

## LEXNOVA NYHETER

## Vinimportör får nöja sig med sex månaders uppsägningstid

---

Publicerad  
18 NOV 2020

---

*Ett tidsbestämt återförsäljaravtal mellan en vinproducent och en svensk återförsäljare kunde sägas upp med sex månaders uppsägningstid vilket dock är dubbelt så lång tid som tingsrätten bestämde. Återförsäljaren begärde knappt 25 miljoner kronor men hovrätten dömer ut 3,7 miljoner kronor.*

Schenk Italia S.p.A. är sedan 1952 vinproducent av italienska viner och beläget i Ora i Norra Italien. Bolaget, som är familjeägt, ingår i Schenk Group. Apricot AB har importerat produkter av Schenk till den svenska marknaden och sålt dem vidare i eget namn, främst till Systembolaget. De av Schenks viner som Apricot har sålt till Systembolaget som är av särskilt intresse i målet är Amicone på flaska och bag-in-box samt Bacio della Luna på flaska.

Samarbetet mellan Schenk och Apricot har haft formen av en distributionsrelation som reglerats muntligen från i vart fall 2012. Apricot menar dock att detta samarbete inleddes redan 2005. Schenk har inte varit förpliktigt att leverera en viss kvantitet till Apricot. I stället har avtal om köp ingåtts löpande genom att Apricot lagt beställningar och Schenk har levererat i enlighet med beställningarna. Den 3 januari 2017 sade Schenk upp avtalet mellan dem till upphörande per den 1 februari 2017. Under uppsägningstiden lade Apricot två beställningar men Schenk levererade inte några fler varor till Apricot.

Före uppsägningen, i november och december 2016, hade Schenk levererat varor till Apricot. Fakturorna för leveranserna förföll till betalning efter att Apricot hade blivit uppsagd. Apricot ifrågasätter inte fakturorna, som fortfarande kvarstår som obetalda, men menar att Apricot den 27 januari 2017 hade en kvittningsgill motfordran som täckte Schenks fordran jämte, vid den tidpunkten, upplupen ränta. Apricot har också gjort gällande att Apricot har rätt till skadestånd av Schenk för utebliven vinst under en skälig uppsägningstid och upparbetad goodwill.

Apricot yrkade att Schenk skulle förpliktas att i första hand betala 24 462 971 kronor och i andra hand drygt 13, 2 miljoner kronor.

Schenk begärde 365 451 euro i ersättning för förfallna fakturor.

En av målets huvudfrågor är hur lång uppsägningstid som ska gälla för distributionsavtalet. Apricot anser att Schenk inte har iakttagit en skälig uppsägningstid när parternas distributionsavtal sagts upp. Skälig uppsägningstid är tolv månader. Under en uppsägningstid om tolv månader har Apricot rätt till skadestånd med 24 462 971 kronor, varav 8 847 733 kronor avser utebliven vinst och 15 615 238 kronor goodwillersättning. Om Apricot inte tillerkänns någon goodwillersättning är skälig uppsägningstid i stället arton månader. Under en sådan uppsägningstid har Apricot rätt till skadestånd med 13 271 599 kronor och 50 öre avseende utebliven vinst.

Följande omständigheter talar för att det ska vara en uppsägningstid som sträcker sig över minst tolv månader: Schenk och Apricot har haft en långvarig samarbetsrelation. Apricot har varit exklusiv återförsäljare för Schenks produkter i Sverige. Apricot har agerat på en monopolmarknad med en försäljningskanal i form av Systembolaget. Apricot har gjort betydande investeringar för att marknadsföra och sälja Schenks produkter i Sverige. Apricot har inte hatt en självständig ställning gentemot Schenk, utan varit att jämföras med en återförsäljare. Apricot har dessutom varit i underläge och i utsatt ställning i jämförelse med Schenk som är ett stort företag.

Stockholms tingsrätt konstaterade att parterna agerat på en monopolmarknad med i huvudsak Systembolaget som försäljningskanal. Det innebär att Apricot, så länge samarbetsrelationen varat, haft en ensamrätt för Schenks produkter i Sverige. Det är därför rimligt att Apricot får en viss tid att anpassa sin verksamhet när en ny distributör ska träda in i stället för Apricot i förhållandet till Systembolaget.

Även om Apricot även haft andra leverantörer än Schenk så har Schenks produkter utgjort en viktig del av Apricots verksamhet. Det omständigheten att det rör sig om en produkt i Systembolagets fasta sortiment som, utan nödvändiga marknadsföringsåtgärder, riskerar att falla i både ranking och därmed försäljning vilket kan medföra skada för producenten, talar dock för att uppsägningstiden inte bör sättas alltför lång. Mot denna bakgrund bör uppsägningstiden bestämmas till skäliga tre månader.

Apricot har rätt till ersättning för utebliven vinst under en uppsägningstid om tre månader. Frågan är hur stor den uteblivna vinsten ska vara. Enligt Apricot skulle den uteblivna vinsten vid en uppsägningstid om tre månader uppgå till 2211 933 kronor ( $8\,847\,733/12 \times 3$ ). Enligt Schenks beräkning uppgår den uteblivna vinsten vid en uppsägningstid om tre månader till 467 826 kronor ( $1871\,303/12 \times 3$ ). Tingsrätten fastnade för Schenks alternativ.

Yrkandet om ersättning för goodwill lämnade utan bifall.

Då enighet råder om att Schenk har en fordran, på Apricot uppgående till 365 451 euro och 60 cent behövde domstolarna inte pröva fordrans existens eller storlek.

Svea hovrätt konstaterar inledningsvis att ett tidsbestämt återförsäljaravtal kan sägas upp med iakttagande av en skälig uppsägningstid. Om avtalet sägs upp på en kortare tid kan ett skadeståndsansvar för utebliven vinst uppkomma. Hovrätten instämmer i tingsrättens bedömning att återförsäljaravtalet mellan parterna vid tidpunkten för uppsägningen inte, mot Schenks bestridande, kan anses ha gällt längre än fyra och ett halvt år.

Enligt hovrättens mening utgör avtalet mellan Apricot och Schenk ett sådant långvarigt avtalsförhållande, för vilket den av Högsta domstolen fastställda utgångspunkten gäller, det vill säga att skälig uppsägningstid är sex månader. Hovrätten hänvisar till NJA 2018 s. 19 och NJA 2009 s. 672. Syftet med denna utgångspunkt är att ge den typiskt sett svagare parten i avtalsförhållandet, återförsäljaren,

ett gott rättsskydd. Under en så lång tid som fyra och ett halvt år hinner återförsäljaren mer än väl anställa personal, hyra större lokaler och i övrigt inrätta verksamheten utifrån den försäljning som avtalet för med sig.

Utgångspunkten är således att skälig uppsägningstid av ett återförsäljaravtal av den varaktighet som avtalet mellan Apricot och Schenk hade är sex månader. Frågan är då om förhållandena i målet är så särpräglade att uppsägningstiden bör vara längre än sex månader (jämför 2018 års rättsfall p. 14). Apricot har bevisbördan för att så är fallet.

Apricot har gjort gällande att det har betydelse att avtalet gav Apricot en ensamrätt för försäljning av Schenks produkter i Sverige. Enligt hovrättens mening bör inte heller det tillmätas någon särskild betydelse i sammanhanget (jämför 2009 års rättsfall, s. 694). Det följer av Systembolagets regler att en återförsäljare har ensamrätt för enskilda produkter. Avtal om att återförsäljaren ges ensamrätt att sälja leverantörens produkter i ett visst geografiskt område torde inte vara ovanliga och påverkar knappast återförsäljarens skyddsbehov. Snarare är det leverantören som blir mer beroende av att återförsäljaren gör ett bra arbete.

Det förhållandet att Schenk är ett större företag än Apricot bör inte heller spela någon roll; att leverantören ofta är det större företaget är en av de omständigheter som ligger bakom att Högsta domstolen har fastställt utgångspunkten för uppsägningstiden till sex månader, som en skyddsregel för återförsäljare i allmänhet.

Av 2009 års rättsfall framgår att de gjorda rimliga investeringar som återförsäljaren har gjort i verksamheten med anledning av försäljningen av produkten kan påverka uppsägningstidens längd. Enligt hovrättens mening är kostnader för lansering och marknadsföring av en produkt, som Apricot hänvisar till, inte av sådant slag att de annat än i undantagsfall bör medföra en uppsägningstid överstigande sex månader, även om leverantören har haft nytta av insatserna både på kort och lång sikt. De insatser som har gjorts i detta fall har beslutats av Apricot, och bolaget får anses ha erhållit kompensation för kostnaderna genom den ökade försäljning som blivit resultatet.

Sammanfattningsvis finner hovrätten, vid en samlad bedömning av omständigheterna i målet, att Apricot inte har förmått visa att bolaget haft rätt till längre uppsägningstid än sex månader. Den situation som Apricot har befunnit sig i efter uppsägningen är inte tillräckligt särpräglad för att motivera ett undantag från den utgångspunkt som Högsta domstolen har slagit fast.

Den uteblivna vinsten för en uppsägningstid om sex månader uppgår därmed till skäligen uppskattade 3 742 500 kr (4 610 652 + 381 839 - 1 250 000, det vill säga uppskattad kostnad för marknadsföring). Här har domstolen bedömts täckningsbidragen för de båda varumärkena minus marknadsföringskostnader.

När det gäller rättegångskostnaderna ska Apricot betala motpartens rättegångskostnader i tingsrätten med 730 000 kronor, hälften av vad tingsrätten bestämde. I hovrätten slutar Apricots kostnader på 548 000 kronor.

**Mikael Kindbom**

---

Instans: Hovrätterna

Rättsområden: [Skadeståndsrätt](#), [Avtalsrätt](#)

## LEXNOVA NYHETER

### **Juridisk nyhetsbevakning och rättsdatabas**

Blendow Lexnova är Sveriges mest omfattande juridiska nyhetstjänst. Vår bevakning innefattar rättsfall, lagstiftning och förarbeten inom samtliga rättsområden. Genom skräddarsydda bevakningsprofiler säkerställer du kontinuerlig uppdatering av rätt information och slipper nyhetsflöden som inte berör dig.

Läs mer på [lexnova.se/nyheter](https://lexnova.se/nyheter)