

Till socialutskottet

Socialutskottet har den 11 maj 2000 beslutat att bereda konstitutionsutskottet och lagutskottet tillfälle att yttra sig över proposition 1999/2000:111 Indirekt tobaksreklam m.m. jämte eventuella motioner i de delar som har samband med respektive utskotts beredningsområde.

I propositionen föreslås ändringar i tobakslagen (1993:581) för ett genomförande av Europaparlamentets och rådets direktiv 98/43/EG av den 6 juli 1998 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och författningar om reklam för och sponsring till förmån för tobaksvaror. Bestämmelserna innebär att all marknadsföring av tobaksvaror förbjuds, förutom saluhållande, marknadsföring på eller vid säljställen, förpackningsreklam, meddelanden inom tobaksbranschen samt tredjelandspublikationer. Vidare innebär lagförslaget bl.a. att det i princip blir förbjudet att marknadsföra andra varor än tobaksvaror och tjänster under samma namn eller kännetecken som används för tobaksvaror. Lagändringarna föreslås träda i kraft den 30 juli 2001.

Med anledning av propositionen har en motion (m) väckts. I motionen behandlas bl.a. frågan om lagförslagets konsekvenser för varumärkesskyddet.

Lagutskottet har beslutat att avge yttrande över propositionen och motionen såvitt avser den föreslagna lagstiftningen från varumärkesrättslig synpunkt.

Utskottet

I varumärkeslagen (1960:644) finns bestämmelser som ger innehavare av varumärken och andra varukännetecken ensamrätt att använda kännetecknet som symbol för varor eller tjänster som tillhandahålls i deras näringsverksamhet. Ensamrätten till ett varumärke kan förvärfvas antingen genom att varumärket registreras (1 §) eller genom att det inarbetas (2 § första stycket). Genom inarbetning kan ensamrätt förvärfvas även till andra särskilda varukännetecken än sådana som omfattas av lagens definition av varumärke (2 § andra stycket). Inarbetning sker genom att ett varumärke, eller annat varukännetecken, används i sådan omfattning att det i Sverige inom en betydande del av den krets som det riktar sig till, omsättningskretsen, blir känt som beteckning för de varor eller tjänster som det används för (2 § tredje stycket).

Ensamrätten innebär att någon annan inte i näringsverksamhet får använda ett kännetecken som kan förväxlas med det skyddade för varor eller tjänster

av samma eller liknande slag (4 § första stycket och 6 § första stycket). Innehavaren skall alltså inte behöva tåla att identiska eller liknande kännetecken används för identiska eller liknande varor som dem han eller hon själv marknadsför. Genom sitt varumärke kan varumärkesinnehavaren särskilja och framhäva sina varor i förhållande till övriga varor på marknaden. Även för konsumenterna fyller varumärket en viktig funktion genom att underlätta identifieringen av varor.

En varumärkesregistrering gäller i tio år, men kan förnyas ett obegränsat antal gånger (22 §). Ensamrätt på grund av inarbetning upphör när varukännetecknet inte längre är så känt som fordras för att det skall anses inarbetat. Ett varumärke kan vara registrerat för olika varor eller tjänster. Innehavaren av ett varumärke kan således låta registrera sitt varumärke för t.ex. både tobaksvaror och kläder.

Varumärkeslagen innehåller också regler om användningstvång (25 a §). Bestämmelsen innebär att en varumärkesregistrering kan hävas, om innehavaren av märket inte inom fem år efter det att registreringsförfarandet har avslutats har gjort verkligt bruk av varumärket här i landet för de varor som märket registrerats för. Detsamma gäller om sådant verkligt bruk inte har skett inom en period av fem år i följd.

Regeringen gör i propositionen bedömningen att EG-direktivet kan genomföras utan ändringar i varumärkeslagen. När det gäller den indirekta tobaksreklamen föreslår regeringen, som redan nämnts, ett förbud för näringsidkare att, vid marknadsföring till konsumenter av andra varor än tobaksvaror eller av tjänster, använda samma namn, varumärken, symboler eller andra utmärkande kännetecken som används för tobaksvaror. Förbudet omfattar inte saluhållande eller marknadsföring på eller vid säljställen under förutsättning att namn, varumärken, symboler och andra utmärkande kännetecken för varan eller tjänsten exponeras så att deras utseende tydligt skiljer sig från tobaksvarans kännetecken. Inte heller omfattar förbudet tredjelandspublikationer. Från och med den 30 juli får inga nya tobaksvaror släppas ut på marknaden om de bär någon annan varus eller tjänsts namn, varumärke, symbol eller annat utmärkande kännetecken.

I EG-direktivet finns en regel med innebörden att en medlemsstat kan tillåta att ett namn som redan har använts i god tro samtidigt för tobaksvaror och andra varor eller tjänster, och som har saluförts eller erbjudits av ett och samma företag eller av olika företag, före den 30 juli 1998 kan användas för reklam för de andra varorna eller tjänsterna. Detta namn kan emellertid, enligt vad som vidare föreskrivs i bestämmelsen, bara användas under ett helt annat utseende som tydligt skiljer sig från det som används för tobaksvaran, med undantag av alla andra utmärkande kännetecken som redan har använts för en tobaksvara. Regeringens lagförslag innehåller inte något sådant undantag från förbudet.

I motion So47 av Chris Heister m.fl. (m) anförs att tobak är en av de viktigaste orsakerna till hälsoproblem i Sverige liksom i många andra länder. Det är därför naturligt att möjligheterna att göra reklam för tobaksprodukter omfattas av begränsningar. Enligt motionärerna är emellertid ett ingripande genom lagstiftningsåtgärder mot den indirekta tobaksreklamen förenat med

avsevärda svårigheter av såväl varumärkesrättslig som tryckfrihets, yttrande- frihets- och näringsfrihetsrättslig natur. EG-direktivet innebär en olämplig och onödig konfiskation av befintliga varumärkesrättigheter. Det är dessutom, anfördes det, anmärkningsvärt att regeringen i sitt lagförslag valt att inte implementera undantaget från marknadsföringsförbudet för namn som använts i god tro. I motionen yrkas, för det fall yrkande 1 i motionen om avslag på propositionen inte vinner bifall, att riksdagen ger regeringen till känna vad i motionen anförts om undantaget för god tro (yrkande 2).

Vid en bedömning av det föreslagna marknadsföringsförbudets inverkan på den varumärkesrättsliga regleringen kan utskottet till en början konstatera att förslaget inte reglerar förutsättningarna för registrering av varumärken, och att det därför inte föreligger något hinder mot att registrera ett varumärke för tobaksvaror och för andra varor. Någon konflikt uppkommer därför inte i detta hänseende mellan förslaget och de varumärkesrättsliga reglerna. Utskottet delar också regeringens bedömning i övrigt att direktivets regler inte kommer i konflikt med svenska varumärkesrättsliga regler.

Som regeringen framhåller innebär emellertid intresset av att på sätt som föreslås begränsa rätten att använda gemensamma kännetecken en faktisk inskränkning av äganderätten och måste därför i viss mån vägas mot den enskilde ägarens intresse av att kunna råda över sin egendom. Vid den avvägning som regeringen sålunda gjort har regeringen stannat för att inte föreslå ett införande i den svenska lagstiftningen av ett undantag från marknadsföringsförbudet för god tro. Från lagutskottets utgångspunkter finns inte någon erinran mot denna bedömning. Därmed anser utskottet att socialutskottet bör avstyrka bifall till motion So47 yrkande 2.

Stockholm den 30 maj 2000

På lagutskottets vägnar

Tanja Linderborg

I beslutet har deltagit: Tanja Linderborg (v), Rolf Åbjörnsson (kd), Marianne Carlström (s), Stig Rindborg (m), Rune Berglund (s), Karin Olsson (s), Henrik S Järrel (m), Nikos Papadopoulos (s), Elizabeth Nyström (m), Marina Pettersson (s), Christina Nenes (s), Tasso Stafilidis (v), Kjell Eldensjö (kd), Berit Adolfsson (m), Anders Berglöv (s), Viviann Gerdin (c) och Ana Maria Narti (fp).

Avvikande mening

Stig Rindborg, Henrik S Järrel, Elizabeth Nyström och Berit Adolfsson (alla m) anser att den del av utskottets yttrande som på s. 3 börjar med ”Vid en” och slutar med ”yrkande 2” bort ha följande lydelse:

Utskottet vill framhålla att tobak är en av de viktigaste orsakerna till hälsoproblem i Sverige liksom i många andra länder. Det är därför naturligt att möjligheterna att göra reklam för tobaksprodukter omfattas av begränsningar. Som framhålls i motion So47 är emellertid ett ingripande genom lagstiftningsåtgärder mot den indirekta tobaksreklamen förenat med avsevärda svårigheter av såväl varumärkesrättslig som tryckfrihets-, yttrandefrihets- och näringsfrihetsrättslig natur. Varje ansats att utvidga det annonsförbud som nu gäller till att även omfatta gemensamma varumärken m.m. måste därför föregås av noggranna överväganden.

Enligt utskottets mening är det anmärkningsvärt att regeringen valt att inte implementera undantaget för god tro som EG-direktivet ger möjlighet till. Ett avstående från att implementera direktivets undantag innebär betydande konkurrensnackdelar för svenska företag, eftersom etablerade gemensamma varumärken för t.ex. tobaksprodukter och kläder kommer att användas i fortsättningen i många andra EU-länder. Som framhålls i motionen är denna undantagsmöjlighet central för att i någon mån minska de negativa konsekvenserna av lagförslaget på varumärkesrättigheterna. Genom att inte inarbeta undantaget erhålls en reglering med långtgående retroaktiva konsekvenser. Många företag, särskilt små och medelstora företag, utan någon som helst koppling till tobaksbranschen kommer att drabbas särskilt hårt genom att värdet på deras varumärken omintetgörs och redan nedlagda marknadsinvesteringar blir meningslösa. Att implementera EG-direktivet utan undantaget innebär en olämplig och onödig konfiskation av befintliga varumärkesrättigheter.

Med hänsyn till det anförda anser utskottet att undantaget för god tro bör införas i den svenska lagstiftningen. Lagutskottet förordar således att Socialutskottet tillstyrker bifall till motion So47 yrkande 2.