

Pressinformation för personlig berbetning

Leksandsbröd stämmer Wasabröd – DOMSLUT DEN 2 APRIL

Sammanfattning av stämning den 13 mars 2001, yttranden och svaromål.

I Marknadsdomstolen pågår just nu ett ärende av stor principiell betydelse för det lokala näringslivet i Sverige. Wasabröd, som är en del av den multinationella matjätten Barilla, försöker få ensamrätt på varumärket ”mora”, trots att man saknar anknytning till orten.

Runt omkring i Europa ser vi en stark trend där kvalitetsmedvetna producenter i allt högre utsträckning skyddar sina ursprungs-beteckningar från kopiering. Detta innebär att kommersiell hantering av Ortsnamn blir alltmer reglerad; oavsett om det handlar om franska ostar eller italienska viner är man oerhört noga med hur ortens namn används. På förekommen anledning måste man ställa sig frågan om skyddet i Sverige är lika starkt.

Idag driver Leksandsbröd en viktig process i två instanser, Patent- och registreringsverket samt Marknadsdomstolen, angående huruvida ett stort företag kan få ensamrätt till Ortsnamn som det saknar anknytning till. Företaget Wasabröd, som ägs av den multinationella matjätten Barilla, har hos Patent- och registreringsverket registrerat varumärket ”mora”, för användning bland annat för knäckebröd.

Detta trots att Wasabröd aldrig tillverkat någonting i Mora – brödet ”mora” har redan från början tillverkats i värmländska Filipstad. Wasabröds enda koppling till Dalarna består i ett antal fabriker som köptes och sedan lades ner i mitten på 70-talet.

Wasabröd/Barilla marknadsför idag ett stort antal produkter under ”mora”-namnet. Leksandsbröd menar att detta utgör vilseledande marknadsföring då Wasabröd försöker bibringa konsumenterna uppfattningen att brödet tillverkas i Dalarna, för att på så sätt tillgodogöra sig det goda rykte Dalarna har bland annat avseende knäckebrödstillverkning.

Wasabröd å sin sida menar att ”moraknäcke” använts så länge, och är så känt att det är inarbetat hos allmänheten, och därför bör skyddas. Tidigare har man även haft texten ”från Mora” på paketen. Detta upphörde man med då Leksandsbröd flera gånger påpekade det oriktiga i påståendet.

Leksandsbröd menar att Wasabröds påstående att ”mora” är så inarbetat att det har rätt att skyddas är tveksamt, då det för en sådan inarbetning krävs att produkten blivit mer känd än orten – och så är knappast fallet.

Det här ärendet handlar om mer än bara rätten till ett namn. I förlängningen innebär det att ortens egna näringsidkare stoppas. I de produktkategorier Wasabröd/ Barilla skyddar ”mora” stoppar man den lokala näringen från att utveckla produkter med anknytning till orten. Godkänns detta riskerar vi att en mängd klassiska och älskade Ortsnamn i hela landet går förlorade till multinationella företag utan lokal förankring.

Vad har hänt?

Som nämndes inledningsvis pågår ärendet parallellt hos PRV och Marknadsdomstolen. Nedan följer en kort genomgång av hur ärendet hittills har fortlöpt.

- Patent- och registreringsverket

Den 10 februari 1999 lämnade Wasabröd in en ansökan om varumärkesskydd för ”mora” i ett stort antal kategorier, förutom knäckebröd även kaffe, te, kakor, honung och senap. I juni 2000 registrerades detta av Patent- och Registreringsverket, PRV.

Leksandsbröd svarade med en invändning mot varumärket, framför allt på grund av att ordet Mora saknar särskiljningsförmåga, dvs det är så nära knutet till orten att konsumenter förknipp-ar det med just orten, och inte med varumärket. Liknande ärenden har förekommit tidig-are, och har då bemötts med avslag. Utöver detta är namnet vilseledande, då brödet tillverkas i Filipstad.

Wasabröd svarar att konsumenter är väl medvetna om att framställning av livsmedelsprodukter ibland måste flyttas och decentraliseras. Dessutom stavas varumärket ”mora” med liten begynnelsebokstav. Man hävdar också att namnet ”Wasa” i och med Gustav Vasa är nära förknippat med Dalarna. Namnet är också inarbetat. Wasabröd begränsar också antalet kategorier till att endast omfatta ”hårt bröd, inkluderande knäckebröd, kakor och skorpor”.

- Marknadsdomstolen

Den 14 mars 2001 stämde Leksandsbröd Wasabröd inför Marknadsdomstolen och anförde som grund för detta att ”mora” är vilseledande, då morabrödet alltid tillverkats i Filipstad.

Utöver att man använder namnet ”mora”, har det tidigare angivits att produkten är ”från Mora”. Leksandsbröd ifrågasätter också att inarbetningen av namnet ”mora” är så omfattande som krävs.

Wasabröd hävdar att man har rätt att använda namnet då man har haft bagerier i Dalarna, Säter och Stora Tuna, som sedan länge är nerlagda. Detta trots att namnet ”mora” aldrig användes av dessa fabriker.

Parternas argument

- Leksandsbröd

- Konsumenterna bibringas uppfattningen att morabrödet är tillverkat i Mora eller Dalarna. Marknadsföringen är därför vilseledande.
- Wasabröd använder symboler som ytterligare förstärker detta intryck, exempelvis kurbitsar, kullor och Mora klockstapel.

- Wasabröd

- Wasabröd har en koppling till Mora genom namnet Wasa, och Gustav Vasas koppling till Dalarna.
- Wasabröd hävdar att ”benämningen Mora fungerar som varumärke för företaget”, samt att ”...konsumenterna uppfattar Mora som ett varumärke...”. Slutligen hävdar man att ”...konsumenterna ej uppfattar att brödet ”mora” är tillverkat i Mora eller Dalarna...”

Vad säger experterna?

Professor Ulf Bernitz, tillfrågad av Wasabröd: (utdrag)

- ”mora” utgör ett för Wasabröd inarbetat varumärke för knäckebröd
- Konsumenterna uppfattar till övervägande del ”mora” som ett varumärke för knäcke-bröd och inte som en angivelse av geografiskt ursprung
- Det föreligger i förevarande fall inte något vilseledande om geografiskt eller kommersiellt ursprung vad gäller benämningen ”mora”.

Doktor Frans Melin, forskare i varumärkesstrategi, tillfrågad av Leksandsbröd: (utdrag)

”Ur mitt perspektiv som varumärkesstrateg har Wasabröd valt att försöka bibringa konsumenterna uppfattningen att de produkter som marknadsförs under kännetecknet ”mora” kommer från orten i Dalarna. För de konsumenter som väljer rundbröd på grund av det förtroende de har för produkter från Dalarna i allmänhet och Mora i synnerhet, fungerar inte kännetecknet Mora som garant för produkter ursprung i den väl-renommerade Dalaorten.... Dessa omständigheter bidrar också till att jag bedömer marknadsföringen av produkten under kännetecknet ”Mora” som vilseledande.”

Professor Lars Pehrsson, tillfrågad av Leksandsbröd: (utdrag)

”Det i tvisten avgörande är huruvida Wasabröds användning av kännetecknet Mora är vilseledande när det används för knäckebröd som varken har eller har haft något ur-sprung i Mora. Frågan om kännetecknet Mora är inarbetat i varumärkesrättsligt hän-seende saknar i detta sammanhang betydelse.Utgångspunkten är här rimligen att när ett ortnamn används som kännetecknet för en produkt så uppfattar allmänheten att produkten på något sätt härstammar från orten.”

Professor Jan Rosén, tillfrågad av Leksandsbröd: (utdrag)

”En samlad bedömning ger sålunda vid handen att den användning av ordet MORA som förekommer i Wasabröd AB:s marknadsföring av knäckebröd torde strida mot Marknadsföringslagens förbud 6§ mot vilseledande framställningar.”

Wasabröds talemän i MD:

Mikael Hellberg VD

Ormondie Goldi, Wasabröds advokat

Ulf Bernitz, prof. i Europarätt tidigare prof. i Civilrätt

Kronologisk översikt

1919: Wasabröd startar i Skellefteå.

1929: Leksandsbröd startar i Häradsbygden, Leksand.

1930-talet: AB Skellefteå spisbrödsfabrik etablerar ytterligare en fabrik, Filipstads Bageri AB. Skellefte-fabriken lanserar ett knäckebröd under namnet Wasa Knäcke, med en bild på Gustav Vasa. Filipstadsbageriet byter namn till AB Wasa spisbrödsfabrik, då förstahandsvalet, REX AB är upptaget.

1943: Wasa registrerar ” WASA MORA BRÖD”, uppdelat på tre olika rader.

1950-talet: Wasa tar över Elektrakoncernen, med fabriker i bla Stora Tuna och Säter.

1960-talet: ”Moraknäcke” börjar tillverkas i Filipstadsfabriken

1976: Fabrikerna i Dalarna läggs ner och produktionen flyttas till Filipstad.

1979: Sveriges spisbrödsfabrikanter anmäler Wasabröd till Konsumentverket/KO för vilse-ledande användning av ”Mora”, eftersom Wasabröd tappat ”Wasa” och kallar produkterna för ”Mora bröd”. KO aner att risk för förväxling föreligger, men att detta har ringa betydelse då Wasabröd uppgett att tillverkningen är densamma som i de nerlagda fabrikerna i Säter och Stora Tuna.

1999: Wasabröd ansöker om att registrera ett nytt varumärke, ”mora”. Detta är det tredje steget i den smygande förändringen från ”Wasa Mora Bröd”.

2000: Varumärket registreras, Leksandsbröd svarar med en invändning.

2001: Leksandsbröd stämmer Wasabröd inför Marknadsdomstolen.

2001-2002: Wasabröd sponsrar det lokala ishockeylaget Mora IK, och kräver i motprestation att spelarna ska ha Wasabröds namn på tröjorna.

Fakta om Leksandsbröd

Leksandsbröd är ett familjeföretag som i fyra generationer, sedan 1929 tillverkat knäckebröd i byn Häradsbygden i Leksand. Idag är Leksandsbröd Sveriges näst största tillverkare av knäcke-bröd.

Företaget har ökat sitt sortiment och sin marknadsandel kraftigt de senaste 20 åren. Idag har Leksandsbröd ca 23% av knäckebrödsmarknaden (Wasabröd dominerar marknaden med en andel på hela 65%).

Leksandsbröd är dock marknadsledande på rundbröd, de traditionella stora runda brödkakorna. Företaget omsätter idag ca 120 miljoner kronor.

Kontaktpersoner:

Rune Joon, VD för Leksandsbröd, tel. 0247-448 00, fax 0247-448 60

Rita Platzer, Rita Platzer Public Relations, tel. 08-545 292 50, fax 08-545 292 69