



SVEA HOVRÄTT  
Patent- och  
marknadsöverdomstolen  
Rotel 020107

**DOM**  
2023-05-31  
Stockholm

Mål nr  
B 7300-22

## ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Patent- och marknadsdomstolens dom 2022-05-13 i mål nr B 18901-21, se bilaga A

## PARTER

### Klagande

Pixizoo APS, 502078-9250  
Graham Bells Vej 6  
8200 Aarhus N  
Danmark

Ombud: Advokaterna P.O. och M.S.  
Baker & McKenzie Advokatbyrå KB  
Box 180  
101 23 Stockholm

### Motpart

Jollyroom AB, 556815-7159  
Box 125  
423 21 Torslanda

Ombud: Advokaterna F.R. och A.H.  
Setterwalls Advokatbyrå i Göteborg AB  
Box 11235  
404 25 Göteborg

## SAKEN

Utdömande av vite

---

## DOMSLUT

1. Patent- och marknadsöverdomstolen ändrar Patent- och marknadsdomstolens dom på så sätt att Patent- och marknadsöverdomstolen

- a) ogillar Jollyroom AB:s talan om utdömande av vite på grund av överträdelse av förbudet under punkten 1 i Patent- och marknadsdomstolens dom den 25 augusti 2021 i mål nr PMT 17840-20,

Dok.Id 1888855

---

<b>Postadress</b> Box 2290 103 17 Stockholm	<b>Besöksadress</b> Birger Jarls Torg 16	<b>Telefon</b> 08-561 670 00 08-561 675 00 <b>E-post:</b> svea.hovratt@dom.se www.patentochmarknadsoverdomstolen.se	<b>Telefax</b>	<b>Expeditionstid</b> måndag – fredag 09:00–16:30
---	---	---	----------------	---

- b) bestämmer det vite som Pixizoo APS ska betala till staten till 250 000 kr, och
- c) befriar Pixizoo APS från skyldigheten att ersätta Jollyroom AB:s rättegångskostnad i Patent- och marknadsdomstolen och förordnar att vardera parten ska stå sin rättegångskostnad där.

2. Vardera parten ska stå sin rättegångskostnad i Patent- och marknadsöverdomstolen.

### YRKANDEN M.M.

Pixizoo APS (Pixizoo) har yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska ogilla Jollyroom AB:s (Jollyroom) talan och befria Pixizoo från skyldigheten att utge vite eller, i andra hand, jämka vitesbeloppet. Pixizoo har även yrkat att Patent- och marknadsöverdomstolen ska befria bolaget från skyldigheten att ersätta Jollyrooms rättegångskostnader i Patent- och marknadsdomstolen och i stället tillerkänna Pixizoo ersättning för rättegångskostnader där. I andra hand har Pixizoo yrkat att ersättningen för Jollyrooms rättegångskostnader ska sättas ned till ett skäligt belopp.

Jollyroom har motsatt sig ändring av Patent- och marknadsdomstolens dom.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader i Patent- och marknadsöverdomstolen.

Patent- och marknadsöverdomstolen har med parternas samtycke avgjort målet utan huvudförhandling.

### PARTERNAS TALAN

Parterna har åberopat samma omständigheter som i Patent- och marknadsdomstolen och utvecklat talan på samma sätt med följande förtydliganden och tillägg.

#### **Pixizoo**

Publiceringen av de aktuella annonserna på Facebook och Pixizoo's hemsida har inte varit inom Pixizoo's kontroll på ett sådant sätt att Pixizoo ska hållas ansvarigt. Pixizoo har inte haft kännedom om att Facebook och sökfunktionen Helloretail bearbetat den information som kommit från Pixizoo eller att Facebook publicerat annonser innehållande sådan bearbetad information. Pixizoo har aldrig samtyckt till eller gett några instruktioner till Facebook om detta. Facebooks säljvillkor anger inget om att informationen skulle komma att bearbetas före publicering eller att Facebook skulle

lägga till en text om "REA". Visningarna av den bearbetade informationen har alltså skett utan Pixizoos vetskap, instruktion eller inblandning.

De påstådda överträdelserna är ursäktliga. Det rör sig endast om någon enstaka lindrig överträdelse som legat utom Pixizoos kontroll. Så snart Pixizoo fått kännedom om företeelsen har bolaget vidtagit åtgärder. Dessutom har annonsen på Facebook genererat endast en blygsam trafik. Under år 2021 har annonser på Facebook renderat 996 klick på länk till Pixizoos hemsida. Med beaktande av att sådana klick endast leder till en köporder i 2,25 procent av fallen och att det genomsnittliga värdet på en köporder uppgår till 712,50 kr, har annonserna endast medfört en genomsnittlig omsättning på drygt 15 000 kr under år 2021. Inverkan av annonsen på Facebook på den faktiska försäljningen har alltså varit mycket blygsam. Även detta utgör särskilda skäl för att vitet bör jämkas.

### **Jollyroom**

Pixizoo känner till och ansvarar för de annonser som publicerats på dess Facebooksida. Pixizoo har valt att använda Facebooks tjänster, haft möjlighet att konfigurera sidan genom tjänstens inställningar, gett Facebook tillgång till Pixizoos produktdata från sitt så kallade CRM-system och drivit trafik till sidan bl.a. genom länkar från sin egen webbplats. Av punkterna 3 och 4 i Facebooks säljvillkor framgår att Facebook, som en del i tjänsten, automatiskt skapar säljarinnehåll (t.ex. annonser) med stöd av data från Pixizoo. Datan kan hämtas genom tekniska gränssnitt (s.k. API:er), såsom CRM-data som tillhandahålls av Pixizoo, men också från företagets webbplats. Alla företag måste acceptera villkoren för att skapa en Facebooksida. Påståendet att annonserna skapats helt utan Pixizoos inblandning och vetskap är därför felaktigt.

### **UTREDNINGEN**

Parterna har lagt fram samma bevisning som i Patent- och marknadsdomstolen. Jollyroom har därutöver i Patent- och marknadsöverdomstolen åberopat utdrag från Facebooks säljvillkor.

## DOMSKÄL

### Utgångspunkter för prövningen

Bestämmelser om utdömande av vite finns i lagen (1985:206) om viten. En domstol som ska pröva ett yrkande om utdömande av vite har först att kontrollera om det finns lagliga förutsättningar att lägga vitesförbudet till grund för en dom, varvid innebörden av föreskrifterna i förbudet måste fastställas. Därefter har domstolen att pröva om vitesadressaten i objektiv mening har brutit mot förbudet. Det åligger den som ansöker om vitets utdömande att visa de omständigheter som ska ligga till grund för bedömningen. I ett mål om utdömande av vite enligt marknadsföringslagen har dock näringsidkaren bevisbördan för riktigheten av sitt påstående i den ifrågasatta marknadsföringen. Vidare har vitesadressaten å sin sida att i förekommande fall visa att överträdelsen av vitesförbudet varit ursäktlig. Enligt 9 § viteslagen kan ett vite jämkas om det föreligger särskilda skäl. Ett vite får enligt 2 § andra stycket inte föreläggas, om adressaten kan antas sakna faktisk eller rättslig förmåga att följa föreläggandet, och vitet får följaktligen heller inte dömas ut om sådan förmåga saknas. (Se NJA 2015 s. 512 p. 13 och 14 samt NJA 2010 s. 48.)

### Vitesförbudet

En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får förbjudas att fortsätta med denna eller med någon annan liknande åtgärd. Ett förbud ska som huvudregel förenas med vite. (Se 23 och 26 §§ marknadsföringslagen [2008:486]). Syftet med ett förbud är att stävja upprepning av en marknadsföring som bedömts inte vara godtagbar (se Ulf Bernitz, Kraven för utdömande av marknadsrättsliga viten i JT 2010/11, s. 704).

För att förbud eller ålägganden enligt marknadsföringslagen ska få avsedd effekt bör de inte ges en alltför snäv utformning. Det ska alltså inte vara möjligt att kringgå förbudet eller åläggandet genom att göra en obetydlig justering av ett uttryckssätt eller liknande och därefter fortsätta med ett förfarande som reellt sett är detsamma som det som har föranlett ingripandet. Beslutet bör därför formuleras så att det täcker både den

konkreta handling som har prövats och andra praktiskt sett eller i allt väsentligt likvärdiga handlingar. Av rättssäkerhetsskäl måste emellertid ett förbud eller åläggande konkretiseras så att det klart framgår vilket slags handling det avser. (Se NJA 2018 s. 883 p. 8 och där gjord hänvisning.)

För att beslut som endast upprepar rekvisit i lagtext ska tillgodose kravet på tydlighet krävs att rekvisiten är så precisa att det inte kan råda något tvivel om vilka åtgärder som ska underlåtas eller vidtas i det enskilda fallet (se t.ex. HFD 2017 ref. 21 samt Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 22 december 2020 i mål nr B 713-20 och där gjorda hänvisningar). Som Patent- och marknadsdomstolen redogjort för ska ett vitesförbud enligt marknadsföringslagen konkretiseras så att det tydligt framgår för adressaten både vilken typ av marknadsföring och vilken produktkategori som förbudet avser (NJA 2018 s. 883 p. 12).

Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i Patent- och marknadsdomstolens bedömning att de aktuella förbuden är lagligen grundade och uppfyller kraven på entydighet och konkretisering, samt att det varit möjligt för Pixizoo att efterfölja dem.

### **Överträdelse av förbuden**

#### *Frågan om Pixizoo ansvarar för marknadsföringen*

Patent- och marknadsöverdomstolen ansluter sig till Patent- och marknadsdomstolens bedömning att produkterna *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* och *Britax Römer Dualfix R<sup>2</sup> – Cosmos Black* har marknadsförts på företagets webbplats och Facebooksida samt i dess Facebookbutik. Pixizoo har gjort gällande att bolaget inte kan tillräknas överträdelserna eftersom det inte har känt till att annonserna fått sin utformning till följd av automatisk bearbetning hos Facebook och Helloretail.

Ett vitesförbud innebär oftast att vitesadressaten har att underlåta en viss åtgärd. Ett sådant förbud kan innebära att adressaten även har en skyldighet att försöka hindra en tredje man från att handla på visst sätt. Om vitesadressaten inte gör det, så innebär

underlåtelsen att vitesadressaten har åsidosatt vitesförbudet. Det rör sig då om ett ansvar för eget handlande. (Se NJA 2015 s. 512 p. 15).

Enligt marknadsföringslagen har näringsidkaren det primära ansvaret för de åtgärder denne vidtar eller låter vidta för sin räkning. En näringsidkare kan inte undgå eller minska sitt ansvar genom att ge någon annan i uppdrag att genomföra marknadsföringsaktiviteter. (Se t.ex. MD 2011:15 och Briselius m.fl., Marknadsföringsrätt [2021, JUNO], s. 203.) Vidare ställs, som Patent- och marknadsdomstolen konstaterat, höga krav på aktivitet för den som har att efterkomma ett vitesförbud, innefattande såväl undersökningar om i vad mån överträdelser förekommer som, om överträdelser sker, långtgående försök att stoppa dessa (se t.ex. RH 2006:42).

Med dessa utgångspunkter delar Patent- och marknadsöverdomstolen den bedömning som underinstansen gjort (Patent- och marknadsdomstolens dom s. 11 fjärde stycket). Det kan tilläggas att påståendet att bearbetning av datan har skett utan Pixizoos instruktioner i och för sig får godtas. I enlighet med vad som ovan angetts om skyldighet för en vitesadressat att hindra tredje mans åtgärder har det emellertid under alla förhållanden ålegat Pixizoo att kontrollera hur de aktuella annonserna slutligen utformats vid publiceringen, och vidta åtgärder för att undvika sådana formuleringar som kunnat innebära överträdelse av vitesförbudet. Även Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer alltså att marknadsföringen har legat inom Pixizoos kontroll och att bolaget ansvarar för denna.

Patent- och marknadsöverdomstolen gör härfter följande bedömningar avseende de påstådda överträdelserna.

#### *Överträdelse av förbudet i punkten. 1*

Pixizoo har invänt att den aktuella marknadsföringen inte omfattas av förbudet under punkten 1.

Bedömningen av om marknadsföringsåtgärden utgjort en överträdelse av förbudet utgår från förbudets formulering. Innebörden av ett vitesförbud kan i viss mån tolkas med hjälp av domskälen eller mot bakgrund av vad som förekommit. Som framhållits av Patent- och marknadsdomstolen ska tolkningen av förbudet göras restriktivt.

Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar inledningsvis att Jollyroom i Patent- och marknadsdomstolen yrkade att Pixizoo skulle förbjudas att använda begreppet ”rea” och liknande uttryck vid marknadsföring av barn- och babyprodukter när förutsättningar för användning av begreppet inte är för handen. Patent- och marknadsdomstolen biföll Jollyrooms yrkande i denna del på så sätt att domstolen i domslutet förbjöd användning av uttrycket ”Allt på Rea”. Därutöver tillade Patent- och marknadsdomstolen i förbudsförordnandet att Pixizoo inte fick använda uttrycket ”på sätt som skett enligt bilaga 1”. Domsbilagan innehåller bilder med skärmdumpar från Pixizoo:s webbplats avseende den aktuella marknadsföringen. Patent- och marknadsdomstolen motiverade inte sitt ställningstagande att frågå den yrkade formuleringen med mer än att förbudet borde utformas i enlighet med vad som framgick av domslutet. Patent- och marknadsöverdomstolen konstaterar dock att formuleringen ”på sätt som skett” som regel syftar till att begränsa ett förbuds omfattning (jfr t.ex. Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 19 november 2021 i mål nr B 12904-20 och Henrik Bengtsson, *Förbudsutformning inom immaterial- och marknadsrätten* i *Amici Curiae Marknadsdomstolen 1971–2016*, s. 121 f.).

Skärmdumparna i domsbilagan utvisar att Pixizoo på sin webbplats haft en undersida rubricerad ”Allt på Rea”. På sidan fanns en informationstext där det bl.a. angavs följande. ”Här hittar du alla våra aktuella erbjudanden, kampanjer och produkter som är på utförsäljning just nu. Du kan alltid hitta kampanjvaror med riktigt bra priser hos oss. Passa på att fynda innan de tar slut!”.

Förfarandet, att samla prissänkta produkter på ett ställe och att förmedla detta genom rubriken ”Allt på Rea”, måste enligt Patent- och marknadsöverdomstolen ses som ett centralt moment i den marknadsföring som Patent- och marknadsdomstolen beslutat att förbjuda Pixizoo. Ett sådant marknadsföringsförfarande får typiskt sett anses syfta till



att leda konsumenternas uppmärksamhet till de prissänkta varorna, och på så sätt öka attraktionskraften i realisationskampanjen. Tillägget ”på sätt som skett enligt bilaga 1” innebär därmed, enligt Patent- och marknadsöverdomstolen, att Patent- och marknadsdomstolen har förbjudit Pixizoo, att på sin webbplats samla prisnedsatta produkter under rubriken ”Allt på Rea” eller något annat liknande uttryck, om inte samtliga förutsättningar för användning av realisationspåståenden i marknadsföringslagen är uppfyllda (jfr 17 § marknadsföringslagen). Till skillnad från Patent- och marknadsdomstolen finner alltså Patent- och marknadsöverdomstolen att förbudet inte kan anses avse realisationspåståenden i allmänhet.

Jollyroom har som grund för sin talan om utdömmande av vite gjort gällande att Pixizoo överträtt förbudet genom att använda ordet ”Rea” trots att försäljningen inte har skett under en begränsad tid och att priserna inte har varit väsentligen lägre än Pixizoo's normala priser för motsvarande produkter.

När det gäller barnvagnen *Hauck Eagle 4S Svart/Grå* konstaterar Patent- och marknadsöverdomstolen att det av det åberopade bildmaterialet inte framgår att barnvagnen nu visats på någon sida under rubriken ”Allt på Rea” eller med annan liknande rubricering. I stället har ordet ”Rea” placerats i anslutning till presentationen av produkten. Reapåståendet har alltså avsett den enskilda produkten och inte en hel grupp av varor, vilket innebär att påståendet använts på ett annat sätt än som angetts i förbudet. Detta innebär också att ordet ”Rea”, med sin placering, inte kan anses utgöra ett liknande uttryck till ”Allt på Rea” i det marknadsföringspåstående som förbudet hänvisar till.

Patent- och marknadsöverdomstolen bedömer således att Jollyroom inte har visat att Pixizoo har marknadsfört barnvagnen på ett sådant sätt som anges i förbudspunkten 1. Det finns därför inte förutsättningar att döma ut vite i denna del. Patent- och marknadsdomstolens dom ska ändras i enlighet med denna slutsats.

*Överträdelse av förbudet i punkten 2*

Patent- och marknadsdomstolen bedömde att det var bevisat att Pixizoo hade överträtt punkten 2 i förbudsdomen, att Pixizoo inte hade visat att överträdelsen av vitesförbuden varit ursäktlig och att det inte finns särskilda skäl att jämka vitesbeloppet. Patent- och marknadsöverdomstolen instämmer i den bedömningen. Vitet för Pixizoos överträdelse av punkten 2 ska därför dömas ut i sin helhet.

**Rättegångskostnader**

Vid denna utgång har parterna ömsom vunnit och förlorat målet i både Patent- och marknadsdomstolen och Patent- och marknadsöverdomstolen. Vardera parten ska därför stå för sin egen rättegångskostnad i båda instanserna.

**HUR MAN ÖVERKLAGAR**, se bilaga B

Överklagande senast den 2023-06-28

I avgörandet har deltagit hovrättsråden Ulrika Beergrehn, Ulrika Ihrfelt, referent, och Mattias Pleiner.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT  
Patent- och marknadsdomstolen

**DOM**  
2022-05-13  
Meddelad i  
Stockholm

Mål nr B 18901-21

## PARTER

### Sökande

Jollyroom AB, 556815-7159  
Box 125  
423 21 Torslanda

Ombud: Advokaten F.R. och jur.kand. A.H.  
Setterwalls Advokatbyrå i Göteborg AB  
Box 11235  
404 25 Göteborg

### Motpart

Pixizoo APS, 502078-9250  
Graham Bells Vej 6  
8200 Aarhus N

Ombud: Advokaterna A.G. och P.O.  
Baker & McKenzie Advokatbyrå KB  
Box 180  
101 23 Stockholm

---

## DOMSLUT

1. Pixizoo APS förpliktas att till staten betala vite om 500 000 kr.
  2. Pixizoo APS ska ersätta Jollyroom AB:s rättegångskostnad med 234 850 kr, varav 233 960 kr avser ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen (1975:635) från denna dag till dess betalning sker.
- 

Dok.Id 2515288

---

**Postadress**  
Box 8307  
104 20 Stockholm

**Besöksadress**  
Rådhuset,  
Scheelegatan 7

**Telefon**  
08- 561 654 70  
**E-post:** stockholmstingsratt@dom.se  
www.stockholmstingsratt.se

**Telefax**

**Expeditionstid**  
måndag – fredag  
08:00–16:00

## **BAKGRUND**

Jollyroom AB (Jollyroom) och Pixizoo APS (Pixizoo) är två konkurrerande e-handelsföretag som bedriver försäljning av barn- och babyprodukter.

Patent- och marknadsdomstolen förbjöd genom dom den 25 augusti 2021 i PMT 17840-20 (förbudsdomen) Pixizoo vid vite om 250 000 kr att vid marknadsföring av barn- och babyprodukter använda uttrycket ”Allt på Rea” eller andra liknande uttryck, om inte försäljningen avser produkter som ingår i Pixizoos ordinarie sortiment, försäljningen sker under en begränsad tid och priserna är väsentligt lägre än Pixizoos normala priser för motsvarande produkter (punkten 1). Patent- och marknadsdomstolen förbjöd vidare Pixizoo vid vite om 250 000 kr att vid marknadsföring av barn- och babyprodukter jämföra produkternas försäljningspriser med ordinarie priser eller påstå att produkterna är nedsatta med vissa procentsatser eller vissa belopp i förhållande till ordinarie priser, eller vidta andra likvärdiga åtgärder, om inte jämförelsepriserna är Pixizoos normala priser för motsvarande produkter (punkten 2).

Det nu aktuella målet om utdömande av vite inleddes genom att Jollyroom väckte talan mot Pixizoo den 8 december 2021.

Målet har avgjorts utan huvudförhandling.

## **YRKANDEN OCH INSTÄLLNING**

Jollyroom har yrkat att Patent- och marknadsdomstolen förpliktar Pixizoo att till staten betala 500 000 kr i vite.

Pixizoo har bestritt yrkandet. För det fall vitet ska dömas ut har Pixizoo angett att det i vart fall ska jämkas.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnad.

## **GRUNDER**

### **Jollyroom**

Pixizoo har överträtt vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen genom att i sin marknadsföring använda ordet ”Rea” trots att försäljningen inte skett under en begränsad tid och priserna inte varit väsentligt lägre än Pixizooos normala priser för motsvarande produkter.

Pixizoo har överträtt vitesförbudet i punkten 2 i förbudsdomen genom att i sin marknadsföring jämföra produkternas försäljningspris med ett ordinarie pris samt påstå att produkterna är nedsatta med en viss procentsats eller ett visst belopp, trots att jämförelsepriset inte är Pixizooos normala priser för motsvarande produkter.

Vitesförbuden uppfyller de krav som ställs på entydighet och konkretisering. Det har inte förelegat något faktiskt hinder för Pixizoo att efterkomma förbuden och överträdelsen av förbuden är därför inte ursäktlig. Inga skäl för att jämka vitet för någon av överträdelserna föreligger och vitena ska därför dömas ut i sin helhet.

### **Pixizoo**

Pixizoo har objektivt sett inte överträtt vitesförbuden i förbudsdomen. De påstådda överträdelserna har skett utan Pixizooos vetskap, instruktion eller inblandning genom en automatisk teknisk funktionalitet hos tredje part. Det är inte ett handlande som kan tillräknas Pixizoo.

Den påstådda överträdelsen av vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen faller inte inom det förbudspåståendets innebörd och omfattning. Yrkandet i den delen saknar således legal grund.

Under alla förhållanden ska vitesbeloppet jämkas eftersom det rör sig om endast enstaka och lindrig förseelse.

## **UTVECKLING AV TALAN**

### **Jollyroom**

#### *Vilseledande reamarknadsföring*

Under oktober och november 2021 marknadsförde Pixizoo bland annat produkten *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* till nedsatt pris intill uttrycket "rea" på sin Facebooksida. När konsumenten klickade sig in på produktsidan för den aktuella produkten angavs, förutom det aktuella försäljningspriset, också ett överstruket ordinarie pris samt uppgift om hur mycket konsumenten påstods spara i kronor och procent. Produkten såldes vid samtliga av Jollyrooms granskningstillfällen under oktober och november 2021 för 2 470 kr med ett angivet ordinarie pris om 5 099 kr. I annonsen på Facebook stod också många gånger "du har sparat 2629.00 kr (52%)". Under hela perioden marknadsfördes produkten i direkt anslutning till uttrycket "rea". Enligt prishistorik från prisjämförelsesajten Pricerunner har produkten sedan den 22 juli 2021 aldrig sålts för det angivna ordinarie priset. Den aktuella produkten har därmed inte varit väsentligt nedsatt i pris jämfört med Pixizoo's normala pris för motsvarande produkt och den marknadsförda rean har inte heller pågått under en begränsad period. Marknadsföringen är vilseledande och otillbörlig eftersom den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

#### *Överträdelsen faller inom vitesförbudets omfattning*

Den aktuella reamarknadsföringen omfattas av vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen. Det är självklart att en konsument uppfattar uttrycket "Allt på Rea" som ett realisationsuttryck. Att Pixizoo även angett utförsäljningsuttryck på den aktuella webbplatsen förtar inte detta faktum. Vitesförbudet omfattar dessutom

”liknande uttryck”. ”Rea” är i vart fall ett sådant ”liknande uttryck” och något annat kan inte rimligen ha varit domstolens avsikt. Av domskälen i förbudsdomen framgår också att domstolen bedömt att en genomsnittskonsument uppfattar marknadsföringspåståendena som påståenden om just realisation.

#### *Vilseledande ordinarie priser*

Under oktober och november 2021 marknadsförde Pixizoo bland annat produkten *Britax Römer DUALFIX R<sup>2</sup> – Cosmos Black* till nedsatt pris på sin Facebooksida och sin webbplats. När konsumenten klickade sig in på produktsidan för den aktuella produkten på Facebook angavs, förutom det aktuella försäljningspriset, också ett överstruket ordinarie pris samt många gånger även uppgift om hur mycket konsumenten påstods spara i kronor samt i procent. Produkten såldes vid samtliga av Jollyrooms granskningstillfällen under oktober och november för mellan 3 295 kr och 3 245 kr med ett angivet ordinarie pris om 5 450 kr. I annonsen på Facebook stod också många gånger ”du har sparat 2155.00 kr (40%)”. Enligt prishistorik från Pricerunner har produkten, under åtminstone de tre senaste månaderna, aldrig sålts för det angivna ordinarie priset. Det angivna jämförelsepriset utgjorde därmed inte Pixizoo's normala pris för motsvarande produkt, priset har inte heller tillämpats under en period om fyra veckor omedelbart före den senaste prissänkningen. Marknadsföringen är vilseledande och otillbörlig eftersom den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

#### *Pixizoo har överträtt vitesförbuden*

Utan att vitsorda den skiljelinje som Pixizoo menar finns mellan Pixizoo's Facebooksida och Pixizoo's Facebookbutik kan konstateras att den aktuella marknadsföringen varit väl synlig på Pixizoo's Facebooksida. Pixizoo riktar dessutom trafik till sin Facebooksida, bland annat genom direktlänkar från sin webbplats. Pixizoo synes också ha varit medvetet om och gjort ett aktivt val om att tillämpa det automatiserade förfarandet där Facebookbutiken baseras på och underhålls av en feed som hämtar information från Pixizoo's CRM-system.

Teknikutvecklingen har medfört att företag som Pixizoo i dag har flera digitala ”hem” på olika plattformar. En hemsida/webbplats på internet är fortfarande relevant men det finns i dag andra digitala hem som är lika viktiga i marknadsföringssyfte, bl.a. företags egna Facebooksidor på plattformen Facebook. Pixizoo måste vara ansvarigt för marknadsföring som förekommer på Pixizoos digitala hem, inkluderande ett ansvar för sin Facebooksida, på samma sätt som Pixizoo är ansvarigt för den marknadsföring som förekommer på Pixizoos webbplats.

Det faktum att Pixizoo valt att införa en sökfunktionalitet på sin webbplats friar inte heller Pixizoo från ansvar för den otillbörliga marknadsföringen. Tvärtom måste Pixizoo, genom att upplåta utrymme för publicering av den aktuella marknadsföringen på sin webbplats, väsentligt anses ha bidragit till den otillbörliga marknadsföringen.

Pixizoo är således ansvarigt för de aktuella marknadsföringsåtgärderna.

#### *Skäl för jämkning saknas*

Det rör sig inte om en enstaka överträdelse och inte heller om en överträdelse utom Pixizoos kontroll. Enligt Pixizoo har bolaget infört en policy om att upphöra med användningen av prisjämförelser i sin kommunikation. Så har emellertid inte skett. I stället har Pixizoo fortsatt vidta vilseledande och otillbörliga marknadsföringsåtgärder. Pixizoos agerande är ytterligare ett skäl till att vitet inte bör jämkas.

#### **Pixizoo**

#### *Objektivt sett ingen överträdelse*

Jollyrooms påstående om att överträdelserna har ägt rum på Pixizoos Facebooksida är felaktigt. De återopade skärmdumparna är tagna från Pixizoos Facebookbutik. En Facebookbutik är någonting annat än en Facebooksida. En Facebookbutik är ett slags skyltfönster online där besökare kan utforska och bläddra bland ett företags produkter direkt på Facebook och där köp antingen görs direkt på Facebook eller efter länkning



till företagets webbplats, i Pixizooos fall det senare. Produkter kan visas på en Facebookbutik antingen genom att de läggs upp av företaget manuellt en för en eller genom mer automatiserade förfaranden. Pixizoo har tillämpat ett automatiserat förfarande där Facebookbutiken är baserad på och underhålls av en feed (kalkylark) som körs av Facebook automatiskt. Feeden innehåller produktinformation från Pixizooos CRM-system, bl.a. produktnummer, produktnamn, försäljningspris, leverantörens rekommenderade priser, lagerstatus och bilder.

När det gäller de påstådda överträdelsena har alltså produkterna *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* och *Britax Römer DUALFIX R<sup>2</sup> – Cosmos Black* visats i Pixizooos Facebookbutik genom en teknisk funktionalitet hos Facebook där uppgifterna automatiskt har hämtats och visats av Facebook. Då försäljningspris och leverantörens rekommenderade pris i feeden skilde sig åt har funktionen automatiskt beräknat skillnaden och visat det som REA.

Vad gäller påståendet om att den aktuella marknadsföringen också varit väl synlig på Pixizooos Facebooksida ska noteras att det man ser på de skärmdumpar som Jollyroom åberopat är ett fönster med länk från Facebookbutiken på den vanliga Facebooksidan. Den information som kan ses i det fönstret är alltså information från Facebookbutiken som visas enligt det automatiserade förfarande som beskrivs ovan.

Det är i och för sig riktigt att produkterna *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* och produkten *Britax Römer DUALFIX R<sup>2</sup> – Cosmos Black* har visats på [www.pixizoo.se](http://www.pixizoo.se). Detta har dock skett genom en teknisk funktionalitet hos Helloretail, som tillhandahåller en sökfunktionalitet som Pixizoo använder på sin hemsida och som möjliggör för kunder att söka efter ett visst innehåll eller en viss produkt på hemsidan. På motsvarande sätt som i Facebookbutiken hämtar Helloretails sökfunktionalitet uppgifterna automatiskt från en feed och visar resultatet. Då försäljningspris och leverantörens rekommenderade pris i feeden har skilt sig åt har funktionen automatiskt beräknat skillnaden och visat det som ett överstruket pris. Pixizoo har inte varit medvetet om detta förfarande och har åtgärdat förseelsen så snart det fått information

därom. Dessa uppgifter har inte visats någonstans i övrigt på hemsidan där Pixizoo själva kontrollerat innehållet, utan det har bara visats när man sökt efter produkten i Helloretails sökfunktionalitet.

De påstådda överträdelserna har alltså skett helt utan Pixizoo's vetskap, instruktion eller inblandning. En automatiserad teknisk funktionalitet hos tredje part som adressaten av vitesföreläggandet inte känner till kan inte tillräknas Pixizoo i detta fall. Pixizoo har varken praktiskt eller rättsligt kontrollerat förfarandet eller den tredje mannens verksamhet i det aktuella hänseendet. Pixizoo har tvärtom gjort vad som ålegat bolaget enligt vitesföreläggandet och vidtagit omfattande åtgärder för att inte visa några som helst överstrykningar eller förbjudna uttryck vid kommunikation om prisnedsättningar. Bland annat har Pixizoo rensat och tagit bort alla tidigare överstrykningar och prisjämförelser som förekommit i Pixizoo's olika marknadsförings- och försäljningskanaler. Pixizoo har också infört en policy om att inte använda prisjämförelser framöver i bolagets kommunikation.

*Påstådd överträdelse faller utanför vitesförbudet*

Vid talan om utdömande av vite måste prövningen bl.a. avgöra vilken innebörd vitesförbudet har och om den påstådda överträdelserna faller inom ramen för förbudets innebörd. Den aktuella marknadsföringen som Jollyroom påstår utgör en överträdelse av vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen faller utanför förbudets innebörd och omfattning. Marknadsföringen omfattar användningen av uttrycket "Rea" men vitesförbudet i punkten 1 omfattar enbart uttrycket "Allt på Rea", på sätt som skett enligt bilaga 1, eller andra liknande uttryck. Uttrycket "Allt på Rea" uppfattas språkligt som ett påstående om utförsäljning, dvs allt inom visst segment eller viss plats ska bort och är därför nedsatt i pris. Det var också ett sådant förfarande som låg till grund för vitesförbudet. Det framgår av bilaga 1 till förbudsdomen, särskilt ingressen under "Allt på Rea" på sida 1 i bilaga 1 där det står att "Här hittar du alla våra aktuella erbjudanden, kampanjer och produkter som är på utförsäljning just nu. Du kan alltid hitta kampanjvaror med riktigt bra priser hos oss. Passa på att fynda innan de tar slut!".

Det ska också särskilt noteras att Jollyroom i förbudsdomen yrkade att domstolen skulle förbjuda Pixizoo att använda uttrycket ”rea” eller andra liknande uttryck, men att domstolen inte gick på Jollyrooms yrkande utan justerade vitesförbudets formulering till uttrycket ”Allt på Rea”. Det kan således inte ha varit domstolens uppfattning att det var uttrycket ”rea” som skulle förbjudas.

Det enda Pixizoo har haft att rätta sig efter, och som är föremål för prövning i detta mål, är den formulering av vitesförbudet som domstolen beslutat om i förbudsdomen. Vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen kan inte utsträckas till att omfatta uttrycket ”Rea”. ”Rea” är något annat än utförsäljning eller ”Allt på Rea, på sätt som skett enligt bilaga 1”. Det är inte heller ett ”liknande uttryck”. Det skulle strida mot kraven på precision, tydlighet och rättssäkerhet att uträcka vitesförbudets omfattning på detta sätt.

#### *Jämkning av vitet*

Vitet bör under alla omständigheter jämkas. Det rör sig om någon enstaka lindrig överträdelse utom Pixizoo kontroll. De två förseelser som görs gällande i detta mål är resultatet av ett automatiserat tekniskt förfarande hos tredje part, där det ena fallet inte ens är en överträdelse av det meddelade vitesförbudet. Så snart Pixizoo genom Jollyroom fick vetskap om förseelserna vidtog Pixizoo åtgärder för att omedelbart rätta till förseelsen hos Facebookbutiken. En sådan begränsad förseelse måste anses som lindrig och motivera en jämkning av vitesbeloppets storlek.

#### **BEVISNING**

Jollyroom har som skriftlig bevisning åberopat skärmdumpar från Pixizoo Facebookbutik, Facebooksida och webbplats samt prishistorik från Pricerunner för produkterna *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* och *Britax Römer DUALFIX R<sup>2</sup> – Cosmos Black*. Pixizoo har inte åberopat någon bevisning i målet.

## **DOMSKÄL**

### **Utgångspunkter för prövningen**

Patent- och marknadsdomstolen prövar först om de i förbudsdomen meddelade vitesförbuden uppfyller de krav som ställs för att förbuden ska kunna läggas till grund för ett utdömande av vite. Därefter prövar domstolen om Pixizoo i objektiv mening har överträtt vitesförbuden.

Om domstolen kommer fram till att Pixizoo överträtt förbuden, prövar domstolen om överträdelsen varit ursäktlig. Kommer domstolen fram till att vitet ska dömas ut ska domstolen slutligen pröva om det finns skäl att jämka vitet.

### **Vitesförbudens giltighet**

En grundläggande förutsättning för att förelagt vite ska kunna dömas ut är att vitesförbudet är utformat på ett sådant sätt att det kan ligga till grund för vitets utdömande, varvid innebörden av föreskrifterna i förbudet måste fastställas.

Vitesförbudet ska konkretiseras så att det tydligt och preciserat framgår för adressaten vilka slags handlingar och vilka produktkategorier som förbudet avser (se bl.a. prop. 1970:57 s. 91 och NJA 2018 s. 883 p. 8 med däri angiven hänvisning). För att ett beslut som upprepar rekvisit i lagtext ska tillgodose kravet på tydlighet krävs att rekvisiten är så precisa att det inte kan råda något tvivel om vilka åtgärder som ska underlåtas eller vidtas i det enskilda fallet (se bl.a. Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 22 december 2020 i mål B 713-20 med däri angivna hänvisningar).

Patent- och marknadsdomstolen bedömer att de i förbudsdomen meddelade vitesförbuden uppfyller kravet på entydighet och konkretisering och att det varit möjligt för Pixizoo att följa förbuden. Det finns därför inte några hinder mot att lägga vitesförbuden till grund för vitets utdömande.

### **Pixizoo har överträtt förbuden**

Jollyroom har bevisbördan för att Pixizoo i objektiv mening har överträtt vitesförbuden (se NJA 2010 s. 48). Det saknar betydelse för bedömningen om Pixizoo avsiktligt har överträtt förbuden.

Av de skärmdumpar som Jollyroom har åberopat framgår att produkterna *Hauck Eagle 4S Barnvagn Svart/Grå* och *Britax Römer DUALFIX R<sup>2</sup> – Cosmos Black* marknadsförts under oktober och november 2021 genom annonser i såväl Pixizoos Facebookbutik som på bolagets Facebooksida och webbplats.

Pixizoo har bestritt ansvar för marknadsföringen med hänvisning till automatiserade förfaranden hos tredje part som Pixizoo menar varit utom bolagets kontroll.

Av utredningen i målet har inte framkommit annat än att Pixizoo medvetet valt att använda Facebook som försäljnings- och marknadsföringskanal respektive Helloretail som funktion på Pixizoos webbplats. Av den skriftliga bevisningen framgår också att Pixizoo hänvisar sina kunder till sin Facebooksida, bland annat genom direktlänkar från sin webbplats. Av Pixizoos egna uppgifter framgår vidare att den information som legat till grund för den aktuella marknadsföringen har hämtats från Pixizoos CRM-system genom ett automatiserat förfarande hos Facebook respektive Helloretail. Att detta skulle ha skett utan Pixizoos medgivande eller vetskap har inte ens påståtts. Mot denna bakgrund anser Patent- och marknadsdomstolen att publiceringen av annonserna på Facebook och Pixizoos webbplats varit inom Pixizoos kontroll på sådant sätt att Pixizoo ska hållas ansvarigt för dessa (jfr NJA 2015 s. 512 p. 15 och 16).

Pixizoo har även bestritt ansvar för den påstådda överträdelsen av vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen med hänvisning till att användningen av uttrycket ”Rea” inte omfattas av förbudets utformning.

Vid bedömningen av om den påstådda överträdelsen omfattas av det tidigare meddelade vitesförbudet ska utgångspunkten vara hur förbudet formulerats och de skäl

som anförts för detta i den tidigare domen. Med hänsyn till den enskilde bör det meddelade förbudet tolkas restriktivt.

Som framgår av förbudsdomen omfattar vitesförbudet i punkten 1 inte bara användning av uttrycket ”Allt på Rea” utan också ”andra liknande uttryck”. Det väsentliga är alltså vilken innebörd uttrycken förmedlar och då även genom ett helhetsintryck (jfr bl.a. Patent- och marknadsdomstolens dom den 2 mars 2017, mål B 6524-16 med däri angiven hänvisning). I detta fall blir utgångspunkten för bedömningen hur marknadsföringen uppfattas av en normalt informerad samt skäligen upplyst genomsnittskonsumert bland blivande föräldrar och föräldrar till småbarn (se förbudsdomen s. 14).

I skälen till förbudsdomen anges att en genomsnittskonsumert uppfattar uttrycket ”Allt på Rea” som ett påstående om realisation. Vidare upprepar förbudet i punkten 1 rekvisiten för realisation i 17 § marknadsföringslagen (2008:486). Det framgår därmed tydligt av förbudsdomen att ”Allt på Rea” i sammanhanget ska förstås som ett realisationspåstående. Vad gäller Pixizoos nu aktuella marknadsföring ger ”Rea” samma helhetsintryck som ”Allt på Rea”. Genomsnittskonsumerten uppfattar båda begreppen som realisationspåståenden med innebörden bl.a. att priserna är väsentligt lägre än normalt och att försäljningen sker under en begränsad tid. Patent- och marknadsdomstolen bedömer därför att Pixizoos användning av uttrycket ”Rea” i sin marknadsföring omfattas av vitesförbudet i punkten 1 i förbudsdomen.

Det framgår av den utredning som Jollyroom lagt fram att den i målet aktuella marknadsföringen även i övrigt haft en utformning som innebär att vitesförbuden har överträtts.

Patent- och marknadsdomstolen finner således att Pixizoo i objektiv mening har överträtt vitesförbuden i punkten 1 och punkten 2 i förbudsdomen både när det gäller marknadsföringen på Facebook och på Pixizoos webbplats.

### **Överträdelsen har inte varit ursäktlig och vitet ska inte jämkas**

Enligt 9 § första stycket andra meningen lagen (1985:206) om viten får vitet jämkas om det finns särskilda skäl till det. Jämkning kan aktualiseras om överträdelsen med hänsyn till speciella omständigheter kan betraktas som ursäktlig eller om ett utdömande av vitet skulle drabba vitesadressaten orimligt hårt (se prop. 1970:57 s. 92 och RH 1996:145). Adressatens avsikt eller oaktsamhet kan också få betydelse vid bedömningen. Jämkning får dock inte bli det normala i mål om utdömande av vite (se prop. 1984/85:96 s. 55 f.). Pixizoo har bevisbördan för att det föreligger sådana omständigheter som kan göra att överträdelsen ska ses som ursäktlig eller att vitet ska jämkas (se NJA 2010 s. 48).

Pixizoo har gjort gällande att vitet bör jämkas mot bakgrund av att det rör sig om någon enstaka lindrig överträdelse som är resultatet av ett automatiserat tekniskt förfarande hos tredje part och att bolaget vidtagit åtgärder så snart det fått vetskap om förseelsen.

Domstolen har redan konstaterat att Pixizoo är ansvarigt för den aktuella marknadsföringen. Domstolen ifrågasätter i och för sig inte att Pixizoo har vidtagit vissa åtgärder för att förhindra att marknadsföring som omfattas av vitesförbuden förekommer. Pixizoo kan därmed inte anses ha överträtt förbuden avsiktligen. Pixizoo har dock inte bara varit skyldigt att avlägsna marknadsföringen från sina marknadsföringskanaler utan också haft en relativt långtgående skyldighet att aktivt kontrollera att förbuden efterlevs (se RH 2006:42). Den påtalade marknadsföringen har legat på Facebook och Pixizoos webbplats under flera veckors tid. Det framgår också av den utredning som Jollyroom presenterat att marknadsföringen enkelt har kunnat upptäckas. Det Pixizoo anfört om att marknadsföringen på bolagets webbplats endast syntts genom sökfunktionen Helloretail innebär inte att det förelegat ett faktiskt hinder för Pixizoo att kontrollera att förbuden efterlevts. Pixizoo har därmed inte vidtagit tillräckliga åtgärder för att efterkomma vitesförbuden och får anses ha agerat oaktsamt.

Mot denna bakgrund finner Patent- och marknadsdomstolen att Pixizoo varken har visat att överträdelsen av vitesförbuden varit ursäktlig eller att det finns särskilda skäl för att vitet ska jämkas. Vitet ska således dömas ut i sin helhet.

### **Pixizoo ska ersätta Jollyrooms rättegångskostnad**

Mål om utdömmande av vite handläggs enligt reglerna i rättegångsbalken som mål om åtal för brott för vilket svårare straff än böter inte är föreskrivet, se 3 kap. 5 § lag (2016:188) om patent- och marknadsdomstolar. Utgångspunkten avseende rättegångskostnaderna är således en tillämpning av 31 kap. rättegångsbalken. I mål av det aktuella slaget där en enskild part anhängiggjort talan om utdömmande av vite är 18 kap. rättegångsbalken tillämpligt i delar, se 31 kap. 11 § första stycket rättegångsbalken.

Huvudregeln enligt 18 kap. 1 § rättegångsbalken är att den part som förlorar målet ska ersätta motparten dennes rättegångskostnad. I detta fall är Pixizoo förlorande part och ska ersätta Jollyrooms rättegångskostnad. Jollyroom har begärt ersättning för totalt 234 850 kr, vara 233 960 kr avser ombudsarvode.

Pixizoo har invänt mot Jollyrooms kostnadsyrkande med hänvisning till målets omfattning och beskaffenhet. Enligt Pixizoo måste dessutom Jollyroom haft fördelar av att driva flera liknande mål parallellt och av att Jollyroom varit föremål för motsvarande talan som nu drivs mot Pixizoo.

Enligt 18 kap. 8 § första stycket rättegångsbalken ska ersättning för rättegångskostnad fullt motsvara kostnaden för rättegångens förberedande och talans utförande jämte arvode till ombud eller biträde, såvitt kostnaden skäligen varit påkallad för tillvaratagande av partens rätt.



Målet inleddes i december 2021 och inga sammanträden har hållits. Det är omständigheter som talar för att kostnaderna för ombuden bör ha varit relativt begränsade. Samtidigt har målet föranlett en del skriftväxling. Sammantaget framstår den av Jollyroom yrkade ersättningen för ombudsarvode inte som orimligt hög. Kostnaderna får därmed anses skäligen påkallade för tillvaratagande av bolagets rätt. Pixizoo ska därför förpliktas att ersätta Jollyrooms rättegångskostnad i dess helhet.

**HUR MAN ÖVERKLAGAR**, se bilaga 1 (PMD-01)

Ett överklagande, ställt till Patent- och marknadsöverdomstolen, ska ha kommit in till Patent- och marknadsdomstolen senast den 3 juni 2022. Prövningstillstånd krävs.

Josefin Park



## Hur man överklagar

### Dom i brottmål, tingsrätt

TR-01

Vill du att domen ska ändras i någon del kan du överklaga. Här får du veta hur det går till.

#### Överklaga skriftligt inom 3 veckor

Ditt överklagande ska ha kommit in till domstolen inom 3 veckor från domens datum. Sista datum för överklagande finns på sista sidan i domen.

#### Överklaga efter att motparten överklagat

Om ena parten har överklagat i rätt tid, har den andra parten också rätt att överklaga även om tiden har gått ut. Det kallas att anslutningsöverklaga.

En part kan anslutningsöverklaga inom en extra vecka från det att överklagandetiden har gått ut. Ett anslutningsöverklagande måste alltså komma in inom 4 veckor från domens datum.

Ett anslutningsöverklagande upphör att gälla om det första överklagandet dras tillbaka eller av något annat skäl inte går vidare.

#### Så här gör du

1. Skriv tingsrättens namn och målnummer.
2. Förklara varför du tycker att domen ska ändras. Tala om vilken ändring du vill ha och varför du tycker att hovrätten ska ta upp ditt överklagande (läs mer om prövningstillstånd längre ner).
3. Tala om vilka bevis du vill hänvisa till. Förklara vad du vill visa med varje bevis.

Skicka med skriftliga bevis som inte redan finns i målet.

Vill du ha nya förhör med någon som redan förhörts eller en ny syn (till exempel besök på en plats), ska du berätta det och förklara varför.

Tala också om ifall du vill att målsäganden ska komma personligen vid en huvudförhandling.

4. Lämna namn och personnummer eller organisationsnummer.  
Lämna aktuella och fullständiga uppgifter om var domstolen kan nå dig: postadresser, e-postadresser och telefonnummer.  
Om du har ett ombud, lämna också ombudets kontaktuppgifter.
5. Skriv under överklagandet själv eller låt ditt ombud göra det.
6. Skicka eller lämna in överklagandet till tingsrätten. Du hittar adressen i domen.

#### Vad händer sedan?

Tingsrätten kontrollerar att överklagandet kommit in i rätt tid. Har det kommit in för sent avvisar domstolen överklagandet. Det innebär att domen gäller.

Om överklagandet kommit in i tid, skickar tingsrätten överklagandet och alla handlingar i målet vidare till hovrätten.

Har du tidigare fått brev genom förenklad delgivning, kan även hovrätten skicka brev på detta sätt.

## Prövningstillstånd i hovrätten

När överklagandet kommer in till hovrätten tar domstolen först ställning till om målet ska tas upp till prövning.

Om du *inte* får prövningstillstånd gäller den överklagade domen. Därför är det viktigt att i överklagandet ta med allt du vill föra fram.

## När krävs det prövningstillstånd?

### Brottmålsdelen

I brottmålsdelen behövs prövningstillstånd i två olika fall:

- Den åtalade har dömts enbart till böter.
- Den åtalade har frikänts från ett brott som inte har mer än 6 månaders fängelse i straffskalan.

### Skadeståndsdelen

Det krävs prövningstillstånd för att hovrätten ska pröva en begäran om skadestånd.

Undantag kan gälla när en dom överklagas i brottmålsdelen, och det är kopplat en begäran om skadestånd till brottet. Då krävs inte prövningstillstånd för skadeståndsdelen om

- det inte krävs prövningstillstånd i brottmålsdelen eller om
- hovrätten meddelar prövningstillstånd i brottmålsdelen.

## Beslut i övriga frågor

I de mål där det krävs prövningstillstånd i brottmålsdelen (se ovan), krävs det också prövningstillstånd för sådana beslut som bara får överklagas i samband med att domen överklagas. Beslut som kan överklagas särskilt kräver inte prövningstillstånd.

## När får man prövningstillstånd?

Hovrätten ger prövningstillstånd i fyra olika fall.

- Domstolen bedömer att det finns anledning att tvivla på att tingsrätten dömt rätt.
- Domstolen anser att det inte går att bedöma om tingsrätten har dömt rätt utan att ta upp målet.
- Domstolen behöver ta upp målet för att ge andra domstolar vägledning i rättstillämpningen.
- Domstolen bedömer att det finns synnerliga skäl att ta upp målet av någon annan anledning.

## Vill du veta mer?

Ta kontakt med tingsrätten om du har frågor. Adress och telefonnummer finns på första sidan i domen.

Mer information finns på [www.domstol.se](http://www.domstol.se).



## Hur man överklagar Patent- och marknadsöverdomstolens avgörande

---

Den som vill överklaga Patent- och marknadsöverdomstolens avgörande ska göra det genom att skriva till Högsta domstolen. Överklagandet ska dock skickas eller lämnas till Patent- och marknadsöverdomstolen.

### Senaste tid för att överklaga

Överklagandet ska ha kommit in till Patent- och marknadsöverdomstolen senast den dag som anges i slutet av Patent- och marknadsöverdomstolens avgörande.

Beslut om häktning, restriktioner enligt 24 kap. 5 a § rättegångsbalken eller reseförbud får överklagas utan tidsbegränsning.

Om överklagandet har kommit in i rätt tid, skickar Patent- och marknadsöverdomstolen överklagandet och alla handlingar i målet vidare till Högsta domstolen.

### Prövningstillstånd i Högsta domstolen

Det krävs prövningstillstånd för att Högsta domstolen ska pröva ett överklagande. Högsta domstolen får meddela prövningstillstånd endast om

1. det är av vikt för ledning av rättstillämpningen att överklagandet prövas av Högsta domstolen eller om
2. det finns synnerliga skäl till sådan prövning, så som att det finns grund för resning, att domvillan förekommit eller att målets utgång i hovrätten uppenbarligen

beror på grovt förbiseende eller grovt misstag.

### Överklagandets innehåll

Överklagandet ska innehålla uppgifter om

1. klagandens namn, adress och telefonnummer,
2. det avgörande som överklagas (domstolens namn och avdelning samt dag för avgörandet och målnummer),
3. den ändring i avgörandet som klaganden begär,
4. de skäl som klaganden vill ange för att avgörandet ska ändras,
5. de skäl som klaganden vill ange för att prövningstillstånd ska meddelas, samt
6. de bevis som klaganden åberopar och vad som ska bevisas med varje bevis.

### Förenklad delgivning

Om målet överklagas kan Högsta domstolen använda förenklad delgivning vid utskick av handlingar i målet, under förutsättning att mottagaren där eller i någon tidigare instans har fått information om sådan delgivning.

### Mer information

För information om rättegången i Högsta domstolen, se [www.hogstodomstolen.se](http://www.hogstodomstolen.se)