av ett vitesförbud behöver klädesplagg kasseras eller förstöras vilket är oförsvarbart av hållbarhets- och miljöskäl. Att genomföra ommärkning av fysiska plagg tar lång tid då beställnings- och leveranstider är långa. Aktiebolaget Trav och Galopps intresse av förbud uppväger inte de olägenheter ett förbud med kort omställningsperiod skulle medföra för svarandebolagen. Det ska vägas in att Aktiebolaget Trav och Galopp inte har agerat mot Wrangler Apparels registrering av figurvarumärket som innehåller texten ”ATG ALL TERRAIN GEAR X Wrangler” (reg. nr 018273081) inom invändningsperioden eller därefter.

Yrkandet om fastställelse av ersättningsskyldighet

Svarandebolagen har inte begått eller medverkat till varumärkesintrång. Det bestrids att medverkan till intrång ger rätt till skälig ersättning. Eventuellt intrång eller medverkan därtill, har i vart fall inte begåtts uppsåtligen eller av oaktsamhet.

UTREDNING

Målet har avgjorts efter huvudförhandling. Aktiebolaget Trav och Galopp har åberopat vittnesförhör med A.R., S. A., M. H., P.M., P.D., H.G.L., H.S., N.A., A.E., L.W. och H.J. samt förhör med parssakkunnige P.S. som har genomfört de marknadsundersökningar som bolaget har åberopat i målet.

Svarandebolagen har åberopat vittnesförhör med C.R. och S.B..

Parterna har åberopat omfattande skriftlig bevisning, bl.a. i form av videoklipp och ljudfiler. Vidare har domstolen, på parternas begäran, hållit syn på vissa klädesplagg från den aktuella kollektionen.

DOMSKÄL

Inledning och prövningsordning

Målet handlar om en klädkollektion som i bl.a. pressmeddelanden benämns som ”ATG by Wrangler”. Klädkollektionen har sålts i Sverige genom hemsidor och i butik.

Aktiebolaget Trav och Galopp har gjort gällande att svarandebolagens användning av ”ATG” och olika kännetecken innehållandes ”ATG” utgör varumärkesintrång. Användningen påstås ha skett i samband med marknadsföring och försäljning av klädkollektionen i Sverige. Talan mot Dressmann omfattar även ett påstående om lagerhållning.

Aktiebolaget Trav och Galopp har åberopat olika registrerade rättigheter till grund för sin talan, nämligen fyra EU-varumärken och två nationella varumärken.

Patent- och marknadsdomstolen prövar först om det är visat att de kännetecken som återges i bilagorna har använts av respektive svarandebolag och om visad användning utgör känneteckensanvändning. Domstolen prövar därefter om Aktiebolaget Trav och Galopp har visat att ordmärket ”ATG” åtnjuter ett utökat skydd. Därefter följer domstolens bedömning om intrång. Om intrång konstateras prövar domstolen respektive svarandebolags förfoganden, vitesförbudens utformning och om ersättningsskyldighet ska fastställas.

Svarandebolagens känneteckensanvändning

Inledande anmärkning

Aktiebolaget Trav och Galopp har hänvisat till bilagor med de ord och ordkombinationer samt figurkännetecken som omfattas av bolagets förbudsyrkanden. Domstolen har därför att pröva om respektive svarandebolag har använt kännetecknen enligt bilagorna och om visad eller ostridig användning ska anses utgöra känneteckensanvändning.

Dressmanns användning

Den användning som Aktiebolaget Trav och Galopp har påtalat avseende Dressmann omfattar fem ordkännetecken och tio figurkännetecken. Den påtalade ordanvändningen avser ”ATG”, ”#ATG”, ”ATG X Wrangler”, ”ATG BY WRANGLER” och ”ATG WRANGLER”. Den påtalade figuranvändningen avser dels den cirkelfigur som ingår i Wrangler Apparels registrerade figurvarumärke (reg. nr 018273081), dels cirkelfiguren i olika kombinationer med orden ”ALL TERRAIN GEAR -X- WRANGLER” ”ALL TERRAIN GEAR Wrangler” och ”ALL TERRAIN GEAR”. Även Wrangler Apparels figurvarumärke påstås ha använts men med andra färgkombinationer än vad registreringen avser. Domstolen noterar att i en del av den påtalade figuranvändningen är ”Wrangler” i röd text.

Dressmann har vitsordat att bolaget har sålt och presenterat kläder i Sverige från den aktuella klädkollektionen, men bestritt att bolaget har använt de ordkännetecken som omfattas av Aktiebolaget Trav och Galopps yrkanden.

När det gäller ordkännetecknen finner domstolen det visat att Dressmann har använt ”#ATG”, ”ATG X Wrangler” och ”ATG WRANGLER” på sin hemsida och i sociala medier. Den påtalade användningen av ”ATG BY WRANGLER” har skett genom sökträffar på Google. Mot Dressmanns bestridande är det enligt domstolen inte visat att Dressmann är ansvarigt för innehållet i sökträffarna. Det är inte visat att Dressmann i egenskap av annonsör har valt uttrycket som ett sökord (jfr EU-domstolens dom den

22 september 2011 i mål C-323/09, *Interflora och Interflora British Unit*, EU:C:2011:604, punkten 30). Det är därutöver inte visat någon användning av bokstavskombinationen ”ATG” ensamt. I samtliga fall där bokstavskombinationen ”ATG” förekommit har användningen på något sätt föregåtts eller efterföljts av en hänvisning till ”Wrangler” eller ”All Terrain Gear”. Domstolen bedömer, sett till denna kontext, att användningen inte innebär att ”ATG” har använts ensamt.

Genom syn på kläder, fotografier från butiker och skärmdumpar från hemsidan dressmann.se har Aktiebolaget Trav och Galopp visat att Dressmann använt de påtalade figurkännetecknen.

Sammanfattningsvis är det i denna del visat att Dressmann använt ”#ATG”, ”ATG X Wrangler”, ”ATG WRANGLER” och alla påtalade figurkännetecken.

LeeWrangler Swedens användning

Den användning som Aktiebolaget Trav och Galopp har påtalat avseende LeeWrangler Sweden omfattar ett ordkännetecken och 14 figurkännetecken. Den påtalade ordanvändningen avser ”ATG”. Den påtalade figuranvändningen avser Wrangler Apparels registrerade figurmärke (reg. nr 018273081), den cirkelfigur som ingår i Wrangler Apparels figurmärke och cirkelfiguren i olika kombinationer med orden ”ALL TERRAIN GEAR -X- WRANGLER”, ”ALL TERRAIN GEAR Wrangler”, ”Wrangler” och ”ALL TERRAIN GEAR”. Domstolen noterar att i en del av den påtalade figuranvändningen är ”Wrangler” i röd text.

Lee Wrangler Sweden har vitsordat att bolaget har sålt kläder i Sverige från den aktuella klädkollektionen, men bestritt att bolaget har använt de ordkännetecken som omfattas av Aktiebolaget Trav och Galopps yrkanden.

Enligt domstolen är någon användning av bokstavskombinationen ”ATG” ensamt inte visad. I samtliga fall där bokstavskombinationen ”ATG” förekommit har

användningen på något sätt föregåtts eller efterföljts av en hänvisning till "Wrangler" eller "All Terrain Gear". Domstolen bedömer, sett till denna kontext, att användningen inte innebär att "ATG" har använts ensamt.

Genom syn på kläder och skärmdumpar från hemsidan eu.wrangler.com har Aktiebolaget Trav och Galopp visat att LeeWrangler Sweden använt de påtalade figurkännetecknen.

Sammanfattningsvis är det i denna del visat att LeeWrangler Sweden har använt alla påtalade figurkännetecken.

Wrangler Apparels användning

Den användning som Aktiebolaget Trav och Galopp har påtalat avseende Wrangler Apparel omfattar fyra ordkännetecken och 14 figurkännetecken. Den påtalade ordanvändningen avser "ATG", "ATG BY WRANGLER", "#ATG" och "#WranglerATG". Den påtalade figuranvändningen avser Wrangler Apparels registrerade figurmärke (reg. nr 018273081), den cirkelfigur som ingår i Wrangler Apparels figurmärke ensam och cirkelfiguren i olika kombinationer med orden "ALL TERRAIN GEAR -X- WRANGLER", "ALL TERRAIN GEAR Wrangler", "Wrangler" och "ALL TERRAIN GEAR". Domstolen noterar att i en del av den påtalade figuranvändningen är "Wrangler" i röd text.

Enligt domstolen är det inte visat att Wrangler Apparel är ansvarigt för att ordkombinationen "ATG BY WRANGLER" har förekommit i den Google-sökning av den 19 mars 2021 som Aktiebolaget Trav och Galopp har åberopat som bevisning. Av de sökträffar som redovisas under "annonser" påträffas visserligen "ATG by Wrangler", men träffen hänvisar inte till Wrangler Apparel, utan till Amazon.se (se *Interflora och Interflora British Unit*, punkten 10 angående sponsrade länkar). Att "www.wrangler.com" har dykt upp i listan av s.k. naturliga sökresultat får anses vara en följd av hur Google har utformat sin söktjänst (se ovannämnda dom, punkten 9) och

ingenting som Wrangler Apparel bär ett ansvar för. De pressmeddelanden som Aktiebolaget Trav och Galopp har hänvisat till har, såvitt framkommit, haft Kantoor Brands Inc som avsändare. Det förhållande att Wrangler Apparel ingår i samma koncern som Kantoor Brands Inc. utgör emellertid inte en tillräcklig omständighet för att det ska vara möjligt att ålägga Wrangler Apparel ett ansvar för innehållet i pressmeddelandena. Av utredningen framgår det dock att uttrycket ”ATG BY WRANGLER” har använts på hemsidan eu.wrangler.com. Det är därutöver inte visat någon användning av bokstavskombinationen ”ATG” ensamt. I samtliga fall där bokstavskombinationen ”ATG” förekommit har användningen på något sätt föregåtts eller efterföljts av en hänvisning till ”Wrangler” eller ”All Terrain Gear”. Domstolen bedömer, sett till denna kontext, att användningen inte innebär att ”ATG” har använts ensamt.

Genom skärmdumpar från hemsidan eu.wrangler.com och sociala medier har Aktiebolaget Trav och Galopp visat att påtalade ord- och figurkännetecknen har använts. Patent- och marknadsdomstolen återkommer till Wrangler Apparels ansvar för denna användning.

Känneteckensanvändning?

Svarandebolagen har invänt att den användning som har skett utgör en förkortning av ”All Terrain Gear” och att användningen ”ATG” därför varit beskrivande. Till stöd för detta har bolagen bl.a. åberopat olika skärmdumpar med användning av bokstavskombinationen ”AT” i olika sammanhang. Att uttrycket ”ATV” kan uppfattas som ”All Terrain Vehicle” eller att ”AT” kan uppfattas som ”All Terrain” är enligt domstolen inte av avgörande betydelse. Frågan är om svarandebolagen visat att ”ATG” är beskrivande för kläder.

Enligt domstolen är det inte visat att ”ATG” uppfattas av omsättningskretsen som en förkortning av ”All Terrain Gear”. Oavsett detta bedömer domstolen att den faktiska användningen, där ”ATG” skrivs i versaler och bl.a. återges i en cirkelfigur, är ägnad

att uppfattas som ett kännetecken (jfr Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 14 december 2018 i mål nr PMT 7235-17). Det är inte heller visat att genomsnittskonsumenten uppfattar ”ATG” som beskrivande för kläder. Det saknar betydelse om svarandebolagens avsikt endast varit att använda ”ATG” som en beskrivning (jfr Svea hovrätts dom den 10 oktober 2014 i mål nr T 5405-13).

Användningen av kännetecknen som framgår av domsbilaga 1–3 har skett i pressmeddelanden, på sociala medier, hemsidor, reklamfilmer, etiketter samt klädesplagg. Enligt Patent- och marknadsdomstolen har all användning tydligt handlat om känneteckensanvändning då svarandebolagen bjudit ut och tillhandahållit klädkollektionen under kännetecknen och använt dessa i sin reklam för kollektionen i syfte att ge ekonomisk vinst (jfr EU-domstolens dom den 23 mars 2010 i de förenade målen C-236/08 och C-238/08, *Google France och Google*, EU:C:2010:159, punkten 50). Även användningen av ”#ATG” får anses vara ett utpekande av kommersiellt ursprung och därmed känneteckensanvändning.

Det utökade skyddet

Inledande anmärkning

Aktiebolaget Trav och Galopp har i första hand gjort gällande att tre EU-varumärken (reg. nr 007428907, 010955151 och 007429319) är kända i unionen och i andra hand att två nationella varumärken (reg. nr 326542 och 322464) är kända i Sverige. När det gäller EU-varumärkena har Aktiebolaget Trav och Galopp anfört att domstolen bör i första hand bedöma ordmärket ”ATG” (reg. nr 007428907) som är registrerat i klasserna 36 och 41. Domstolen konstaterar att samma ordmärke är registrerat som EU-varumärke i klasserna 16, 25, 28, 36 och 38 (reg. nr 017942626) och som nationellt varumärke i klass 41 (reg. nr 326542). Enligt domstolen är ordmärket ”ATG” det kännetecken som ligger närmast den känneteckensanvändning av svarandebolagen som Aktiebolaget Trav och Galopp lagt till grund för sin talan om varumärkesintrång.

Rättsliga utgångspunkter

En innehavare av ett EU-varumärke har enligt artikel 9.2 c varumärkesförordningen rätt att förhindra användning av ett tecken som är identiskt med eller liknar EU-varumärket med avseende på varor och tjänster av annat slag än dem för vilka varumärket är registrerat, om detta är känt i unionen och om användningen av tecknet utan skälig anledning drar otillbörlig fördel av eller är till förfång för varumärkets särskiljningsförmåga eller renommé. I praxis har detta kallats för det utökade skyddet (se NJA 2017 s. 905).

För att ett varumärke ska omfattas av det utökade skyddet krävs att det är känt för en betydande del av omsättningskretsen. Vid bedömningen ska samtliga relevanta omständigheter beaktas, särskilt varumärkets marknadsandel, i hur stor omfattning, och hur länge varumärket har använts samt hur stora investeringar företaget har gjort för att marknadsföra varumärket (se EU-domstolens dom den 14 september 1999 i mål C-375/97, *General Motors*, EU:C:1999:408, punkterna 26 och 27).

Vad gäller det geografiska området ska villkoret att varumärket är känt anses vara uppfyllt om varumärket är känt i en väsentlig del av unionen (se EU-domstolens dom den 6 oktober 2009 i mål C-301/07, *PAGO International*, EU:C:2009:611, punkterna 27–29). En väsentlig del av unionen kan i förekommande fall bl.a. motsvara en medlemsstats territorium (se EU-domstolens dom den 3 september 2015 i mål C-125/14, *Iron & Smith*, EU:C:2015:539, punkterna 19 och 20).

Bedömningen i detta fall

Frågan i denna del är om Aktiebolaget Trav och Galopp har visat att ordmärket ”ATG” är känt i unionen för spel- och vadhållningstjänster. Mot bakgrund av den åldersgräns som finns för aktuella tjänster och att det räcker med att visa kännedom inom en medlemsstat är relevant omsättningskrets för denna bedömning den svenska allmänheten över 18 år. Domstolen bedömer att de tjänster som ordmärket är registrerat för i klass 41 kan sammanfattas som just ”spel- och vadhållningstjänster”.

Den marknadsundersökning som Aktiebolaget Trav och Galopp har åberopat visar en mycket hög inarbetningsgrad. På den första frågan ”*Vad tänker du på när du hör eller ser bokstavskombinationen ATG?*” har 80 procent av respondenterna angett svar som ”spel”, ”trav” och ”hästar”. Sett till alla kännedomsfrågor har totalt 83 procent angett svar som kan kopplas till Aktiebolaget Trav och Galopps verksamhet. Per Sahlqvist har i sitt förhör uppgett att det är en väldigt hög siffra. Undersökningen genomfördes i juni 2021 med 500 webbintervjuer av personer bosatta i Sverige i åldrarna 18–76 år. Enligt domstolen talar marknadsundersökningen med styrka för att ordmärket ”ATG” är känt inom en betydande del av omsättningskretsen för spel- och vadhållningstjänster.

Utöver marknadsundersökningen har Aktiebolaget Trav och Galopp åberopat omfattande bevisning.

Genom rapporter från Spelinspektionen och årsredovisningar är det visat att Aktiebolaget Trav och Galopp innehar en betydande marknadsandel av spelmarknaden i Sverige. Marknadsdelen kan till viss del förklaras av bolagets monopol för spel på hästar före 2019 års omreglering. Bolaget har i sin årsredovisning från 2021 angett att det då var den största aktören inom kommersiellt onlinespel och vadhållning samt innehade en marknadsandel om ca en tredjedel. Det är utrett att ”ATG” används i mer eller mindre all marknadsföring av bolagets tjänster och i praktiken som ett särskilt företagsnamn. Enligt domstolen innebär denna användning att varumärket ”ATG” har haft en hög marknadsandel för spel- och vadhållningstjänster under den påstådda intrångsperioden. Aktiebolaget Trav och Galopp har vidare, genom sammanställningar av finansiella nyckeltal och förhöret med Andreas Ebberyd, visat att bolaget de senaste decennierna har haft en årlig mångmiljardomsättning.

En stor del av bevisningen avser Aktiebolaget Trav och Galopps användning av sina varumärken. Alla åberopade rättigheter, såväl ordmärken som figurmärken, innehåller bokstavskombinationen ”ATG”. Av EU-domstolens praxis följer att ett varumärke kan

förvärva särskiljningsförmåga genom att det har använts som en del av ett registrerat varumärke, som en beståndsdel av detsamma eller genom att ett annat varumärke har använts i kombination med ett registrerat varumärke (se EU-domstolens dom den 7 juli 2005 i mål C-353/03, *Nestlé*, EU:C:2005:432, punkten 30). Enligt Patent- och marknadsdomstolen kan detta appliceras på bedömningen om det utökade skyddet eftersom denna motsvarar den om förvärvad särskiljningsförmåga (jfr *Nestlé*, punkten 31, med *General Motors*, punkten 27).

Det saknas anledning att ifrågasätta att Aktiebolaget Trav och Galopp har använt ”ATG” som identifikationsmedel för sina tjänster sedan år 1974, vilket även stöds av återopade årsredovisningar. Det är utrett att varumärket ”ATG” har använts i mycket stor omfattning i reklamfilmer, radioreklam, digitala reklamskärmar, tidningsannonser, onlinereklam, direktreklam, ATG-butiker, spelkvitton, tv-sändningar, digitala plattformar, sociala medier, sponsringsåtgärder och PR. Enligt domstolen är det framför allt figurmärket med reg. nr 010955151 som har exponerats, men i t.ex. radioreklam har ordmärket ”ATG” använts av förklarliga skäl. Även i en del av reklamfilmerna har ordmärket exponerats genom text och muntlig användning. Som domstolen har konstaterat ovan kan användningen av figurmärkena med beståndsdel ”ATG” beaktas inom ramen för denna bedömning. Av de analyser om reklamfilmernas spridning som är ingivna i målet och utifrån de uppgifter som bl.a. lämnats av Sten Andersen och Henrik Sjödin har framgått att reklamfilmerna fått en mycket omfattande spridning. Av förhöret med Niklas Andreasson har även framgått att Aktiebolaget Trav och Galopp har lagt ner avsevärda belopp på sin marknadsföring. Av återopad bevisning i form av marknadsföring framgår klart att ”ATG” används som en tydlig markör för det kommersiella ursprunget. Att Aktiebolaget Trav och Galopp har haft ett mycket stort antal kunder per år sedan 1994 (mellan 1 och 2 miljoner) och ett mycket stort antal besökare på bolagets digitala plattformar har visats genom den skriftliga bevisningen och förhöret med L.W..

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att Aktiebolaget Trav och Galopp har visat att ordmärket ”ATG” har exponerats i mycket stor utsträckning och under en lång tid. Därtill har Aktiebolaget Trav och Galopp gjort stora reklaminvesteringar och varumärket ”ATG” innehar en hög marknadsandel för aktuella tjänster. I enlighet med EU-domstolens praxis får Sverige anses vara en väsentlig del av unionen. Därutöver har Aktiebolaget Trav och Galopp visat en internationell användning genom en engelskspråkig hemsida. Sammanfattningsvis finner domstolen det visat att EU-varumärket ”ATG” är känt för spel- och vadhållningstjänster i unionen. Mot bakgrund av domstolens bedömning av att ordmärket ligger närmast den påtalade känneteckensanvändningen saknas anledning att pröva om figurmärkena har ett utökat skydd.

Intrång

Inledande anmärkning

Aktiebolaget Trav och Galopp har i intrångsdelen framför allt hänfört sig till EU-ordmärket ”ATG” (reg. nr 017942626). Patent- och marknadsdomstolen har därutöver funnit att ordmärket ”ATG” är känt i unionen. Patent- och marknadsdomstolens intrångsbedömning ska således prövas utifrån varumärkesförordningen.

Omsättningskretsen och genomsnittskonsumerten

Målet rör dels Aktiebolaget Trav och Galopps registrering för varuslaget kläder i klass 25, dels svarandebolagens påstådda marknadsföring och försäljning av en kläd-kollektion.

Aktiebolaget Trav och Galopp har anfört att omsättningskretsen är den breda allmänheten som får anses ha en normal uppmärksamhetsgrad. Dressmann har å sin sida anfört att omsättningskretsen för dess användning ska definieras som friluftsintrasserade män eftersom bolaget endast säljer herrkläder. Övriga svarandebolag har anfört att för deras användning ska omsättningskretsen definieras till friluftsintrasserade män och kvinnor.

Parterna har inte åberopat någon bevisning i frågan om prissättning av de aktuella klädesplaggen. Det har dock inte gjorts gällande att de aktuella kläderna skulle vara lyxvaror eller liknande. Kläderna marknadsförs och säljs på hemsidor och i butik. Av vad som har framgått har dessa kanaler inte någon särskild inriktning mot friluftsliv, även om de individuella kläderna kan ha det användningsområdet. Med hänsyn till detta måste omsättningskretsen enligt domstolen anses bestå av allmänheten i Sverige, där genomsnittskonsumenten förutsätts vara normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst. Enligt domstolen ska omsättningskretsen avseende Dressmanns användning inte begränsas till män, eftersom det får anses allmänt veterligt att herrkläder inhandlas av båda könen.

Intrång genom dubbel identitet?

Rättsliga utgångspunkter

En innehavare av ett EU-varumärke har enligt artikel 9.2 a varumärkesförordningen rätt att förhindra användning av ett tecken som är identiskt med EU-varumärket och används för varor eller tjänster som är identiska med dem för vilka varumärket är registrerat.

Bedömningen i detta fall

Som domstolen har konstaterat ovan är det inte visat att något av svarandebolagen har använt bokstavskombinationen ”ATG” ensamt. De avvikelser som förekommer mellan den visade användningen är inte av sådant obetydligt slag att de kan undgå genomsnittskonsumentens blick (jfr EU-domstolens dom den 20 mars 2003 i mål C-291/00, *LTJ Diffusion*, EU:C:2003:169, punkten 53). Att bokstavskombinationen ”ATG” utgör en beståndsdel i svarandebolagens användning, även om den skulle anses vara dominerande, innebär inte enligt domstolen att svarandebolagen har använt identiska kännetecken. Något intrång på grund av dubbel identitet föreligger alltså inte.

Intrång i det grundläggande skyddet?

Rättsliga utgångspunkter

En innehavare av ett EU-varumärke har enligt artikel 9.2 b varumärkesförordningen rätt att förhindra användning av ett tecken som är identiskt med eller liknar EU-varumärket och används för varor eller tjänster som är identiska med eller liknar de varor eller tjänster för vilka EU-varumärket är registrerat, om detta kan leda till förväxling hos allmänheten, inbegripet risken för association mellan tecknet och varumärket.

Vid prövningen av om det föreligger förväxlingsrisk ska domstolen göra en helhetsbedömning där samtliga omständigheter av betydelse ska beaktas. Denna helhetsbedömning ska, vad gäller dessa varumärkens likhet i bild, ljud eller ord, grunda sig på det helhetsintryck som varumärkena åstadkommer med hänsyn till bl.a. deras särskiljande och mest framträdande beståndsdelar (se EU-domstolens dom den 11 november 1997 i mål C-251/95, *SABEL mot Puma, Rudolf Dassler Sport*, EU:C:1997:528, punkten 23). Det är dock endast när alla andra beståndsdelar i varumärket är försumbara som bedömningen av likheten kan grunda sig enbart på den dominerande beståndsdelan (se EU-domstolens dom den 12 juni 2007 i mål C-334/05 P, *Shaker*, EU:C:2007:333, punkten 42). Relevanta faktorer samspejar; lägre varuslagslikhet kan vägas upp av hög märkeslikhet och tvärtom (se EU-domstolens domar den 29 september 1998 i mål C-39/97, *Canon Kabushiki Kaisha mot Metro-Goldwyn-Mayer*, EU:C:1998:442, punkten 17 och den 22 juni 1999 i mål C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, EU:C:1999:323, punkten 19).

Det föreligger förväxlingsrisk om det finns en risk att allmänheten kan tro att varorna eller tjänsterna i fråga kommer från samma företag, eller i förekommande fall från företag med ekonomiska band (se *Canon Kabushiki Kaisha mot Metro-Goldwyn-Mayer*, punkten 29 och *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, punkten 17).

När ett sammansatt kännetecken inbegriper ett äldre varumärke kan förväxlingsrisk föreligga när det äldre varumärket behåller en självständig kännetecknande ställning utan att utgöra en dominerande beståndsdel i det sammansatta kännetecknet (se EU-domstolens dom den 6 oktober 2005 i mål C-120/04, *Medion*, EU:C:2005:594, punkterna 30, 31 och 36). En beståndsdel i ett sammansatt kännetecken anses dock inte behålla en sådan självständig särskiljande ställning om beståndsdelens tillsammans med den eller de andra beståndsdelarna i kännetecknet utgör en enhet som har en annan betydelse än beståndsdelarna sedda var för sig (se EU-domstolens dom den 22 oktober 2015 i mål C-20/14, *BGW*, EU:C:2015:714, punkten 39). Även en beståndsdel med endast låg särskiljningsförmåga kan i princip dominera helhetsintrycket av ett sammansatt varumärke eller ha en självständig och kännetecknande ställning i ett sådant varumärke, om denna beståndsdel på grund av exempelvis sin placering i kännetecknet eller sin storlek kan uppfattas av konsumenten och stanna kvar i dennes minne (se *BGW*, punkten 40).

Förväxlingsbedömningen tar som utgångspunkt sikte på risken för att genomsnittskonsumenten förväxlar varornas eller tjänsternas kommersiella ursprung. I ett intrångsmål skiljer sig den bedömningen i allmänhet från den i ett registreringsärende. I det senare fallet får prövningen normalt en abstrakt karaktär och koncentreras kring känneteckenslikhet, varuslagslikhet och särskiljningsförmåga. Vid en talan om intrång föreligger det i allmänhet fler omständigheter som kan ge ljus åt frågan om det har funnits en reell risk för skada på grund av förväxling, eftersom tvisten har sin bakgrund i en faktisk användning. Det ställer i allmänhet krav på en mer nyanserad helhetsbedömning. Bevisbördan för skaderisken vilar som utgångspunkt på varumärkesinnehavaren. (Se NJA 2017 s. 905, punkten 11.)

Av artiklarna 18 och 58 varumärkesförordningen följer bl.a. att om innehavaren inte inom fem år från registreringen har gjort verkligt bruk av EU-varumärket inom unionen för de varor och tjänster för vilka det har registrerats, så kan rättigheterna till varumärket efter ansökan förklaras helt eller delvis upphävda. En bedömning av om

det har förelegat en förväxlingsrisk under femårsfristen bör göras som om varumärkesinnehavaren hade gjort verkligt bruk av märket för samtliga de varor och tjänster som registreringen avser. Om innehavaren faktiskt har använt det registrerade varumärket för andra varor eller tjänster än dem som tvisten avser, och det har inneburit att märket har förvärvat en särskiljningsförmåga utöver vad som följer av dess originalitet, liksom om märket har blivit känt, bör detta kunna beaktas till innehavarens fördel.

(Se NJA 2017 s. 905, punkten 19.)

Särskiljningsförmåga

Ordmärket "ATG" är inte beskrivande för varuslaget kläder. Att varumärket "ATG" har visats vara känt för spel- och vadhållningstjänster innebär inte att detsamma är visat för kläder eller att någon förstärkt särskiljningsförmåga är visad för sistnämnda varuslag.

Den användning som Aktiebolaget Trav och Galopp har visat för kläder avser olika former av reklamtryck och sponsringar (t.ex. på hockeydomares tröjor). Enligt Patent- och marknadsdomstolen kan sådan användning inte anses bidra till ordmärkets känneteckenskraft för varuslaget kläder, dvs. att peka ut det kommersiella ursprunget av klädesplagget som sådant.

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att ordmärket "ATG" har en normal särskiljningsförmåga i förhållande till varuslaget kläder.

Varu- och tjänsteslagslikhet

Aktiebolaget Trav och Galopps ordmärke "ATG" registrerades den 29 november 2018 i klass 25 för bl.a. kläder. Enligt domstolen är det inte visat att Aktiebolaget Trav och Galopp har gjort verkligt bruk av varumärket i förhållande till detta varuslag.

Domstolens bedömning ska dock, utifrån Högsta domstolens uttalande i NJA 2017 s. 905, göras som om Aktiebolaget Trav och Galopp har gjort verkligt bruk av märket för varuslaget kläder.

Svarandebolagens användning har skett i förhållande till en klädkollektion. Därutöver är Wrangler Apparels figurvarumärke (reg. nr 018273081) registrerat i klass 25 för bl.a. kläder. Det föreligger således varuslagsidentitet avseende klass 25.

Likhet mellan kännetecknen

Den ordanvändning som domstolen funnit visad är ”#ATG”, ”ATG X Wrangler”, ”ATG BY WRANGLER”, ”ATG WRANGLER” och ”#WranglerATG”.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen bibehåller beståndsdelen ”ATG” en självständig kännetecknande ställning i svarandebolagens ordanvändning. Domstolen bedömer däremot inte att de tillkommande beståndsdelarna i svarandebolagens användning ska anses vara försumbara i likhetsbedömningen. Enligt Patent- och marknadsdomstolen är beståndsdelen ”ATG” den dominerande i all ordanvändning förutom ”#WranglerATG”.

Cirkelfiguren, som återges nedan, finns med i all den figuranvändning som Aktiebolaget Trav och Galopp har vänt sig emot.



Enligt Patent- och marknadsdomstolen bidrar inte cirkelfigurens figurativa element – den omslutande cirkeln, ett stiliserat berg och ett underliggande streck som skulle kunna uppfattas som att det avser marken som berget står på – till att peka ut ett kommersiellt ursprung. Helhetsintrycket av cirkelfiguren domineras av beståndsdelen ”ATG”. I Wrangler Apparels registrerade figurmärke (reg. nr 018273081) kombineras cirkelfiguren med den underliggande texten ”ALL TERRAIN GEAR -X- Wrangler” i figurativt utförande. Enligt domstolen domineras helhetsintrycket även vid denna användning av beståndsdelen ”ATG”. Den tillkommande texten, ”All Terrain Gear”, under cirkelfiguren utgör endast en förklaring av bokstavskombinationen (jfr EU-

domstolens dom den 15 mars 2012 i de förenade målen C-90/11 och C-91/11, *Strigl och Securvita*, EU:C:2012:147, punkten 40). Det är därutöver inte visat att ”ATG” är en vedertagen förkortning av ”All Terrain Gear”. Enligt Patent- och marknadsdomstolen kan inte de tillkommande beståndsdelarna anses vara försumbara i likhetsbedömningen. Däremot bedömer domstolen att cirkelfiguren, vars helhetsintryck i sin tur domineras av ”ATG”, bibehåller en självständig kännetecknande ställning i svarandebolagens figuranvändning. Enligt Patent- och marknadsdomstolen är cirkelfiguren den dominerande beståndsdel i all figuranvändning.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att det föreligger en märkeslikhet mellan ordmärket ”ATG” och svarandebolagens användning. Enligt domstolen är likheten hög i förhållande till ordanvändningen – med undantag för ”#WranglerATG” – och cirkelfiguren ensam. Övrig figuranvändning, inklusive Wrangler Apparels registrerade figurmärke, uppvisar en måttlig märkeslikhet mot bakgrund av att cirkelfiguren kombineras med annan text.

Helhetsbedömning avseende förväxlingsrisk

Som ovan konstaterats föreligger varuslagsidentitet och märkeslikhet. Märkeslikheten är hög avseende majoriteten av ordanvändningen och cirkelfiguren ensam, medan övrig figuranvändning innebär en måttlig märkeslikhet. Därutöver ska det förhållande att ordmärket ”ATG” visats vara känt för spel- och vadhållningstjänster beaktas till Aktiebolaget Trav och Galopps fördel. Förväxlingsbedömningen ska inte göras utifrån någon speciell inköpssituation, utan kläderna tillhandahålls genom allmänt tillgängliga hemsidor och butiker.

De marknadsundersökningar som parterna har åberopat har enligt domstolen ett begränsat bevisvärde mot bakgrund av deras respektive brister. I denna del konstaterar domstolen att de två undersökningar som har åberopats av Aktiebolaget Trav och Galopp inte återspeglar en faktisk inköpssituation och i den undersökning som

svarandebolagen åberopat har frågorna gett respondenterna överskottsinformation som kunnat påverka deras svar.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen är frågorna om varumärket ”Wrangler” är känt och om Aktiebolaget Trav och Galopp är ensamt om att använda ”ATG” som varumärke, inte av avgörande betydelse för förväxlingsbedömningen. Det som kan konstateras i denna del är att Aktiebolaget Trav och Galopp har skydd för varuslaget kläder och påtalad användning avser just kläder. Aktiebolaget Trav och Galopp har dessutom visat exempel på flera olika samarbeten där varumärket ”Wrangler” marknadsförts tillsammans med ett annat varumärke. Enligt Patent- och marknadsdomstolen liknar dessa samarbeten svarandebolagens användning i förevarande mål, vilket i viss mån talar för att en förväxlingsrisk kan föreligga. Domstolen noterar att i samarbetena har bokstaven ”X” använts för att separera varumärkena, på liknande sätt som svarandebolagens användning där ”ATG” eller cirkelfiguren separeras från ”Wrangler”.

Vid en helhetsbedömning av samtliga relevanta faktorer finner Patent- och marknadsdomstolen att förväxlingsrisk föreligger avseende all den användning som är visad. Enligt domstolen finns det därmed en risk för att en genomsnittskonsumert i omsättningskretsen uppfattar ett ekonomiskt band till Aktiebolaget Trav och Galopp. Domstolen beaktar då särskilt varulagsidentiteten tillsammans med att all känneteckensanvändning innehåller ”ATG” med en självständig och kännetecknande ställning. Därutöver beaktar domstolen de samarbeten som Wrangler har haft med andra företag och där respektive företags varumärke har exponerats på ett sätt som liknar den påtalade användningen i målet. Förväxlingsrisk föreligger även med Wrangler Apparels figurvarumärke och den övriga användningen där cirkelfiguren kombinerats med text. Sådan användning skulle annars kunna innebära cirkelfiguren kan inarbetas som en ensam beståndsdel (jfr *Nestlé*, punkten 30).

Eftersom förväxlingsrisk föreligger finns grund för hävning av det av Wrangler Apparel registrerade figurmärket (reg. nr 018273081) enligt artikel 60.1 varumärkesförordningen (jfr 10 kap. 7 § varumärkeslagen).

Patent- och marknadsdomstolen har funnit att svarandebolagens användning utgör intrång i det grundläggande skyddet. Det saknas därmed anledning att pröva om intrång också skett i det utökade skyddet.

Vitesförbud

Rättsliga utgångspunkter

Av artikel 130.1 varumärkesförordningen följer att när svaranden har gjort intrång eller riskerar att göra intrång i ett EU-varumärke ska domstolen, om det inte föreligger särskilda skäl, förbjuda svaranden att fortsätta intrånget eller de handlingar som skulle kunna innebära intrång i EU-varumärket. Domstolen ska enligt samma artikel vidta åtgärder som syftar till att säkerställa att förbudet efterlevs. Vitesförbud är en sådan åtgärd och enligt 8 kap. 3 § första stycket varumärkeslagen får domstolen, på yrkande av den som innehar ett varukännetecken, vid vite förbjuda den eller de som medverkar till varumärkesintrång att fortsätta med det. Enligt 10 kap. 11 § första stycket varumärkeslagen ska bl.a. bestämmelsen i 8 kap. 3 § samma lag tillämpas vid intrång i ett EU-varumärke i den utsträckning inte något annat följer av varumärkesförordningen.

För medverkansansvar krävs att någon har främjat intrång med råd eller dåd. Det är tillräckligt att det konstateras att någon objektivt sett vidtar eller medverkar till en åtgärd som innebär intrång. Det krävs inte särskilt mycket för att medverkansansvar ska föreligga. I fråga om en mellanhand vars tjänst utnyttjas för att begå varumärkesintrång kan det vara tillräckligt att denne känt till de konkreta omständigheter som kan innebära varumärkesintrång. (Se prop. 2008/09:67 s. 277.) I bedömningen ska också vägas in att ett vitesförbud syftar till att få ett intrång att upphöra och säkerställa att intrånget inte fortsätter (se Svea hovrätts dom den 2 juni 2016 i mål nr T 5406-15).

Ett vitesförbud ska vara klart avgränsat så att den som förbudet riktar sig mot vet vad denne inte får göra. Inom ramen för kärandens yrkande är det domstolens uppgift att utforma förbudet så att det uppfyller kravet på entydighet och konkretisering. Ett förbud ska inte heller gå längre än vad som är motiverat i det enskilda fallet. (Se prop. 1993/94:122 s. 67.) Vidare ska förbudet ta sikte på det intrång som har begåtts och enbart träffa intrångsgörarens faktiska användning (se NJA 2007 s. 431 och RH 2016:25). Att risken för fortsatt intrång inte är påtaglig eller att den på annat sätt är begränsad innebär inte att det föreligger särskilda skäl att underlåta att utfärda ett förbud (se EU-domstolens dom den 14 december 2006 i mål C-316/05, *Nokia*, EU:C:2006:789, punkten 36).

I artikel 9.3 varumärkesförordningen uppräknas vissa handlingar som särskilt får förbjudas med stöd av punkten 2 i samma artikel (dvs. bl.a. efter intrång i det grundläggande skyddet). Exempel på förfoganden som anges där är att utbjuda varor till försäljning, marknadsföra dem eller lagra dem för dessa ändamål eller utbjuda eller tillhandahålla tjänster under tecknet.

Av 3 § lag (1985:206) om viten framgår att vitesbeloppets storlek ska fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa föreläggandet. Vitet ska fastställas till ett bestämt belopp, om annat inte följer av lagens 4 §. Av förarbetena till viteslagen framgår att löpande vite inte bör användas schablonmässigt och först efter prövning i det enskilda fallet (se prop. 1984/85/96 s. 51).

Förfoganden

Dressmann

Det är utrett att Dressmann har marknadsfört och sålt herrkläder ur den aktuella klädkollektionen på hemsida och i butik. Aktiebolaget Trav och Galopp har därutöver visat att Dressmann har lagerhållit herrkläder, bl.a. i ett centrallager i Vänersborg.

LeeWrangler Sweden

Det är utrett att LeeWrangler Sweden har sålt kläder ur den aktuella kollektionen genom hemsidan eu.wrangler.com.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen är det inte visat att LeeWrangler Sweden har ett direkt ansvar för marknadsföringen av kläderna på hemsidan eu.wrangler.com. Aktiebolaget Trav och Galopp har dessutom påstått, som domstolen har uppfattat det, att det är Wrangler Apparel som ansvarar för marknadsföringen på eu.wrangler.com. Att vidareförsälja kläderna till återförsäljare, inbegripet Dressmann, kan enligt domstolen inte anses innebära att LeeWrangler Sweden har medverkat till Dressmanns marknadsföring.

Något direkt ansvar för marknadsföring från LeeWrangler Swedens sida i förhållande till återförsäljare är inte heller visad. Domstolens slutsats är således att LeeWrangler Sweden inte kan anses ansvarigt för marknadsföring.

I enlighet med ovan har domstolen funnit att LeeWrangler Swedens förfoganden har varit att, självt och genom medverkan, sälja kläder.

Wrangler Apparel

Wrangler Apparel har gjort gällande att bolaget endast är ett holdingbolag för immateriella rättigheter som inte bedriver någon faktisk verksamhet. Domstolen konstaterar samtidigt att Wrangler Apparel under målets handläggning har benämnt sig

själv som ett klädföretag. Parterna har uppehållit sig vid frågor om huruvida Wrangler Apparel har ett driftställe i EU och om Wrangler Apparel har tagit fram eller lanserat klädkollektionen. Enligt Patent- och marknadsdomstolen saknar dessa omständigheter avgörande betydelse för domstolens bedömning. Oavsett vilket epitet som Wrangler Apparel ska anses ha så är det centrala för domstolens bedömning vilka förfoganden som bolaget har ansvarat för. Talan avser varumärkesintrång i Sverige. Aktiebolaget Trav och Galopp har i denna del påstått att Wrangler Apparel, själv eller genom medverkan, bär ett ansvar för marknadsföring och försäljning i Sverige.

Det är ostridigt att Wrangler Apparel är innehavare av domänen eu.wrangler.com på vilken det finns en hemsida som bl.a. riktas mot Sverige. Frågan är om Wrangler Apparel ska anses vara direkt ansvarig för marknadsföringen på hemsidan. Enligt Patent- och marknadsdomstolen saknas det anledning att ifrågasätta Wrangler Apparels uppgift om att LeeWrangler Belgium Services BV är det bolag som faktiskt sköter driften av hemsidan. Detta har bekräftats Stéphanie Boones uppgifter och av utdrag från eu.wrangler.com framgår att LeeWrangler Belgium Services ”owns and operates the Wrangler websites in the European Union”. Av den syn av klädesplagg som svarandebolagen har åberopat har det av de etiketter som har funnits på kläderna som har bjudits ut till försäljning framgått att LeeWrangler Belgium Services BV har angetts som importör för EU. Av utdraget från eu.wrangler.com framgår dock att kunder kan kontakta både LeeWrangler Belgium Services BV och Wrangler Apparel när det gäller ”Wrangler® business and marketing in the European Union”. Det är härutöver visat att Wrangler Apparel anges vara upphovsrättsinnehavaren till innehållet på eu.wrangler.com.

Sammantaget finner domstolen att utredningen inte med tillräcklig styrka visar att Wrangler Apparel, mot bolagets bestridande, har ett direkt ansvar för marknadsföringen på eu.wrangler.com. Aktiebolaget Trav och Galopps påstående om användningen av ”ATG BY WRANGLER” hänvisar till skärmdumpar från Google-sökning och eu.wrangler.com samt pressmeddelanden. Domstolen har ovan funnit att

Wrangler Apparel inte ansvarar för Google-sökningen eller pressmeddelandena. Inte heller användningen på hemsidan kan, i enlighet med ovan, Wrangler Apparel anses ansvarigt för. Ett förbud ska således inte omfatta användningen av ”ATG BY WRANGLER”.

Enligt Patent- och marknadsdomstolen är det utrett att Wrangler Apparel har ett direkt ansvar för den marknadsföring som har skett via bolagets Facebook-sida, Instagram-konto och YouTube-kanal. Sidan, kontot och kanalen riktas mot Europa och därmed också mot Sverige. När det gäller Wrangler Apparels användning på Twitter så är det däremot inte visat att denna specifikt riktas mot Europa eller Sverige (jfr EU-domstolens dom den 12 juli 2011, *L’Oréal m.fl.*, EU:C:2011:474, punkten 64). Enligt domstolen är det inte tillräckligt att en länkklickning dirigerar användaren till den europeiska sidan, för att användning på Twitter-kontot ska anses vara riktat mot Europa och Sverige. Av denna anledning ska ett förbud inte omfatta användningen ”#WranglerATG” som endast skett på Twitter. Något ansvar för de naturliga sökträffarna på Google är, som konstaterats ovan, inte heller visat.

Något direkt ansvar för försäljning är inte visat för Wrangler Apparel. Som domstolen har konstaterat ovan ansvarar LeeWrangler Sweden för försäljningen i Sverige genom hemsidan eu.wrangler.com.

Wrangler Apparel är innehavare av EU-figurvarumärket som innehåller texten ”ATG ALL TERRAIN GEAR X WRANGLER” (reg. nr 018273081). Patent- och marknadsdomstolen har ovan funnit att figurvarumärket är förväxlingsbart med Aktiebolaget Trav och Galopps ordvarumärke ”ATG”. Figurvarumärket har använts av LeeWrangler Sweden vid försäljning av klädkollektionen, vilket talar för att Wrangler Apparel ska anses ha medverkat till detta intrång. Därutöver får det förhållandet att Wrangler Apparel är innehavare av domänen eu.wrangler.com där hemsidan finns, tillsammans med de övriga uppgifterna om bolagets roll enligt hemsidan, anses innebära ett medverkansansvar för LeeWrangler Swedens försäljning.

Sammanfattningsvis finner domstolen det visat att Wrangler Apparel har ett direkt ansvar för marknadsföring via sociala medier samt ett medverkansansvar till LeeWrangler Swedens försäljning. Syftet med vitesförbud är att få ett intrång att upphöra. Ett vitesförbud i detta fall bör träffa Wrangler Apparel då det under målets handläggning, och under pågående huvudförhandling, har framkommit uppgifter om en ändrad koncernstruktur.

I enlighet med ovan har domstolen funnit att Wrangler Apparels förfoganden har varit att, självt och genom medverkan, marknadsföra och sälja kläder.

Utformning

Patent- och marknadsdomstolen har funnit att svarandebolagens användning utgör varumärkesintrång. Det har inte framkommit några omständigheter som medför att det finns anledning att avstå från att utfärda ett förbud vid vite. Domstolen har ovan bedömt de olika svarandebolagens förfoganden. Det är inte visat att något av svarandebolagen har använt kännetecknet ”ATG” ensamt. Det är inte heller visat att Dressmann eller Wrangler Apparel ansvarar för användning av ”ATG BY WRANGLER” eller att Wrangler Apparels användning av ”#WranglerATG” utgör intrång i Sverige. För att tydliggöra vilken användning som förbjuds för respektive svarandebolag ska förbuden hänvisa direkt till bilagor på så sätt som framgår av domslutet.

Eftersom intrång har skett i ett EU-varumärke ska vitesförbuden enligt huvudregeln omfatta hela EU (se EU domstolens dom den 12 april 2011 i mål C-235/09, *DHL Express France*, EU:C:2011:238, punkten 44 samt jfr RH 2016:25 och PMÖD 2018:1). Enligt Patent- och marknadsdomstolen har inga faktiska omständigheter framkommit till stöd för att det inte föreligger någon risk för förväxling i någon del av unionen (jfr EU-domstolens dom den 22 september 2016 i mål nr C-223/15, *combit Software*, EU:C:2016:719, punkten 32). Vitesförbuden ska således inte begränsas till Sverige.

Domstolen bedömer att det inte har framkommit några skäl till att förordna om ett löpande vite. Vitesförbudet ska därför förenas med ett ordinärt vite i form av ett bestämt belopp. Ett vitesbelopp om tre miljoner kr får anses tillräckligt högt för att förmå vart och ett av svarandebolagen att följa förbuden.

Svarandebolagen har begärt en omställningsperiod om sex månader. Det som svarandebolagen har angett som skäl för denna begäran får anses utgöra typiska följder av ett meddelat vitesförbud (jfr Bengtsson, *Utdömmande av vite vid överträdelse av immaterial- och marknadsföringsrättsliga förbud*, NIR 2-2018 s. 156). Svarandebolagen har inte anfört några konkreta uppgifter om hur lång tid det skulle ta att dra tillbaka de kläder som berörs av förbuden från marknaden och ändra i marknadsföringen. Under dessa förhållanden utgår domstolen från att svarandebolagen har haft möjlighet att förbereda sig inför ett eventuellt kommande förbud. Sammantaget förelägger inte tillräckliga skäl för att medge svarandebolagen någon omställningsperiod.

Fastställsetalan om ersättningsskyldighet

Enligt 8 kap. 4 § första stycket varumärkeslagen ska, såvitt aktuellt i detta mål, den som uppsåtligen eller av oaktsamhet gör varumärkesintrång betala skälig ersättning för utnyttjandet av varumärket. Ersättning för utnyttjandet kan utgå utan att varumärkesinnehavaren visar sig ha lidit någon skada (se NJA 2008 s. 1082). Enligt 10 kap. 11 § första stycket varumärkeslagen ska bl.a. bestämmelsen i 8 kap. 4 § samma lag tillämpas vid intrång i ett EU-varumärke i den utsträckning inte något annat följer av varumärkesförordningen.

Patent- och marknadsdomstolen har ovan funnit att svarandebolagen har begått varumärkesintrång i Aktiebolaget Trav och Galopps EU-ordmärke ”ATG” (reg. nr 017942626) i Sverige.

Det är ostridigt att Wrangler Apparel mottog ett varningsbrev från Aktiebolaget Trav och Galopp i december 2020. Det är vidare ostridigt att motsvarande varningsbrev skickades till Dressmann AS, moderbolaget till Dressmann, i januari 2021. Wrangler Apparel besvarade brevet och informerade om att svaret gavs för bolaget självt samt för eventuella licenstagare och återförsäljare. Mot denna bakgrund bedömer domstolen svarandebolagens varumärkesintrång i vart fall har begåtts av oaktsamhet från denna tidpunkt.

Det föreligger skäl att fastställa att svarandebolagen är skyldiga att betala skälig ersättning till Aktiebolaget Trav och Galopp för respektive bolags användning av de kännetecken som framgår av domsbilaga 1–3. Domstolen finner inte skäl att fastställa en period avseende ersättningsskyldigheten eftersom intrång, såvitt framkommit, fortsatt pågår.

Rättegångskostnader

Av 18 kap. 1 § rättegångsbalken följer att part som tappar målet ska ersätta motparten för dennes rättegångskostnad. Enligt 18 kap. 4 § kan kostnaderna fördelas på annat sätt om parts yrkande bifalls endast till en del. Är det parten tappat endast av ringa betydelse ska denne dock erhålla full ersättning för sin kostnad.

Utgången i målet innebär att Aktiebolaget Trav och Galopp i huvudsak har vunnit bifall till sina yrkanden om vitesförbud och fastställande av ersättningsskyldighet. Enligt domstolen är det av ringa betydelse att förbuden inte omfattar kännetecknet ATG ensamt eller alla påtalade ordkännetecken samt att alla bolag inte bedömts ansvariga för samtliga förfoganden som Aktiebolaget Trav och Galopp gjort gällande.

Svarandebolagen har under huvudförhandlingen framställt ett yrkande om att Aktiebolaget Trav och Galopp ska bära delar av svarandebolagens rättegångskostnader oavsett utgång. Som skäl för yrkandet har svarandebolagen anfört att Aktiebolaget Trav och Galopp under pågående huvudförhandling tyngt processen med nya

omständigheter och ny bevisning. Patent- och marknadsdomstolen kan konstatera att parterna har varit väldigt aktiva under huvudförhandlingen. Vad svarandebolagen har anfört utgör dock enligt domstolen inte skäl att förordna om rättegångskostnaderna på annat sätt än enligt huvudregeln.

Aktiebolaget Trav och Galopp har yrkat

- ersättning av Dressmann med totalt 2 069 920 kr varav 1 868 750 kr avser ombudsarvode och 201 170 avser utlägg, allt inklusive mervärdesskatt,
- ersättning av LeeWrangler Sweden med totalt 2 069 920 kr varav 1 868 750 kr avser ombudsarvode och 201 170 kr avser utlägg, allt inklusive mervärdesskatt, och
- ersättning av Wrangler Apparel med totalt 2 407 420 kr varav 2 206 250 kr avser ombudsarvode och 201 170 kr avser utlägg, allt inklusive mervärdesskatt.

Aktiebolaget Trav och Galopp har under huvudförhandlingen förklarat att bolaget inte har någon avdragsrätt för mervärdesskatt.

Svarandebolagen har vitsordat Aktiebolaget Trav och Galopps utlägg och överlämnat åt domstolen att bedöma skäligheten av yrkandena avseende ombudsarvode.

Domstolen konstaterar att de tre målen där dom nu ges har handlagts gemensamt i en rättegång sedan den första muntliga förberedelsen i september 2021. Två muntliga förberedelser har hållits och en fem dagars huvudförhandling. Stämningar utfärdades i april 2021 och rättegången har således pågått i drygt ett år och åtta månader. Parterna har författat ett antal skriftliga yttranden till domstolen och omfattande bevisning har åberopats. Därutöver har yrkanden om avvisning framställts av svarandebolagen som resulterat i två beslut under rättegång. Patent- och marknadsdomstolen bedömer mot denna bakgrund att de av Aktiebolaget Trav och Galopp yrkade beloppen är skäliga. Aktiebolaget Trav och Galopp ska därför tillerkännas ersättning i enlighet med bolagets yrkanden. På beloppen ska lagstadgad ränta utgå.

Sekretess

Bestämmelsen i 36 kap. 2 § offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) bör fortsatt vara tillämplig på uppgifter som har lagts fram under huvudförhandlingen inom stängda dörrar i den mån uppgifterna inte har tagits in i denna dom (se domslutet).

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se domsbilaga 7 (PMD-02)

Ett skriftligt överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska ha inkommit till Patent- och marknadsdomstolen senast den 24 februari 2023. Det krävs prövningstillstånd.

Ulrika Persson
(skiljaktig)

Tove Bodegård

Niklas Jansson

Skiljaktig mening av rådmannen Ulrika Persson

Inledande utgångspunkter för bedömningen

I likhet med majoriteten anser jag att det saknas anledning att pröva om svarandebolagen kan anses ha gjort intrång i Aktiebolaget Trav och Galopps figurvarumärken. Aktiebolaget Trav och Galopp har inte pekat på några andra likheter mellan de figurkännetecken som svarandebolagen påstår ha använt och Aktiebolaget Trav och Galopps registrerade figurvarumärken än att samtliga innehåller bokstavskombinationen ATG som redan är skyddad genom olika ordvarumärken som t.ex. EU-varumärket (reg. nr 017942626) som är registrerat för bl.a. kläder i varuklass 25.

Jag gör ingen annan bedömning än majoriteten av vem som i detta mål ska anses utgöra genomsnittskonsumerten.

Svarandebolagens användning av diverse ordkännetecken

Beträffande Wrangler Apparel, anser jag i enlighet med majoriteten, att det inte är visat att bolaget har använt följande kombinationer av bokstäver, tecken och ord som kännetecken för kläder

- ATG BY WRANGLER
- ATG och
- #WranglerATG.

I tillägg till vad majoriteten har anfört angående den påstådda användningen på Twitter av dels ATG ensamt dels #WranglerATG vill jag tillägga följande.

Aktiebolaget Trav och Galopp har som stöd för denna användning åberopat ett utdrag från ett Twitter-konto med benämningen Wrangler Jeans. När det gäller detta konto har Aktiebolaget Trav och Galopp pekat på att det på kontot finns en länk till webbplatsen eu.wrangler.com. Aktiebolaget Trav och Galopp har även pekat på att Kantoor Brands Inc. har ett Twitter-konto i eget namn.

Enligt min mening är det inte tillräckligt att det finns en länk från Twitter-kontot till eu.wrangler.com. Det finns ingen bevisning om att det skulle finnas information på webbplatsen om att Wrangler Apparel tillhandahåller det aktuella Twitter-kontot. Att Kantoor Brands Inc. har ett eget Twitter-konto utgör inte något bevis för att Wrangler Apparel skulle bära ansvar för kontot med benämningen Wrangler Jeans.

Till skillnad från majoriteten anser jag inte att det är visat att Wrangler Apparel har använt #ATG som ett kännetecken för kläder.

Aktiebolaget Trav och Galopp har till stöd för sitt påstående åberopat skärmdumpar av ett Instagram-konto och ett Facebook-konto som båda benämns Wrangler Europe.

Aktiebolaget Trav och Galopp har när det gäller Instagram-kontot angett att det på kontot finns en länk till eu.wrangler.com. I enlighet med vad som har anförts ovan angående Twitter-kontot är det emellertid inte tillräckligt. Inte heller här har det presenterats någon bevisning om att det på webbplatsen skulle finnas information om att Wrangler Apparel tillhandahåller det aktuella Instagram-kontot.

Av skärmdumpen från Facebook-kontot framgår att Wrangler Apparel har angetts som ett av de bolag som en besökare på kontot kan kontakta för bl.a. frågor om marknadsföring. Utifrån bevisningen är det således visat att Wrangler Apparel bär ett ansvar för det innehåll som publiceras på kontot. När det gäller innehållet på Facebook-kontot kan jag emellertid inte finna att #ATG har använts som ett kännetecken i varumärkesrättslig mening. Teckenkombinationen förekommer inte ensam utan har hämtats från följande textrad ”#Wrangler #ATG #All Terrain Gear #Activewear”. Det förhållandet att t.ex. ett ord väljs för att göra ett inlägg sökbart innebär enligt min mening inte per se att ett intrång föreligger när det valda ordet överensstämmer med någon annans varumärke. På motsvarande sätt som när någon betalar för sökord i en avgiftsbelagd söktjänst blir det nödvändigt att titta på inlägget som sådant för att avgöra om intrång föreligger (jfr C-323/09, *Interflora och Interflora British Unit*, punkten 44).

Aktiebolaget Trav och Galopp har inte pekat på något ytterligare innehåll i det aktuella inlägget till stöd för att #ATG ska ha använts som ett kännetecken för kläder. Utifrån dessa förhållanden anser jag inte att det är visat att användningen av #ATG har utgjort ett intrång i Aktiebolaget Trav och Galopps ordvarumärke.

Sammanfattningsvis är det enligt min mening inte visat att Wrangler Apparel har använt några av de kombinationer av bokstäver, tecken och ord som omfattas av yrkandena som ordkännetecken för kläder.

Beträffande LeeWrangler Sweden, anser jag i enlighet med majoriteten, att det inte är visat att bolaget har använt bokstavskombinationen ATG ensamt som kännetecken för kläder.

I tillägg till vad majoriteten har anfört vill jag särskilt peka på att det inte är visat att LeeWrangler Sweden svarar för den marknadsföring som har funnits på webbplatsen eu.wrangler.com (se majoritetens skäl under rubriken förfoganden, såväl när det gäller LeeWrangler Sweden som Wrangler Apparel).

Beträffande Dressmann, anser jag i likhet med majoriteten att det av utdrag från bolagets Facebook-konto och en skärmdump från bolagets Instagram-konto, är visat att Dressmann har använt ATG WRANGLER och ATG X WRANGLER som ordkännetecken för kläder. Det kan enligt min mening inte uteslutas att genomsnittskonsumenten som ser dessa ordkännetecken uppfattar det som att Aktiebolaget Trav och Galopp och något bolag inom Wranglerkoncernen har ingått ett samarbete.

Också i enlighet med majoriteten anser jag att det inte är visat att Dressmann har använt ordkännetecknet ATG ensamt eller ordkombinationen ATG BY WRANGLER för kläder. Utöver det som majoriteten har anfört vill jag tillägga följande.

Även om det förhållandet att Dressmann i Karlskogas användning av bokstavskombinationen ATG i följande mening "[bild på stjärna] ATG [bild på stjärna] Ni har väl inte glömt bort att [*sic!*] våra funktionella fritidskläder som är i samarbete med Wrangler?" skulle anses utgöra en känneteckensanvändning i varumärkesrättslig mening är risken för att genomsnittskonsumenten misstar sig om det kommersiella ursprunget av kläderna utesluten i detta fall då det av meningens uttryckligen framgår att Dressmanns samarbete är med Wrangler.

Till skillnad från majoriteten anser jag emellertid inte att det är visat att Dressmann har använt tecken- och bokstavskombinationen #ATG som kännetecken för kläder.

Enligt min mening har Dressmann Lidköpings användning av #ATG inte använts som ett kännetecken i varumärkesrättslig mening. Teckenkombinationen förekommer inte ensam utan har hämtats från följande textrader "#ATG #wrangler #shopping #lidköping #dressmann" och "#ATG #wrangler #dressmann #lidköping #shopping". Inte heller här har Aktiebolaget Trav och Galopp pekat på något ytterligare till stöd för påståendet om att #ATG ska ha använts som ett kännetecken för kläder. Min bedömning här är densamma som jag redovisat ovan beträffande Wrangler Apparel.

Sammanfattningsvis är det enligt min mening visat att Dressmann har använt ATG WRANGLER och ATG X WRANGLER som kännetecken för kläder, men inte några av de andra kombinationerna av bokstäver, tecken och ord som har omfattats av Aktiebolaget Trav och Galopp yrkande.

Svarandebolagens användning av diverse figurkännetecken

Jag instämmer med majoritetens bedömning om att det är visat att LeeWrangler Sweden och Dressmann har gjort sig skyldiga till varumärkesintrång genom att sälja kläder på vilka följande figur (cirkelfiguren) förekommer ensamt, dvs. isolerat från annan text och andra figurer.



I denna del vill jag, utöver det som majoriteten har anfört, tillägga följande.

Av utredningen i målet är det visat att cirkelfiguren har funnits tryckt på bröstet på tröjor och jackor samt funnits instansad på knappar på skjortor och shorts. På dessa klädesplagg har det inte funnits någon annan text eller några andra kännetecken i nära anslutning till figur användningen. Att det på vissa tröjor har funnits annan text och andra figurer tryckta på ärmarna har inte undanröjt risken för förväxling med Aktiebolaget Trav och Galopps ordvarumärke ATG. Detsamma gäller givetvis det förhållandet att det på insidan av plaggen, i bl.a. kragar och byxlinningar, har funnits text och vissa andra kännetecken. Tryck som har funnits på insidan av plaggen har av förklarliga skäl inte varit synligt när plaggen har burits av en person. Slutligen saknar det betydelse att cirkelfiguren inte har varit särskilt stor.

Jag instämmer även med majoritetens bedömning om att LeeWrangler Sweden har gjort sig skyldigt till varumärkesintrång genom att sälja kläder som har varit försedda med de figurkännetecken som visas nedan och som vart och ett innehåller cirkelfiguren i kombination med ordet WRANGLER.



Det kan enligt min mening inte uteslutas att genomsnittskonsumerten när det gäller dessa figurkännetecken kan få en uppfattning av att Aktiebolaget Trav och Galopp och något bolag inom Wranglerkoncernen har ingått ett samarbete.

Vidare instämmer jag i majoritetens bedömning att Wrangler Apparel har gjort sig skyldigt till medverkan till LeeWrangler Swedens intrång eftersom Wrangler Apparel har tillhandahållit domänen som har använts för den webbutik där försäljning av kläder med ovannämnda figurkännetecken har skett.

När det slutligen gäller användningen av övriga figurkännetecken som, förutom bokstavskombinationen ATG, samtliga innehåller ordkombinationen ALL TERRAIN GEAR (se ett exempel nedan) anser jag, till skillnad från majoriteten, att det inte är visat att användningen har varit sådan att det har funnits en risk för förväxling när det gäller varornas kommersiella ursprung.



Enligt min mening förstår genomsnittskonsumerten som ser kännetecken som innehåller både ATG och ALL TERRAIN GEAR att bokstavskombinationen är en förkortning av de tre orden (se de förenade målen C-90/11 och C-91/11, *Strigl och Securvita*). Att samma bokstavskombination sedan tidigare är känd som ett ordvarumärke för spel och vadhållningstjänster som tillhandahålls av Aktiebolaget Trav och Galopp föranleder inte någon annan bedömning. Det finns, som jag ser det, ingenting som talar för att genomsnittskonsumerten skulle förstå att förkortningen ATG i de aktuella figurkännetecknen samtidigt ska stå både för All Terrain Gear, som anges uttryckligen i kännetecknet, och för Aktiebolaget Trav och Galopp som inte nämns i kännetecknet.

Med beaktande av ovannämnda förhållande, dvs. att genomsnittskonsumenten förstår att ATG i detta fall står för ALL TERRAIN GEAR, anser jag inte att det är visat att genomsnittskonsumenten förknippar varor försedda med dessa kännetecken med Aktiebolaget Trav och Galopp som heller inte bedriver någon tillverkning eller försäljning av kläder.

Förbud och skälig ersättning

Utifrån vad som har anförts ovan ska LeeWrangler Sweden och Dressmann förbjudas att sälja kläder på vilka cirkelfiguren används ensamt, dvs. isolerat från annan text och andra figurer. Dressmann ska härutöver förbjudas att lagerhålla sådana kläder (se majoritetens bedömning avseende lagerhållning). LeeWrangler Sweden ska även förbjudas att sälja kläder på vilken cirkelfiguren i kombination med ordet WRANGLER förekommer. Wrangler Apparel ska förbjudas att medverka till sådan försäljning som omfattas av LeeWrangler Swedens förbud. Slutligen ska Dressmann förbjudas att marknadsföra kläder med användning av ordkombinationerna ATG WRANGLER och ATG X WRANGLER.

Jag gör motsvarande bedömning som majoriteten när det gäller behov av vite och dess nivå.

Det finns skäl att fastställa skyldigheten att betala skälig ersättning avseende den känneteckensanvändning som har konstaterats ovan.















Aktiebolaget Trav och Galopps yrkanden i övriga delar ska ogillas.

Överröstad i vissa frågor om intrång är jag i övrigt ense med majoriteten.

DOMSBILAGA 1 – PMT 5804-21 Aktiebolaget Trav och Galopp ./. Dressmann AB

#ATG	
ATG X Wrangler	
ATG WRANGLER	
	
	
	
	
	

DOMSBILAGA 2 – PMT 5818-21 Aktiebolaget Trav och Galopp ./. LeeWrangler Sweden AB

DOMSBILAGA 3 – PMT 5825-21 Aktiebolaget Trav och Galopp ./. Wrangler Apparel Corp.

#ATG	
	
	
	
	
	
	
	

Dressmanns "ATG"-kännetecken (v4)

ATG	#ATG	STOCKHOLMS TINGSRÄTT PMD:M
ATG X Wrangler	ATG BY WRANGLER	INKOM: 2022-06-15 MÅLN: PMT 5804-21 AKTBIL: 555
ATG WRANGLER		
		
		
		



LeeWranglers "ATG"-kännetecken (v4)

<p>ATG</p>	<p>STOCKHOLMS TINGSRÄTT PMD:M</p>
	
	
	
	

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
PMD:M
INKOM: 2022-06-15
MÅLNR: PMT 5804-21
AKTBIL: 556



Wranglers "ATG"-kännetecken (v5)

<p>ATG</p>	<p>ATG BY WRANGLER</p>	<p>STOCKHOLMS TINGSRÄTT PMD:M</p> <hr/> <p>INKOM: 2022-08-26 MÅLNR: PMT 5804-21 AKTBIL: 635</p>
<p>#ATG</p>	<p>#WranglerATG</p>	
		
		
		
		





Hur man överklagar

Dom i tvistemål, Patent- och marknadsdomstolen

PMD-02

Vill du att domen ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från domens datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i domen.

Överklaga efter att motparten överklagat

Om ena parten har överklagat i rätt tid, har den andra parten också rätt att överklaga även om tiden har gått ut. Det kallas att anslutningsöverklaga.

En part kan anslutningsöverklaga inom en extra vecka från det att överklagandet har gått ut. Ett anslutningsöverklagande måste alltså komma in inom 4 veckor från domens datum.

Ett anslutningsöverklagande upphör att gälla om det första överklagandet dras tillbaka eller av något annat skäl inte går vidare.

Så här gör du

1. Skriv Patent- och marknadsdomstolens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att domen ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövnings-tillstånd längre ner).

3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis. Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att motparten ska komma personligen vid en huvudförhandling.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.
Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.
Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.
5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till Patent- och marknadsdomstolen. Du hittar adressen i domen.

Vad händer sedan?

Patent- och marknadsdomstolen kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent aviseras domstolen överklagandet. Det innebär att domen gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar domstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Patent- och marknadsöverdomstolen.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning, kan även Patent- och marknadsöverdomstolen skicka brev på detta sätt.

Prövningstillstånd i Patent- och marknadsöverdomstolen

När överklagandet kommer in till Patent- och marknadsöverdomstolen tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Patent- och marknadsöverdomstolen ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att Patent- och marknadsdomstolen dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om Patent- och marknadsdomstolen har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rätts-tillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller den överklagade domen. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

Vill du veta mer?

Ta kontakt med Patent- och marknadsdomstolen om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i domen.

Mer information finns på www.domstol.se.