



Lamper beskyttet efter markedsføringsloven, men ikke som u-registreret EF-design



Annemette Ellermann
Partner, Head of Litigation & regulatory



Anette Moll Berg
Partner

Sø- og Handelsretten har i en dom fra januar 2019 udtalt, at et design af indbygningsspots (lamper) var beskyttet efter markedsføringsloven, men ikke som et u-registreret EF-design.

Sagens faktum

De to parter i sagen var begge producenter af lamper. Det omtvistede design var et indbygningsspot til brug for skabe og lofter. Det var ubestridt under sagen, at de lamper, som var markedsført af de 2 parter og som var sagens genstand, var omtrent identiske.

Lampernes design var simpelt, og der havde også tidligere været lignende designs på markedet. Sagens hovedtema var derfor, om lampedesignet udelukkende var funktionsbestemt og teknisk bestemt, eller om der tillige var truffet nogle designmæssige valg, som ikke var funktionsbestemte, og som kunne nyde beskyttelse efter markedsføringsloven og evt. EF-designforordningen.

Rettenes afgørelse

Retten fandt, at der ved designet af indbygningslampen var foretaget designmæssige valg, som skulle skabe nogle synlige dimensioner, der harmonerede med en produktserie, som lampen hørte til. Det førte til, at det ældre design var beskyttet mod produktefterligninger efter markedsføringsloven, og at det yngre design var en ulovlig produktefterligning. P.gra. oplysningerne om tidligere lignende designs på markedet, mente retten ikke, at lamperne var beskyttet efter EF-designforordningen. Forordningen giver en 3-årig beskyttelse mod slaviske kopier af designs, omfattet af forordningen. Det er en betingelse for beskyttelse, at designene har individuel karakter og at de er nye.

Retten fandt ikke grundlag for at pålægge den virksomhed, der havde solgt de krænkende produkter at tilbagekalde produkterne fra de kunder, som de var leveret til, da retten vurderede, at de havde været i god tro mht. om der var tale om ulovlige kopier.

DLA Piper kommentarer

Dommen er interessant af flere grunde:

For det første understreger den, at markedsføringsloven giver en bredere beskyttelse mod produktefterligninger end EF-designforordningen. Det skyldes navnlig nyhedskravet i forordningen, som betyder, at beskyttelse er udelukket, hvis der i forvejen findes et omtrent identisk design på markedet. Markedsføringsloven opererer ikke med et sådant krav, og konkurrenter kan altså godt forhindres i at sælge produktkopier, selvom det første design måske ikke er nyt. Rettens bemærkning "Efter de foreliggende oplysninger om Easy 2-Place" antyder desuden, at der stilles mindre strenge krav til et designs særpræg for at nyde beskyttelse efter markedsføringsloven end efter EU-designforordningen.

For det andet afviser retten at pålægge krænkeren at tilbagekalde de krænkende produkter fra kunder, der har købt dem i god tro. Det betyder, at den krænkede part skal føre bevis for, også at krænkerens kunder vidste eller burde vide, at der var tale om produktkopier. Det kan ofte være en vanskelig øvelse.