



Pressinformation 2003-04-02

Leksandsbröd vann i Marknadsdomstolen

Stopp för Wasabröds vilseledande marknadsföring

Idag föll marknadsdomstolens dom som innebär...

...att Wasabröd vid vite måste upphöra att använda namnet Mora på alla knäckebrödspaket.

...att Wasabröd vid vite måste upphöra att använda bilder på Mora klockstapel, kurbits och annan dalasymbolik, liksom formuleringar som "från Mora" eller "från Dalarna". Domen har stor principiell betydelse. Marknadsdomstolen motiverar domen med att "...citat ur domen....".

– Beslutet är en seger för alla som tror på konkurrens med hederliga medel och som värnar om svenska traditioner, kommenterar Rune Joon, VD för familjeföretaget Leksandsbröd.

För tre år sedan ansökte Wasabröd hos Patent- och Registrerings-verket (PRV) om att få använda Mora som nytt varumärke på knäckebrödsförpackningar. Samtidigt satte företaget namnet Mora på nio rundbröd. Wasabröd bakar sitt bröd i Västmanland och har ingen anknytning till Mora eller till Dalarnas knäckebrödstradition. Därmed ansåg Leksandsbröd att företaget ägnade sig åt vilseledande marknadsföring och stämde Wasabröd i Marknadsdomstolen.

Lars Pehrson är varumärkesexpert och professor i civilrätt vid Stockholms Universitet. I en kommentar till marknadsdomstolens beslut, säger han att domen mycket väl tillgodoser konsumenternas intressen. Han menar att Wasabröds agerande utgör ett flagrant avsteg från vad som kan anses vara god konsumentupplysning och vederhäftig marknadsföring.

– Om det står Mora på ett paket, som dessutom har dekor med kurbitsmålningar, Mora klockstapel och ett par i folkdräkt, så tror man sig köpa knäckebröd bakat i Mora. Som konsument skall man kunna lita på vad som står på paketen, och det har Marknadsdomstolen nu tydligt markerat i sin dom riktad mot Wasabröds marknadsföring.

För Lars Pehrson är orimligheten i Wasabröds marknadsföring tydlig. Samtidigt tycker han det är tillfredställande att konstatera att de lagar som skall skydda konsumenterna och mindre företag verkligen fungerar. Detta är inte en knäckebrödsfråga, domen berör viktiga aspekter av hur man får och inte får konkurrera.

– När Barillakontrollerade Wasabröd försökte få ensamrätt till namnet Mora och framställde sitt knäckebröd som produkter från Dalarna, då blev det faktiskt väl magstarkt, säger Rune Joon, VD för familjeföretaget Leksandsbröd.

Familjen Joon har drivit Leksandsbröd i generationer och haft god draghjälp av Leksands och Dalarnas goda namn och rykte. Samtidigt menar Rune Joon att namnet Leksandsbröd innebär ett ansvar:

– Det gäller ju att göra heder åt namnet Leksand. Jag tror alla svenska småföretagare känner ett särskilt ansvar när man har ortens eller bygdens namn i sitt företagsnamn. Hembygdens goda namn och rykte tillhör alla dem som lever och arbetar där!

– Därför ser det också illa ut när man som Wasabröd objuden och helt ogrundat tar för sig av den goodwill som Mora och Dalarna byggt upp under generationer, fortsätter Rune Joon.

– Vi konkurrerar gärna med Wasabröd, men det skall vara med hederliga medel. Det är inget fel på Wasabröds knäckebröd, men det kommer inte från Dalarna och det vill vi att konsumenterna ska veta. . /.

För mer information kontakta:

Rune Joon, VD för Leksandsbröd.

Lars Pehrson, Professor i civilrätt vid Stockholms Universitet

Pontus Selderman, advokat Sylwan, Fenger, Krogh

Fakta om Leksandsbröd:

Leksandsbröd är ett familjeföretag som i fyra generationer, sedan 1929, har bakat knäckebröd i byn Häradbygden, Leksand. Ingredienserna är desamma nu som då - svensk råg, jäst, salt och vatten. Vattnet har hela tiden kommit från samma underjordiska vattenåder med rent friskt källvatten som fabriken är byggd ovanpå. Idag är Leksandsbröd Sveriges näst största tillverkare av knäckebröd.

Företaget har ökat sitt sortiment och sin marknadsandel kraftigt under de senaste 20 åren. Idag har Leksandsbröd cirka 23 procent av knäckebrödsmarknaden och är marknadsledare på rundbröd, de traditionella stora runda brödkakorna.