

# Produktetterligning i Skandinavia

I grenselandet mellom fri konkurranse og immaterialrett

Professor Monica Viken  
MIC-seminar 13. april 2021

# Mitt innlegg

---

- Etterligningsvernet i grenseland?
  - Fri konkurranse
  - Immaterialretten
- En analyse av bestemmelser for etterligningsvern:
  - Norge - markedsføringsloven av 2009
  - Sverige - marknadsføringslagen av 2008
  - Danmark - markedsføringsloven av 2017
- Forholdet til immaterialretten:
  - Likheter og forskjeller i tilnærmingen?
- Basert på min artikkel; *The Borderline Between Legitimate and Unfair Copying of Products - A Unified Scandinavian Approach?* IIC (2020) 51:1033-1061
  - <https://link.springer.com/article/10.1007/s40319-020-00986-z>

# Smakstilsetninger (temaer for diskusjon)

- Trenger vi regler for etterligningsvern utenfor immaterialretten?
  - Bør vi se på immaterialretten som “Islands of exclusivity in an ocean of liberty”?
  - Etterligningsvernet som uavhengig alternativ eller som supplement i spesielle tilfeller?
- Hva med forholdet til uregistrert design?
- Eneretter og/eller markedsorientering?
- Investeringsbeskyttelse og forbrukerbeskyttelse?
- Interesseavveininger på avveie?
- Hva med forutberegneligheten?



# Rettskildesituasjonen

---

- Etterligningsvernet er ikke EU-harmonisert
- Tilgrensende EU direktiver
  - Handelspraksisdirektivet (EU) 2005/29
  - Direktivet om forretningshemmeligheter (EU) 2016/943
  - Direktivet om sammenlignende reklame (EU) 2006/114
- Paris konvensjonen art 10*bis*
- Nasjonale reguleringer
- Nordisk samarbeid siden 1970-årene

# Den norske spesialbestemmelsen

---

## § 30. Etterligning av annens produkt

I næringsvirksomhet er det forbudt å anvende etterlignede kjennetegn, produkter, kataloger, reklamemidler eller andre frambringelser på slik måte og under slike omstendigheter at det må anses som en urimelig utnyttelse av en annens innsats eller resultater og fører med seg fare for forveksling.

## Urimelig etterligning

- Etterligning
- Urimelig utnyttelse av innsats eller resultater
  - Beskyttelsesverdig?
  - Krav om særpreg?
  - Unntak for funksjonelle elementer
- Fare for forveksling

# Den svenske spesialbestemmelsen

---

## Vilseledande efterbildningar

§ 14 En näringsidkare får vid marknadsföringen inte använda efterbildningar som är vilseledande genom att de lätt kan förväxlas med någon annan näringsidkares kända och särpräglade produkter. Detta gäller dock inte efterbildningar vilkas utformning huvudsakligen tjänar till att göra produkten funktionell.

## Villedende etterligning

- "särpräglade" produkter
- "kända" produkter
- "lett kan förväxlas"
- Unntak for funksjonelle elementer
- Transaksjonstesten for forbrukere

# Den danske generalklausulen

---

## § 3

Erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringskikk under hensyntagen til forbrugere, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser, jf. dog stk. 3.

## Brudd på god markedsføringskikk

- Balansere interesser
- Beskytte markedsposisjon?
- Illojal markedsfortrengning eller snylting
- Kopiering
- Krav om særpreg
- Unntak for funksjonelle elementer
- Meget nærgående etterligninger?
- Slaviske imitasjoner og/eller fare for forveksling?

# Lego-avgjørelser som illustrasjon

---

- **Norge:** Rt 1994, s. 1584 (Lego 1) og LB-2006-3616 (Lego 2)
- **Sverige:** MD 2004:23 (Lego I) og MD 2006:3 (Lego II)
- **Danmark:** U1961.46H (Lego 1) og U1995.92S (Lego 2)



**EU:** C-48/09 P (Lego) avsnitt 61.



# Den skandinaviske tilnærmingen

---

- Regelstruktur og plassering av bestemmelsene
- Investeringsbeskyttelse?
- Beskytte markedsposisjon?
- Markedsorientert tilnærming?
  - Forbrukervern og transaksjonstest?
  - Krav om velkjente produkter for å nyte vern?
- Flexibilitet eller kumulative kriterier?
- Prosessreglens betydning
- Behov for harmonisering?
- Forholdet til immaterialretten:
  - Etterligningsvern som supplement, uavhengig alternativ eller helt overflødig?



Takk for meg

[monica.viken@bi.no](mailto:monica.viken@bi.no)

