



SVEA HOVRÄTT
Avdelning 08
Rotel 0804

DOM
2020-11-18
Stockholm

Mål nr
T 2107-19

Sid 1 (14)

ÖVERKLAGAT AVGÖRANDE

Stockholms tingsrätts dom 2019-01-31 i mål T 5679-17, se bilaga A

PARTER

Klagande och motpart

Apricot AB, 556662-7781
Bostadshuset, Frihamnen
115 56 Stockholm

Ombud: Advokat Oscar Tiberg och jur. kand. Kiljan Ardal
Chouette Advokatbyrå
Box 3625
103 59 Stockholm

Klagande och motpart

Schenk Italia S.p.A., 001224002111
Via Stazione, 43
39040 Ora (BZ)
Italien

Ombud: Advokaterna Mattias Erdös och Linda Landén
Frank Advokatbyrå AB
Box 7099
103 87 Stockholm

SAKEN

Fordran m.m.

HOVRÄTTENS DOMSLUT

1. Hovrätten ändrar tingsrättens dom på följande sätt.

- a) Med ändring av punkten 2 i domslutet förpliktar hovrätten Schenk Italia S.p.A. att till Apricot AB betala 3 742 500 kr jämte ränta på det sätt som tingsrätten har bestämt.

Dok.Id 1556276

Postadress	Besöksadress	Telefon	Telefax	Expeditionstid
Box 2290	Birger Jarls Torg 16	08-561 670 00		måndag – fredag
103 17 Stockholm		08-561 670 90		09:00–16:30
		E-post: svea.avd8@dom.se		
		www.svea.se		

- b) Med ändring av punkten 3 i domslutet förpliktar hovrätten Apricot AB att ersätta Schenk Italia S.p.A. för rättegångskostnad i tingsrätten med 730 000 kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för tingsrättens dom tills betalning sker. Av beloppet avser 715 000 kr ombudsarvode.

2. Apricot AB ska ersätta Schenk Italia S.p.A. för dess rättegångskostnad i hovrätten med 548 000 kr jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för denna dom tills betalning sker.

YRKANDEN I HOVRÄTTEN

Apricot AB (Apricot) har i första hand yrkat att hovrätten ska ändra tingsrättens dom på så sätt att Schenk Italia S.p.A. (Schenk) ska förpliktas att till Apricot betala 21 008 159,50 kr alternativt 9 816 788 kr eller det belopp som bedöms skäligt jämte ränta enligt 6 § räntelagen från den 21 augusti 2017. Apricot har i andra hand – för det fall att kvittning inte anses ha skett – yrkat att Schenk ska förpliktas att till Apricot betala 24 462 971 kr alternativt 13 271 599,50 kr eller det belopp som bedöms skäligt jämte ränta enligt 6 § räntelagen från den 21 augusti 2017.

Apricot har vidare yrkat att hovrätten, med ändring av tingsrättens dom, ska befria Apricot från skyldigheten att betala Schenks rättegångskostnader vid tingsrätten och tillerkänna Apricot ersättning för sina rättegångskostnader vid tingsrätten.

Schenk har, anslutningsvis, yrkat att hovrätten ska ogilla Apricots talan.

Parterna har motsatt sig varandras ändringsyrkanden och yrkat ersättning för rättegångskostnader i hovrätten.

PARTERNAS TALAN

Parterna har åberopat samma omständigheter och utvecklat sin talan på i huvudsak samma sätt som i tingsrätten. De har i hovrätten förtydligat sin respektive talan i förhållande till vad som antecknats i tingsrättens dom enligt följande.

Apricot

Apricots skada med anledning av att Schenk inte tillerkände Apricot skälig uppsägningstid, och därmed bröt mot återförsäljaravtalet, består helt och hållet av bolagets uteblivna försäljning minskad med de kostnader som bolaget undgick. Den goodwillersättning som Apricot begär utgör inte skadestånd. Ersättningen ska utgå oavsett om uppsägningen innebär ett avtalsbrott eller inte. Skälet till detta är att marknaden för vin i Sverige är reglerad och att enbart Schenk efter uppsägningen har haft nytta av Apricots arbete med Schenks produkter. Detta har inneburit att det funnits ett särskilt skyddsbehov avseende Apricot som ger rätt till denna ersättning.

Schenk

Skälig uppsägningstid i målet är maximalt två månader. I praktiken har Apricot erhållit en uppsägningstid som är längre än så; med avseende på Amicone över två månader och med avseende på Bacio della Luna knappt fyra månader. Under den tiden har Apricot inte lidit förlust eller skada. Apricots faktiska försäljning måste beaktas vid beräkningen av skadan.

UTREDNINGEN

Parterna har åberopat samma utredning som i tingsrätten.

HOVRÄTTENS DOMSKÄL

Schenks fordran på Apricot (huvudkäromålet)

Inte heller i hovrätten råder det tvist om den fordran jämte ränta som är hänförlig till de fakturor som Schenk har skickat till Apricot angående leverans av vin.

Däremot kvarstår frågan om Apricot den 27 januari 2017 har haft rätt att kvittningsvis åberopa en påstådd motfordran. Hovrätten gör i den frågan inte någon annan

bedömning än tingsrätten. Någon kvittning ska alltså inte anses ha skett mellan parterna.

Apricots fordran på Schenk (genkärålet)

Goodwillersättning

Apricot har gjort gällande att frågan om huruvida bolaget har rätt till goodwillersättning från Schenk bör prövas innan hovrätten prövar frågan om uppsägningstidens längd. Om Apricot inte får någon ersättning för goodwill motiverar det nämligen, enligt Apricot, en längre uppsägningstid.

Apricot har således anfört att bolaget har rätt till goodwillersättning med skäligen knappt sexton miljoner kr, beräknat utifrån Apricots kostnader för marknadsföring av Schenks produkter mellan 2012–2016 och egen personals arbete. Enligt Apricot har bolaget upparbetat en stor marknad för Schenks produkter i Sverige och på ett bestående sätt ökat Schenks försäljning.

Det saknas ett avtalsvillkor om att Apricot skulle få ett avgångsvederlag, såsom goodwillersättning, vid återförsäljaravtalets upphörande. Det finns inte heller någon lagreglering om vad som ska gälla i detta avseende när ett återförsäljaravtal sägs upp (jämför 28 § lagen, 1991:351, om handelsagentur).

Enligt rättspraxis finns det inte någon generell möjlighet för återförsäljare att erhålla avgångsvederlag. En analog tillämpning av handelsagenturlagen eller liknande lagstiftning bör kunna komma i fråga endast när skyddsbehovet för återförsäljaren framstår som särskilt starkt, exempelvis när återförsäljaren har haft en osjälvständig ställning (se rättsfallet NJA 2018 s. 19, p. 19).

Frågan är då om Apricot har visat att det finns ett särskilt starkt skyddsbehov. Bolaget har, som andra återförsäljare, handlat i eget namn och för egen räkning. Enligt hovrättens mening framgår det av utredningen att Apricot inte har varit integrerat i Schenks försäljningsorganisation, utan tvärtom framstår som självständigt i

förhållande till Schenk. Apricot är således den av parterna som har haft expertkunskap om hur den svenska vinmarknaden fungerar. Apricot har också, om än i samråd med Schenk, bestämt priser, leveransvolymmer och marknadsföringsinsatser, samt enligt egen uppgift varit drivande vid utformningen och lanseringen av den största produkten, Amicone. Att Apricot av affärsmässiga skäl har satsat betydande belopp på marknadsföring av Schenks produkter och att vinmarknaden är reglerad gör inte heller att Apricots skyddsbehov framstår som särskilt starkt.

Hovrätten håller mot denna bakgrund med tingsrätten om att Apricot inte har ett sådant särskilt starkt skyddsbehov som ger anledning att tillerkänna bolaget en rätt till goodwillersättning. Någon goodwillersättning ska alltså inte utgå.

Vid denna bedömning saknar hovrätten skäl att i detta sammanhang pröva om Apricot har visat att bolaget har upparbetat en goodwill som Schenk kan tillgodogöra sig efter uppsägningstidens slut. Huruvida avsaknaden av rätt till goodwillersättning får betydelse för vad som ska anses vara skälig uppsägningstid behandlas nedan.

Skadestånd för utebliven vinst

Utgångspunkter

Ett tidsobestämt 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.

Högsta domstolen har i rättsfallet NJA 2018 s. 19 behandlat frågan om skälig uppsägningstid för ett långvarigt återförsäljaravtal. Målet rörde ett exklusivt återförsäljaravtal avseende traktorer och maskiner. Avtalsförhållandet hade varat under ett par decennier. I målet hänvisade Högsta domstolen till ett tidigare avgörande i frågan, NJA 2009 s. 672, och anförde, mot bakgrund av att någon lagreglering av återförsäljaravtal inte finns, att den utfyllande rätten får konstrueras med stöd av jämförbara avtalsförhållanden och praxis, samt att hänsyn bör tas till att återförsäljaravtal ofta är internationella. I 2009 års rättsfall hade Högsta domstolen uttalat att

vardera parten vid en uppsägning kan ha behov av en anpassningstid och att en återförsäljare kan behöva viss uppsägningstid även för att få en rimlig avkastning på investeringar i lokaler, personal eller marknadsföring, åtminstone om återförsäljaren skulle sakna rätt till ersättning från leverantören för sådana kostnader. När det gällde uppsägningstidens längd anförde Högsta domstolen att någon fixerad minimitid, knuten till avtalstidens längd, inte borde gälla utan att skälighetsbedömningen borde vara friare.

I 2018 års rättsfall slog Högsta domstolen fast att det finns goda skäl för att utgångspunkten vid långvariga återförsäljaravtal utan villkor om uppsägningstid borde vara att återförsäljaren vid en uppsägning från leverantören har rätt till en uppsägningstid om sex månader. Omständigheterna kan i vissa situationer dock vara sådana att återförsäljaren inte har behov av en sådan uppsägningstid. Så kan vara fallet om handelsbruk på området utvisar en annan praxis eller om återförsäljarens skyddsbehov är begränsat. Enligt Högsta domstolen kunde det emellertid inte uteslutas att en återförsäljare i särpräglade fall kunde behöva en uppsägningstid som skäligen borde vara längre än sex månader.

Enligt Högsta domstolen är således utgångspunkten vid långvariga avtalsförhållanden en uppsägningstid på sex månader, men vad som är skälig uppsägningstid i det enskilda fallet får avgöras efter en samlad bedömning av alla relevanta omständigheter.

Vad har varit en skälig uppsägningstid?

Enligt Apricot motsvarar en skälig uppsägningstid åtminstone ett år, medan Schenk menar att skälig uppsägningstid i vart fall inte överstiger två månader.

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 ändå ett sådant långvarigt avtalsförhållande för vilket den av Högsta domstolen fastställda

utgångspunkten gäller, dvs. att skälig uppsägningstid är sex månader. 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.

Schenk har gjort gällande att skälig uppsägningstid är kortare i detta fall. Ett av Schenks argument är att samarbetet mellan parterna har varit begränsat i tid. I och med att hovrätten bedömer att återförsäljaravtalet har varit långvarigt kan den omständigheten att avtalet har gällt under betydligt kortare tid än det avtal som var föremål för Högsta domstolens bedömning i 2018 års rättsfall emellertid inte medföra att skälig uppsägningstid skulle vara kortare än sex månader.

Tingsrätten har också fäst vikt vid att det rör sig om produkter i Systembolagets fasta sortiment som, utan nödvändiga marknadsföringsåtgärder, under uppsägningstiden riskerar att falla i ranking och försäljning vilket kan medföra skada för Schenk.

Hovrätten kan inte hålla med om att det argumentet medför att uppsägningstiden bör vara kortare än sex månader. En återförsäljare har typiskt sett ett incitament att fortsätta med marknadsföringsåtgärder, eftersom en minskad försäljning under uppsägningstiden medför en lägre handelsvinst. Det står också leverantören eller den nya återförsäljaren fritt att marknadsföra produkten redan före uppsägningstidens utgång. I målet är det inte heller fråga om sådana sällanköpsprodukter som kan kräva marknadsbearbetning som ger resultat först på lång sikt.

Högsta domstolen får vidare antas ha tagit hänsyn till risken för en minskad försäljning under uppsägningstiden när den har slagit fast att sex månader utgör en utgångspunkt vid långvariga återförsäljaravtal där parterna inte bestämt uppsägningstidens längd i avtalet. Att marknaden för vin är reglerad utgör i detta sammanhang knappast någon

skillnad i förhållande till ensamförsäljaravtal på andra marknader och bör inte föranleda inte någon annan bedömning.

Schenk har inte heller i övrigt åberopat några omständigheter som talar för att skäligen uppsägningstid bör vara kortare än 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.

Som hovrätten har varit inne på bör avtalstidens längd inte påverka uppsägningstidens längd i någon nämnvärd utsträckning, om väl avtalet är att anse som långvarigt. Högsta domstolen har för sådana fall slagit fast att utgångspunkten för vad som ska anses som skäligen uppsägningstid är sex månader, och det bör enligt hovrättens bedömning spela mindre roll med hur lång tid gränsen för vad som är ett långvarigt avtal har över-skridits.

Apricot har också 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. Hovrätten har redan berört att Apricot dessutom i praktiken har intagit en självständig ställning i förhållande till Schenk.

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. Apricot har härvid åberopat att bolagets kostnader för bl.a. marknadsföring under 2012–2016 uppgick till omkring 16 miljoner kr, medan Schenk inte stod för några kostnader. Beloppet kan ställas i relation till att Apricot under tidsperioden som mest omsatte 105 miljoner kr (2014) och att bolagets vinst efter skatt under tidsperioden var 6,7–9,7 miljoner kr per år.

De kostnader som Apricot har lagt ned på Schenks produkter framstår som rimliga och bör ha bidragit till ökad försäljning, vilket båda bolagen har tjänat på. Apricot får också antas ha vunnit affärsmässigt värdefull erfarenhet av hur man lyckas med lanseringen och försäljningen av nya viner på den svenska marknaden.

Enligt hovrättens mening är kostnader för lansering och marknadsföring av en produkt 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. Av viss betydelse är vidare att det av bl.a. Patrik Stares uppgifter framgår att vin allmänt sett är en produkt som kräver kontinuerlig marknadsföring för att hålla försäljningen genom Systembolaget uppe. Mot denna bakgrund anser hovrätten att de kostnader som bolaget har haft för marknadsföring m.m. inte ska påverka uppsägningstidens längd.

Den omständigheten att Apricot inte är berättigat till goodwillersättning föranleder enligt hovrättens mening inte någon annan bedömning. Även om Apricot har lyckats väl med lanseringen och marknadsföringen av Schenks viner, och därmed skapat ett värde för Schenk, bör det krävas något mer påtagligt för att motivera en längre uppsägningstid än sex månader. Den återhållsamhet i fråga om goodwillersättning som kommer till uttryck i 2018 års rättsfall skulle urholkas, om återförsäljaren enbart med anledning av att han eller hon haft kostnader för att upparbeta en marknad som efter uppsägningstidens slut ställs till leverantörens förfogande skulle erhålla en längre uppsägningstid än annars. I det nämnda rättsfallet hade återförsäljaren gjort omfattande

investeringar i nya lokaler i syfte att öka försäljningen av leverantörens produkter, men uppsägningstiden bestämdes icke desto mindre till sex månader.

Schenks produkter stod för en avsevärd del av Apricots försäljning. Det råder hård konkurrens om att få sälja vin till Systembolaget och det kan ta lång tid att genom försäljning i beställningssortimentet kvalificera sig till det ordinarie sortimentet. Av bl.a. Jean Niklas Palm-Jensens uppgifter framgår att Apricot har lagt betydande tid och resurser på att få in vinerna i det ordinarie sortimentet. Att det av olika skäl varit förhållandevis svårt att kvalificera Schenks viner till det ordinarie sortimentet och att försäljningen enbart skett genom Systembolaget talar i viss mån för att Apricot behövt mer tid för att hitta alternativa viner, jämfört med vad många andra återförsäljare, i vart fall av konsumentprodukter, får antas behöva vid uppsägning av ett distributionsavtal som gäller produkter som handlas på en oreglerad marknad.

Av Patrik Stares uppgifter framgår i och för sig att det i vissa fall kan gå förhållandevis snabbt att få in ett vin i det ordinarie sortimentet. Enligt hovrättens mening bör det dock vid bedömningen framför allt fästas vikt vid att det under hela avtalstiden har stått Apricot fritt att sälja, eller försöka lansera, viner från andra leverantörer än Schenk. Även om Schenks produkter har stått för en betydande del av Apricots omsättning, har Apricot under den aktuella tidsperioden också samarbetat med ett dussintal andra leverantörer. Det förhållandet att det kan ta lång tid att hitta viner från andra leverantörer som ger samma avkastning som försäljningen av Schenks viner bör enligt hovrättens mening därför inte föranleda att skälig uppsägningstid ska vara längre än sex månader.

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.

Mot denna bakgrund ska uppsägningstiden bestämmas till skäliga sex månader.

Apricots yrkande om skadestånd i den del det har sin grund i att skälig uppsägningstid är längre än sex månader ska därför ogillas.

Skadeståndets storlek

Eftersom Schenk inte har iakttagit en uppsägningstid om sex månader har bolaget ådragit sig skadeståndsskyldighet gentemot Apricot. Apricot har således rätt till ersättning för utebliven vinst under uppsägningstiden. Frågan är hur stor den uteblivna vinsten är. Viss hänsyn behöver tas till att det kan vara förenat med svårigheter för en skadelidande återförsäljare att visa vilken försäljning som skulle ha uppnåtts under en i och för sig skälig uppsägningstid på oförändrade villkor (se 2018 års rättsfall p. 27).

Enligt Apricot skulle den uteblivna vinsten vid en uppsägningstid om sex månader uppgå till 4 423 867 kr (8 847 733 $\cdot$ 2). Enligt Schenks beräkning uppgår den uteblivna vinsten till 935 652 kr (1 871 303 $\cdot$ 2). Schenk anser att avdrag därefter ska göras för kvarvarande lager/faktisk försäljning med 1 149 085 kr vilket vid en uppsägningstid om sex månader skulle innebära att Apricot inte lidit någon skada alls.

En central skyldighet för Schenk gentemot Apricot under uppsägningstiden var att i mån av tillgång fortsätta leverera samma kvantiteter vin som om återförsäljaravtalet löpt på som förut, dock inte i sådan omfattning att det skulle bli fråga om en lageruppbyggnad utöver vad som var ändamålsenligt med tanke på Apricots förpliktelser mot Systembolaget. Den omständigheten att Schenk sista leverans skedde redan den 19 december 2016 bör enligt hovrättens mening innebära att Apricots uteblivna vinst bör beräknas med avseende på hela uppsägningstiden. Som tingsrätten funnit bör den omständigheten att Apricot under uppsägningstiden i viss utsträckning sålde tidigare levererat vin inte föranleda någon annan bedömning.

Apricots beräkning bygger på att skadan ska bestämmas i enlighet med den allmänt godtagna modell som går ut på att den skadelidandes uteblivna försäljning ska minskas med de kostnader som han eller hon har undgått på grund av avtalsbrottet. Som Apricot har påtalat bör det inte göras något avdrag för Apricots fasta kostnader under

uppsägningstiden, eftersom de uteblivna leveranserna inte har inneburit någon besparing i det avseendet. Hovrättens bedömning skiljer sig på den punkten från tingsrättens bedömning.

Hovrätten finner att Schenk inte har fört fram något som ger anledning för hovrätten att inte godta det underlag för beräkningen som Apricot har redovisat beträffande Amicone, och som stöds av de uppgifter som bolagets redovisningskonsult Zanna Aronsson har lämnat. Beräkningen tar sin utgångspunkt i den faktiska försäljningen av Amicone under helåret 2017. Från dessa intäkter har Apricot dragit av kostnader för inköp och logistik och uppskattade kostnader för marknadsföring.

När det gäller Bacio della Luna instämmer dock hovrätten i tingsrättens bedömning att Apricot inte har bevisat att bolaget, om bolaget hade erhållit en längre uppsägningstid, hade sålt så mycket av det vinet som bolaget har uppskattat. I stället bör även den beräkningen utgå från faktisk försäljning, vilken får anses ge den mest rättvisande bilden.

Som tidigare har berörts håller hovrätten också med tingsrätten om det rimliga i att inte göra något avdrag på skadeståndet för Apricots kvarvarande lager, eftersom ett sådant av ungefär aktuell storlek torde behöva finnas kvar oavsett uppsägningstid.

Täckningsbidraget som belöper på Amicone bör vid en uppsägningstid om sex månader mot denna bakgrund beräknas till skäliga 4 610 652 kr (5 357 651 + 3 863 653 $\cdot$ 2, se tingsrättens aktbilaga 171). Täckningsbidraget som belöper på Bacio della Luna bör beräknas till skäliga 381 839 kr (35 904 sålda liter under 2017 ger, efter avdrag för kostnader för inköp och logistik, ett överskott om 763 678 kr $\cdot$ 2, se tingsrättens aktbilagor 114 och 171). 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, dvs. uppskattad kostnad för marknadsföring).

Sammanfattningsvis har Apricot orsakats en ekonomisk skada till följd av de uteblivna leveranserna under uppsägningstiden och skadan uppgår till 3 742 500 kr. Schenk ska betala detta belopp till Apricot jämte ränta.

Hovrättens bedömning i denna del innebär att Schenks anslutningsöverklagande ska ogillas.

Sammanfattning av utgången i sak

Hovrättens bedömning innebär att tingsrättens dom såvitt avser huvudkäromålet inte ändras. När det gäller genkåromålet ska tingsrättens dom ändras på det sättet att Schenk ska förpliktas att betala 3 742 500 kr i skadestånd till Apricot. Som tingsrätten har anfört är det inte möjligt att i domslutet avräkna de belopp som parterna ska utge till varandra.

Rättegångskostnad

Målet har fått den utgången att Schenks talan såvitt avser huvudkåromålet helt har vunnit bifall, medan Apricot beloppsmässigt endast har vunnit bifall till sitt yrkande om skadestånd och goodwillersättning med ungefär en sjättedel av det belopp som har yrkats i genkåromålet.

Huvudregeln i dispositiva tvistemål är att den förlorande parten ska ersätta motparten dennes rättegångskostnad. Är det i samma mål flera yrkanden och vinner parterna ömsom ska vardera parten bära sin kostnad eller också ska en av dem tillerkännas jämkad ersättning. För det fall kostnaderna för de olika delarna av målet har kunnat särskiljas ska ersättningsskyldigheten bestämmas utifrån detta. Är det som parten har förlorat av endast ringa betydelse kan han eller hon dock erhålla full ersättning för sin kostnad. Det sagda ska tillämpas även om partens yrkande endast bifalls till en del (18 kap. 1 och 4 §§ rättegångsbalken).

Enligt hovrättens mening står det klart att huvudkåromålet, där Apricot i och för sig har åberopat kvittningsrätt men samtidigt vitsordat betalningsskyldighet, har dragit i sammanhanget små rättegångskostnader. Kostnaderna i målet är i stället mestadels hänförliga till genkåromålet, där tyngdpunkten framför allt har legat på frågor om parternas avtalsförhållande, vad som utgör skälig uppsägningstid och storleken på

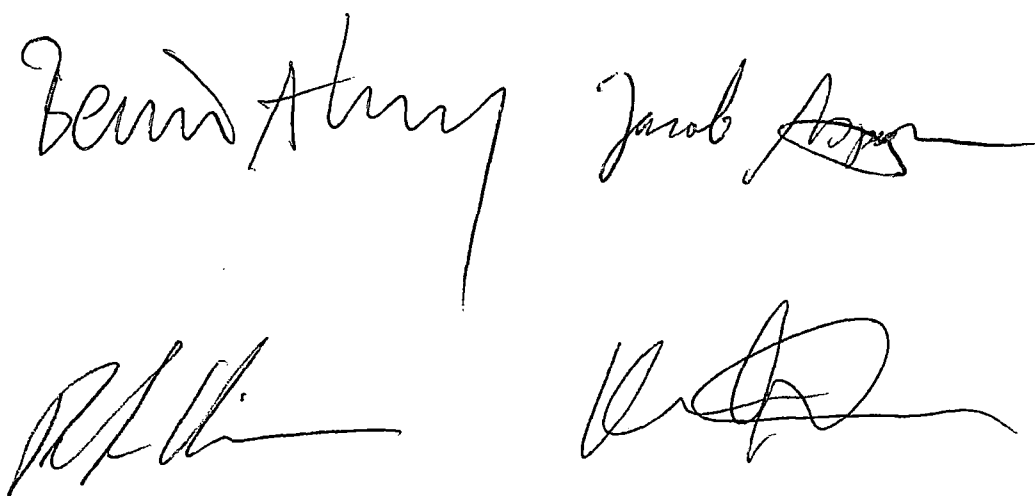
utebliven vinst. Beloppsmässigt hänför sig merparten av Apricots yrkande till yrkandet om goodwillersättning, som Apricot visserligen inte haft framgång med, men för vilken argumentationen och bevisningen i stora delar är gemensam med frågan om skadeståndsskyldighet. Fördelningen av rättegångskostnaderna bör enligt hovrättens mening grundas på en uppskattning som främst tar sikte på skadeståndsdelen, där skälig uppsägningstid har befunnits ligga mittemellan vad respektive part har gjort gällande.

Mot denna bakgrund bör Apricot, med tillämpning av 18 kap. 4 § rättegångsbalken, ersätta Schenk för hälften av Schenks rättegångskostnad. Tingsrättens dom ska därför ändras när det gäller rättegångskostnaden där.

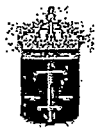
Apricot har överlämnat frågan om skäligheten av Schenks rättegångskostnad i tingsrätten och hovrätten till hovrättens bedömning. Hovrätten anser att yrkad rättegångskostnad är skälig.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga B

Överklagande senast den 16 december 2020



I avgörandet har deltagit f.d. hovrättsrådet Bertil Ahnborg, hovrättsrådet Jacob Aspegren, referent, samt tf. hovrättsassessorerna Peter Olivecrona och Kevin McCabe.



STOCKHOLMS TINGSRÄTT

DOM
2019-01-31
Meddelad i
Stockholm

Mål nr
T 5679-17

Sid 1 (26)

ak 182

PARTER

Bilaga A

Kärande och gensvarande

Schenk Italia S.p.A., 001224002111
Via Stazione, 43
39040 ORA (BZ)
Italien

Ombud: Advokaterna Mattias Erdös och Linda Laudén
Frank Advokatbyrå AB
Box 7099
103 87 Stockholm

Svarande och genkärande

Apricot AB, 556662-7781
Bostadshuset, Frihamnen
115 56 Stockholm

Ombud: Advokat Oscar Tiberg och biträdande jurist Kiljan Ardal
Chouette Advokatbyrå AB
Box 3625
103 59 Stockholm

SAKEN

Fordran

DOMSLUT

1. Apricot AB ska betala ett kapitalbelopp om 365 451 euro och 60 cent till Schenk Italia S.p.A. På beloppet utgår ränta enligt 3 och 6 §§ räntelagen enligt följande beräkning, till dess betalning sker.

- 51 075 euro från den 20 januari 2017,
- 56 475 euro från den 21 januari 2017,
- 50 274 euro från den 5 februari 2017,
- 49 803 euro och 60 cent från den 7 februari 2017,
- 57 276 euro från den 10 februari 2017,

Dok.Id 1805761

Postadress	Besöksadress	Telefon	Telefax	Expeditionstid
Box 8307 104 20 Stockholm	Scheelegatan 7	08-561 652 10 E-post: stockholms.tingsratt.avdelning2@dom.se www.stockholmstingsratt.se	08-561 650 02	måndag – fredag 08:00–16:00

- 50 274 euro från den 14 februari 2017, och
 - 50 274 euro från den 17 februari 2017.
2. Schenk Italia S.p.A. ska betala ett kapitalbelopp om 467 826 kronor till Apricot AB. På beloppet utgår ränta enligt 6 § räntelagen från den 21 augusti 2017 till dess betalning sker.
3. Apricot ska utge ersättning för Schenks rättegångskostnader med 1 463 546 kronor, varav 1 431 574 kronor avser ombudsarvode. På det sammanlagda beloppet ska ränta utgå enligt 6 § räntelagen från dagen för denna dag till dess betalning sker.
-

INLEDNING

Schenk Italia S.p.A. (Schenk) är sedan 1952 vinproducent av italienska viner och beläget i Ora i Norra Italien. Bolaget, som är familjeägt, ingår i Schenk Group. Apricot AB (Apricot) 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 förpliktigat 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 kvittningsskuld 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.

Vid prövningen av distributionsavtalet ska svensk rätt tillämpas. Enligt Apricot gäller detta även för de köpeavtal som gjorts inom ramen för distributionsavtalet medan Schenk menar att italiensk rätt i stället ska tillämpas på de separata köpeavtalen eftersom Schenk har sin verksamhet i Italien.

YRKANDEN OCH INSTÄLLNING**Schenks fordran på Apricot (huvudkäromålet)**

Schenk har yrkat att Apricot ska förpliktas att betala 365 451 euro och 60 cent, jämte ränta enligt 3 och 6 §§ räntelagen enligt följande beräkning, till dess betalning sker

- 51 075 euro från den 20 januari 2017,
- 56 475 euro från den 21 januari 2017,
- 50 274 euro från den 5 februari 2017,
- 49 803 euro och 60 cent från den 7 februari 2017,
- 57 276 euro från den 10 februari 2017,
- 50 274 euro från den 14 februari 2017, och
- 50 274 euro från den 17 februari 2017.

Apricot har bestritt Schenks yrkanden och gjort gällande att fordran har betalats genom kvittning den 27 januari 2017. Om kvittning inte anses ha skett har Apricot vitsordat betalningsskyldighet för kravet som då ska gå i avräkning mot det belopp som döms ut till Apricot (se nedan). Dröjsmålsräntan ska löpa på fakturorna från respektive förfallodag tills dagen för delgivning av Apricots ansökan om genstämning, dvs. den 21 augusti 2017.

Apricots fordran på Schenk (genkäromålet)

Apricot har yrkat att Schenk ska förpliktas att i första hand betala 24 462 971 kr och i andra hand 13 271 590 kr och 50 öre eller det belopp som bedöms skäligt, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från den 21 augusti 2017 till dess betalning sker.

Schenk har bestritt Apricots yrkanden. Varken något belopp eller sättet att beräkna ränta i genkäromålet har vitsordats som skäligt i och för sig.

Övrigt

Schenk och Apricot har båda yrkat ersättning för sin rättegångskostnad.

Det råder enighet mellan Schenk och Apricot om att Sveriges riksbanks genomsnittliga valutakurs mellan svenska kronor och euro i november 2018 (1 euro = 10,296 kronor) ska tillämpas om en avräkning ska göras mellan beloppen.

GRUNDER**Schenks fordran på Apricot (huvudkäromålet)***Schenk*

Parterna har under distributionsavtalet träffat separata köpeavtal. Schenk har levererat varor till Apricot i enlighet med avtalen och fakturerat för de beställda varorna. Fakturorna, som uppgår till det i målet yrkade beloppet, är förfallna till betalning men någon betalning har inte erlagts. Då förfallodagen för varje faktura har bestämts i förväg är Apricot skyldig att erlagga ränta enligt 3 och 6 § räntelagen på respektive fakturabelopp från respektive fakturas förfalldatum till dess betalning sker.

Apricot

Det vitsordas att parterna ingått de köpeavtal som Schenk gjort gällande och att Apricot inte erlagt betalning. Betalningsskyldigheten bestrids på den grunden att Apricot den 27 januari 2017 haft en motfordran på Schenk som ska kvittas mot det yrkade kapitalbeloppet jämte upplupen ränta per den dagen. Vid tidpunkten för kvittningen uppgick Schenks fordran till 365 615 euro och 60 cent.

Schenk

Någon rätt till kvittning finns inte. Även om svensk lag är tillämplig på distributionsavtalet, som är ett mer övergripande avtal mellan parterna, är italiensk rätt tillämplig på de separata köpeavtalen mellan parterna. Schenk har hemvist i Italien. De inköp av vin

som har gjorts är av internationell karaktär. Italiensk lag är därför tillämplig avseende Schenks fordringar vilket framgår av lagen (1964:528) om tillämplig lag beträffande internationella köp av lösa saker (IKL). Av detta följer att italiensk rätt även ska tillämpas på en motfordran. Kvittning är inte tillåten enligt italiensk rätt när det som i det här fallet rör sig om en motfordrans vars existens och storlek bestrids. Eftersom kvittning inte kan göras har Apricot att betala Schenks fordran jämte ränta.

Apricot

Apricot har rätt till kvittning. Distributionsavtalet mellan parterna är underställt svensk rätt och parterna har inom detta bestämt både priser och volymer såväl som leveranstakt och den övergripande strategin för försäljningen av Schenks produkter till Systembolaget. Svensk rätt är tillämplig och kvittning är tillåten. För det fall italiensk rätt skulle vara tillämplig har den inte det innehåll som Schenk gör gällande och är inte tillämplig på Schenks krav.

Apricots fordran på Schenk (genkärålet)

Apricot

Schenk har inte 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 (Systembolaget). Apricot har gjort betydande investeringar för att marknadsföra och sälja Schenks produkter i

Sverige. Apricot har inte haft en självständig ställning gentemot Schenk, utan varit att jämföra med en återförsäljare. Apricot har dessutom varit i underläge och i utsatt ställning i jämförelse med Schenk som är ett stort företag.

Schenk

Schenk har iakttagit en skälig uppsägningstid om en månad när distributionsavtalet sagts upp. Apricot har inte lidit någon skada och har varken rätt till skadestånd för utebliven vinst eller goodwillersättning.

Följande omständigheter talar för att det inte ska vara en längre uppsägningstid än en månad. Schenks och Apricots samarbete har varit begränsat i tid. Distributionsavtalet har inte inneburit någon exklusiv rätt för Apricot att marknadsföra och sälja Schenks viner i Sverige, även om Apricot agerat på en monopolmarknad med en försäljningskanal (Systembolaget). Apricot har inte på ett bestående sätt ökat försäljningen av Schenks produkter i Sverige. Under alla förhållanden har Apricot kompenserats för sina kostnader genom de vinster Apricot gjort vid försäljningen av Schenks produkter under åren 2012–2016. Apricot har inte heller haft något särskilt skyddsbehov gentemot Schenk.

UTVECKLING AV TALAN

Apricot

Skälig uppsägningstid

Apricot och Schenk inledde ett samarbete 2005 rörande köp och distribution av vin, framför allt till Systembolaget. Avtalet fick sin nuvarande form 2012. Det hade karaktär av ett distributionsavtal och omfattade Schenks samtliga produkter. Det ingicks muntligen utan närmare diskussion om formerna för samarbetet eller dess upplösning. Den gemensamma utgångspunkten var att avtalet ingicks för ett långvarigt förhållande. Det var ett exklusivavtal och de viner som Apricot sålde på den svenska

marknaden fick inte Schenk samtidigt sälja via en annan importör. Att avtalet var ett exklusivavtal följer automatiskt av marknadens natur. Systembolaget köper varje enskild produkt i bolagets sortiment från en leverantör. Så länge Schenk levererade sina produkter till Apricot kunde Systembolaget inte samtidigt avtala med en annan distributör i Sverige. Avtalet innebar att Apricot valde ut viner ur Schenks sortiment och bedrev ett intensivt arbete för att få in produkterna i Systembolagets sortiment och få upp konsumenternas intresse för vinerna. Apricot stod för samtliga kostnader för att introducera produkterna på den svenska marknaden. Schenk hade under hela avtals-tiden full insikt i de åtgärder Apricot vidtog och hade full kännedom om omfattningen av det arbete som krävdes från Apricot.

Apricot byggde för egen hand, utifrån sin erfarenhet och sitt kunnande om försäljning av vin i Sverige, under åren 2012 till och med 2016 upp en marknad i Sverige för Schenks produkter. Under de åren intensifierades parternas samarbete med först vinet *Amicone* och sedan *Bacio della Luna*. *Amicone* på flaska började säljas på Systembolaget i juli 2012. Produkten tog sig in i Systembolagets fasta sortiment i september 2014. I november 2015 lanserades *Amicone* bag-in-box som började säljas i det fasta sortimentet i mars 2017. *Bacio della Luna* började säljas i det fasta sortimentet i december 2015. Att ha ett vin i det fasta sortimentet, och särskilt ett vin med hög ranking, är mycket viktigt för en producent. På så sätt blir vinet exponerat i många butiker och kan sälja bättre. Detta kräver dock arbete. Parterna hade en långsiktig plan för hur detta arbete skulle fortskrida. De hade ett nära och intensivt samarbete om allt från produktsammansättning, marknadsföring och priser. De träffades ofta för att diskutera utvecklingen på den svenska marknaden och hade täta kontakter mellan mötena. Priserna bestämdes halvårsvis så att man kunde koordinera detta med de två tillfällen om året som Systembolaget tillåter prisjusteringar. Schenk bekräftade löpande att de skulle kunna leverera de volymer som Apricot angav i sina prognoser och levde alltid upp till sina åtaganden. Apricot skickade regelbundet, och på Schenks begäran, över säljprognoser och försäljningsstatistik från Systembolaget. Apricot informerade Schenk om vilka resurser som lades ner i marknadsföringskostnader för Schenks produkter. Apricot har bland annat stått för utformningen av designen för *Amicone*

bag-in-box. Schenk har tackat Apricot för arbetet som bolaget lagt ner på att främja Schenks produkter på den svenska marknaden och bekräftat att ingen annan sålde så mycket av Schenks produkter som Apricot.

När det gäller marknaden i Sverige får Systembolaget bara köpa vin och andra alkohol-drycker från leverantörer etablerade i Sverige. Systembolaget ingår leveransavtal med alla sina leverantörer på sinsemellan likadana villkor. Leveransavtalen är tillsvidare-avtal och kan i praktiken bara sägas upp av Systembolaget när leverantören inte längre kan leverera enligt konsumenternas efterfrågan. Systembolaget har i huvudsak två olika sorters sortiment för sin försäljning: beställningssortimentet och det fasta sortimentet. Att ett vin finns i beställningssortimentet innebär att leverantören ska ha vinet i lager för leverans av enstaka flaskor när en konsument beställer vinet från Systembolaget. Ett vin i det fasta sortimentet finns i stället direkt tillgängligt i Systembolagets butiker runtom i landet. Exakt hur många butiker ett vin finns i avgörs av vinets popularitet, enligt ett på förhand beskrivet och offentligt tillgängligt ranking-system som Systembolaget har tagit fram. Att ha ett vin i det fasta sortimentet, och särskilt ett vin med hög ranking, är alltså mycket viktigt för en leverantör. På så sätt blir vinet exponerat i många butiker och kan sälja bättre.

I praktiken var Apricot att jämföras med en återförsäljare som inte har en självständig ställning i förhållande till tillverkaren. Apricot kunde inte ersätta Schenks produkter med någon annan produkt på annat sätt än att påbörja ett nytt långsiktigt arbete. Apricot hade därför ett särskilt starkt skyddsbehov. Apricot var i underläge och i en utsatt ställning i jämförelse med Schenk som är ett stort företag.

Trots att Apricot fick en månads uppsägningstid av Schenk så var det i realiteten inte fråga om någon uppsägningstid alls eftersom Schenk omedelbart upphörde med sina leveranser. Den sista av Apricots ordrar (nr 92) levererades den 19 december 2016. De ytterligare ordrar som gjordes den 22 december 2016 ledde inte till några leveranser. Så snart lagret var slut blev det omöjligt att leverera till Systembolaget som hävde leveransavtalen med Apricot.

Mot bakgrund av de ovan angivna omständigheterna är en kortare uppsägningstid än tolv månader inte skälig (jmf NJA 2018 s. 19). Apricot ska därför tillerkännas skadestånd för utebliven vinst under en skälig uppsägningstid om tolv månader. Därutöver ska Apricot tillerkännas ersättning för goodwillskapande åtgärder. Om Apricot inte tillerkänns ersättning för goodwillskapande åtgärder ska en skälig uppsägningstid om arton månader i stället bestämmas.

Skadestånd och goodwillersättning vid en uppsägningstid om tolv månader

Apricot har rätt till skadestånd för utebliven vinst under en uppsägningstid om tolv månader med 8 847 733 kronor. Försäljningsvolymen till Systembolaget halverades från 2016 till 2017. Den enda skillnaden i Apricots verksamhet 2017 jämfört med 2016 är att bolaget inte längre hade kvar avtalet med Schenk. Avseende *Amicone* på flaska och bag-in-box har den uteblivna vinsten under år 2017 beräknats utifrån Systembolagets faktiska försäljning av produkterna om 34 870 650 kronor med avdrag för uppskattade kostnader om 25 649 346 kronor, vilket ger ett överskott om 9 221 304 kronor. Systembolagets inrättande av ett nytt segment under 2017 påverkade inte försäljningen av *Amicone*. Avseende *Bacio della Luna* har den uteblivna vinsten beräknats på en oförändrad försäljning, jämfört med Systembolagets resultat år 2016, om 7 117 199 kronor med avdrag för uppskattade kostnader om 4 990 770 kronor, vilket ger ett överskott om 2 126 429 kronor. Bakgrunden till denna beräkning är att marknaden för mousserande viner från Venetien enligt Systembolagets försäljningsstatistik växte från 2016 till 2017, medan försäljningen rasade för *Bacio della Luna*. Anledningen till den negativa utvecklingen är att produkten nedprioriterats hos nya distributören, Chris-Wine Sweden AB (*Chris-Wine*). Apricot har inte försökt sabotera för Schenks nya distributör, *Chris-Wine*, sedan Schenk sagt upp avtalet med Apricot. Överskottet för båda produkterna uppgår till 11 347 733 kronor och med avdrag för kostnader för marknadsföring om 2 500 000 kronor är utebliven vinst 8 847 733 kronor. Apricot har under åren 2012–2017 haft stora kostnader, gått med underskott och förlorat nästan fem miljoner kronor på parternas samarbete. Under 2017 tänkte Apricot lägga mer pengar på marknadsföringsåtgärder. Beloppet

2 500 000 kronor är en kostnad om marknadsföringsåtgärder som Apricot hade tänkt lägga 2017. *Chris-Wine* har haft en marknadsföringskostnad om 2,2 miljoner kronor och då har det bolaget inte behövt bygga upp varumärkena från grunden som Apricot har behövt göra. Vid beräkningen har ingen avräkning gjorts för kvarvarande lager. Skälet är att om Schenk hade iakttagit skälig uppsägningstid skulle Apricot även efter uppsägningstidens slut ha haft kvar ett lager att sälja till samma pris, ett lager som skulle ha varit lika stort vid en uppsägning den 3 januari 2017 som efter en längre uppsägningstid.

Apricot har rätt till goodwillersättning med 15 615 238 kronor, varav 6 223 292 kronor avser marknadsföring av Schenks produkter mellan 2012–2016 och 9 391 946 kronor egen personals arbete. Apricot har på ett bestående sätt ökat Schenks försäljning i Sverige. Arbetet med att få in ett nytt framgångsrikt vin i Systembolagets fasta sortiment är en process som tar lång tid att genomföra, till en mycket hög kostnad. Vinmarknaden i Sverige är unik. Systembolaget är den enda inköparen och i inköpsprocessen upprätthålls en strikt leverantörs- och märkesneutralitet. När en viss produkt får en hög efterfrågan är det produkten som efterfrågas, inte den återförsäljare som har sålt in vinet till Systembolaget. Sedan parternas samarbete började har Schenks försäljning till Sverige ökat från noll till över två miljoner euro årligen. Detta har skett utan att Schenk har haft några utlägg för att bygga ut kundkretsen eller öka försäljningen i Sverige. Marknadsföringsarbetet har bestått i annonsering, deltagande på mässor och utställningar, anordnande av vinprovningar samt övrig reklam och sponsring. Parterna har arbetat nära varandra med dessa frågor. Apricot har finansierat en resa för svenska vinjournalister till Schenk. Arbetet har lett till ökad efterfrågan av och medvetenhet om Schenks produkter bland konsumenterna. Marknaden som Apricot byggt upp för Schenks produkter kommer att fortsätta att generera stora intäkter för Schenk under många år framöver. Eftersom varje vin i Systembolagets sortiment är en egen unik produkt har inte Apricot någon bestående fördel av de kostnader bolaget haft för arbetet med Schenks viner sedan Schenk sagt upp distributionsavtalet. Hela kostnaden för lansering, marknadsföring och marknadsbearbetning avseende Schenks viner utgör därmed en ersättningsgill kostnad för

Apricot. Apricot har inte kompenserats för dessa kostnader genom de vinster bolaget gjort under åren 2012–2017.

Skadestånd vid en uppsägningstid om arton månader

Om Apricot inte tillerkänns ersättning för goodwillskapande åtgärder (se ovan) ska Apricot ha en skälig uppsägningstid om arton månader. Apricot har då rätt till skadestånd för utebliven vinst med 13 271 599 kronor och 50 öre. Detta mot bakgrund av den stora risk Apricot tagit genom sin investering och den avgörande betydelse investeringen har haft för Schenks nuvarande ställning på den svenska marknaden.

Schenk

Skälig uppsägningstid

Apricot hade en distributionsrätt avseende Schenks produkter. Någon långvarig samarbetsrelation eller något annat avtal, förutom ett muntligt allmänt hållet distributionsavtal, fanns dock inte mellan dem. Apricot hade inte någon exklusiv rätt att marknadsföra och sälja Schenks viner i Sverige. Någon överenskommelse om att Apricot skulle få köpa Schenks produkter till vissa priser fanns inte utan Apricot fick köpa viner till nettopris. Schenk har inte åtagit sig att leverera någon särskild volym och de förde inte någon löpande dialog om försäljningsvolym. Det fanns inte heller någon överenskommelse om att Apricot skulle investera vissa belopp för särskilda marknadsföringsinsatser. Schenk och Apricot hade dock ett samarbete rörande vissa produkter. Det var samarbeten som var relativt begränsade i tid och avsåg specifika produkter. Apricot deltog inte i utformningen av vinernas förpackningar. Samarbetet om *Amicone* inleddes 2012 när vinet började säljas på Systembolaget. Detta samarbete kom sedan också att omfatta *Amicone* bag-in-box som lanserades 2015 och *Bacio de la Luna* som samma år kom direkt in i Systembolagets fasta sortiment.

Apricot har i egenskap av distributör av Schenks produkter inte haft något särskilt skyddsbehov. Inte heller har Apricot haft en osjälvständig ställning eller varit starkt integrerad i leverantörens försäljningsorganisation. Det har därför inte varit fråga om några särpräglade omständigheter som bör föranleda en längre uppsägningstid. Apricot har som självständig distributör dessutom importerat och sålt produkter från ett stort antal andra vinproducenter vid sidan av Schenk under perioden 2012–2017.

Mot bakgrund av dessa omständigheter är det skäligt med en månads uppsägningstid. Apricot fick dessutom i realiteten en längre uppsägningstid eftersom Apricot fortsatt hade rätt att sälja till Systembolaget så länge Apricot kunde leverera vinerna, trots att Schenk hade ingått ett nytt distributionsavtal med *Chris-Wine*. Detta då Systembolaget endast köper produkter från en distributör, oaktat att en ny distributör utsetts, så länge denne har produkter i lager. *Chris-Wine* kunde överta distributionen av *Amicone* först den 8 mars 2017 och *Bacio della Luna* den 25 april 2017. Apricot hade därför en faktisk uppsägningstid om över två månader avseende *Amicone* och fyra månader avseende *Bacio della Luna*.

Det stämmer att Apricot lade ytterligare beställningar i december 2016 men någon skyldighet för Schenk att efter uppsägningen leverera produkter till Apricot fanns inte. Av naturliga skäl vidtar en uppsagd distributör under uppsägningstiden inte några marknadsföringsåtgärder för att upprätthålla Systembolagets produktrankning. Detta har Apricot inte heller gjort. Eftersom Systembolaget endast köper produkter från en distributör finns en risk att produkterna, innan nya distributören hinner ta över, tappar i både rankning och försäljning. För att produkterna inte ska åka ur det fasta sortimentet är det tvunget att sätta uppsägningstiden relativt kort.

Skadestånd för utebliven vinst under en uppsägningstid

Apricot har inte rätt till skadestånd eftersom Apricot inte lidit någon skada under uppsägningstiden. Apricot har efter uppsägningstiden, trots att Schenk ingått ett nytt distributionsavtal med *Chris-Wine*, fortsatt sälja Schenks produkter till Systembolaget.

När det gäller beräkningen av utebliven vinst kan det konstateras att den ökade försäljningen under 2017 av *Amicone* bag-in-box berodde på att Systembolaget den 1 mars 2017 införde nya regler och utökade det fasta sortiment med ett nytt segment för viner på bag-in-box över 100 kr per liter. Förklaringen till att försäljningen av *Bacio della Luna* gick ned under 2017 var att Apricot efter uppsägningen aktivt vidtog åtgärder i syfte att förstöra och påverka framtida försäljning av Schenks produkter. Apricot anmälde dessutom vid upprepade tillfällen produkterna som "tillfälligt slut" till Systembolaget. Den faktiska försäljningen på Systembolaget av *Bacio della Luna* uppgick till 2 556 365 kronor. Med beaktande av en uppskattad kostnad om 1 792 687 kronor uppgår överskottet till 763 678 kronor. Apricot anmälde även *Amicone* bag-in-box som "regional dryck" och begränsade distributionen till butiker i Västerbotten och Västra Götaland. Åtgärderna vidtogs trots att Apricot hade produkterna i lager och innebar bl.a. att produkterna förlorade position i Systembolagets rankingssystem. Först genom omfattande och intensiv marknadsföringskampanj av *Chris Wine* kunde den negativa trenden motverkas. Överskottet för de tre produkterna uppgår till 9 984 982 kronor och med avdrag för kostnader för marknadsföring om 2 500 000 kronor och faktisk försäljning av kvarvarande lager efter uppsägningstiden om 1 149 085 kronor är utebliven vinst 6 335 897 kronor. Enligt Schenk uppgår dock Apricots beräknade kostnad till 8 113 679 kronor, varför den beräknade uteblivna vinsten uppgår till 1 871 303 kronor. Det innebär en beräknad utebliven vinst om 155 942 kronor per månad. Apricot har själva fört bevisning om att bolaget gått med underskott och att kostnaderna 2016 uppgick till 8 113 679 kronor. Det är därför rimligt att en motsvarande kostnad beaktas vid beräkningen av utebliven vinst för 2017. Vid beräkningen av skadan ska dock även avdrag göras från den uteblivna vinsten med det faktiska utfallet för 2018 om 1 149 085 kronor, vilket innebär att någon ersättning för skada inte ska utgå alls.

Goodwillersättning under en uppsägningstid

Apricot har inte någon rätt till goodwillersättning då bolaget inte på ett bestående sätt ökat Schenks försäljning i Sverige. Under alla förhållanden har Schenk redan

kompenserats för sina kostnader genom de vinster Apricot löpande gjorde vid försäljning av Schenks produkter under åren 2012–2017.

UTREDNINGEN

Parterna har åberopat skriftlig och muntlig bevisning. På Schenks begäran har partsförhör hållits med Danieli Simoni, VD på Schenk. Vidare har vittnesförhör hållits med Roberta de Florian, försäljningschef på Schenk, Patrik Stare, VD på Chris-Wine, och Stefan Petersson, affärsutvecklare på Chris-Wine. På Apricots begäran har partsförhör hållits med Jean Niklas Palm-Jensen, VD på Apricot. Vidare har vittnesförhör hållits med David Gullberg på Apricot och Zanna Aronsson på Apricot samt partsakkunnigförhör med Louise Key-Hedberg, VD på Key Evolution AB.

DOMSKÄL

Schenks fordran på Apricot (huvudkärnålet)

Enighet råder om att Schenk har en fordran på Apricot uppgående till 365 451 euro och 60 cent. Tingsrätten ska därför inte pröva frågan om fordrans existens eller storlek. Tingsrätten övergår därför direkt till att pröva om Apricot den 27 januari 2017 haft en kvittningsgill motfordran.

Lagvalsfrågan

Parterna är oense om svensk eller italiensk rätt är tillämplig på kvittningsfrågan. Schenk har hävdat att även om svensk lag är tillämplig på distributionsavtalet mellan parterna är italiensk lag tillämplig på de enskilda köpeavtalen mellan parterna. I rättslitteraturen har framhållits att en skillnad avseende lagval ska göras beträffande enskilda varuleveranser till återförsäljaren och twist avseende återförsäljandefunktionen i sig (se Stenberg, Hans, Distributionsavtal, 2005, s. 226; Nyström, Jan-Åke, Kontraktsbrott vid agentur- och återförsäljaravtal, 2010, s. 46 och 55).

Tingsrätten prövar nedan, inom ramen för bedömningen av genkärromålet, vad som kan anses avtalat i fråga om ett distributionsavtal. Alldeles oavsett den prövningen ska dock, mot bakgrund av det ovan anförda, den nu aktuella lagvalsfrågan bedömas med utgångspunkt i de enskilda köpeavtalen och inte, som Apricot anført, som en del av ett distributionsavtal.

Enligt 4 § lagen (1964:528) om tillämplig lag beträffande internationella köp av lösa saker (IKL) ska lagen i det land där säljaren har sitt hemvist tillämpas. Schenk har sitt hemvist i Italien. Italiensk lag ska därför tillämpas på beställningarna av vinet. IKL reglerar dock inte lagval vid frågor om kvittning. När det gäller rätten till kvittning ska lagvalsfrågan istället bestämmas av Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 593/2008 av den 17 juni 2008 om tillämplig lag för avtalsförpliktelser (Rom I-förordningen) (se prop. 2013/14:243 s. 49). Av artikel 17 i Rom I-förordningen framgår att när parterna inte avtalat om rätten till kvittning, ska kvittning omfattas av den lag som gäller för den fordran mot vilken kvittning åberopas. Eftersom italiensk lag gäller för den fordran som Apricot gör gällande kvittning mot, ska italiensk lag även vara tillämplig i frågan om kvittning.

Kvittning enligt italiensk rätt

En svensk domstol har, till skillnad från vad som gäller vid annan rättstillämpning, ingen skyldighet att känna till innehållet i utländsk rätt. Domstolen får använda sig av den kännedom som den kan ha om den utländska rätten varvid parterna bör få tillfälle att uttala sig om rättens innehåll (NJA 2016 s. 288 p. 17-19). Schenk har hävdade att det enligt italiensk rätt är otillåtet att kvitta en fordran mot en motfordran om motfordrans existens och storlek bestrids. Till stöd för sitt påstående har Schenk åberopat ett rättsutlåtande från en italiensk advokatbyrå. Apricot har inte fört någon bevisning angående innehållet i italiensk rätt men har bestritt innehållandet i nämnda rättsutlåtande. Tingsrätten finner att det inte finns någon anledning att betvivla att det rättsutlåtande som Schenk har åberopat som bevisning i målet avspeglar gällande italiensk rätt. Tingsrätten anser också att det får anses klarlagt att Schenk per den

27 januari 2017 bestred existensen av Apricots motfordran samt dess storlek. Detta innebär att det inte fanns förutsättningar att kvitta fordran. Någon kvittning kan därmed inte anses ha skett.

Eftersom tingsrätten konstaterat att kvittning inte har skett mellan parterna går tingsrätten vidare och prövar Apricots genkärsmål.

Apricots fordran på Schenk (genkärsmålet)

Skadestånd för utebliven vinst

Utgångspunkter

Ett tidsobestämt distributionsavtal kan sägas upp med iakttagande av en skälig uppsägningstid. Om avtalet sägs upp på en kortare tid kan ett skadeståndsansvar för utebliven vinst uppkomma.

Enligt Apricot motsvarar en skälig uppsägningstid tolv månader, alternativt arton månader, medan Schenk menar att den uppsägningstid som Schenk tillämpat, dvs. en månad som i praktiken dock blivit längre, utgör en skälig uppsägningstid. Det är Apricot som har bevisbördan för att omständigheterna är sådana att det ska vara en längre uppsägningstid än vad Schenk har vitsordat.

Högsta domstolen har i NJA 2018 s. 19 behandlat frågan om skälig uppsägningstid för ett långvarigt återförsäljaravtal. Målet rörde ett exklusivt återförsäljaravtal avseende traktorer och maskiner. Avtalsförhållandet hade varat under ett par decennier. I målet hänvisade HD till ett tidigare avgörande i frågan, NJA 2009 s. 672, och anförde, mot bakgrund av att någon lagreglering av avtalsfiguren inte finns, att den utfyllande rätten får konstrueras med stöd av jämförbara avtalsförhållanden och praxis, samt att hänsyn bör tas till att återförsäljaravtal ofta är internationella. I 2009 års avgörande hade HD vidare uttalat att vardera parten vid en uppsägning kan ha behov av en anpassningstid

och att en återförsäljare kan behöva viss uppsägningstid även för att få en rimlig avkastning på investeringar i lokaler, personal eller marknadsföring, åtminstone om återförsäljaren skulle sakna rätt till ersättning från leverantörer för sådana kostnader. När det gällde uppsägningstidens längd anförde HD att någon fixerad minimitid, knuten till avtalstidens längd, inte borde gälla utan att skälighetsbedömningen borde vara friare. I 2018 års avgörande uttalade HD att det fanns goda skäl för att utgångspunkten vid långvariga återförsäljaravtal utan villkor om uppsägningstid borde vara att återförsäljaren vid en uppsägning från leverantören har rätt till en uppsägningstid om sex månader, men att omständigheterna i vissa situationer kan vara sådana att återförsäljaren inte har behov av en sådan uppsägningstid. Så kan vara fallet om handelsbruk på området utvisar en annan praxis eller om återförsäljarens skyddsbehov är begränsat. Enligt HD kunde det emellertid inte uteslutas att en återförsäljare i särpräglade fall kunde behöva en uppsägningstid som skäligen borde vara längre än sex månader.

Enligt tingsrättens mening är utgångspunkten vid långvariga avtalsförhållanden således en uppsägningstid på sex månader men att vad som är skälig uppsägningstid i det enskilda fallet får avgöras efter en samlad bedömning av alla relevanta omständigheter.

Enligt Apricot råder dock så särpräglade omständigheter i detta fall att uppsägningstiden bör vara längre än sex månader. För detta talar enligt Apricot att arbetet med Schenks produkter inletts redan 2005 och att distributionsavtalet fått sin nuvarande form under 2012 då parterna inlett ett intensivt samarbete med framför allt vinet *Amicone*. För detta talar också att parterna haft en långsiktig plan för hur arbetet skulle fortskrida, att Apricot agerat på en monopolmarknad med ensamrätt för Schenks produkter i Sverige och att Apricot i jämförelse med Schenk, som är ett stort företag, varit i underläge och i en utsatt ställning.

Schenk däremot har uppgett att parternas relation inletts först under 2012 i samband med att Schenk påbörjat försäljningen av *Amicone* på flaska och att parterna endast

haft i tiden begränsade samarbeten, och inte några långsiktiga planer, rörande vissa specifika produkter, i huvudsak vinet *Amicone*.

Vad har varit en skälig uppsägningstid?

Av partsförhöret med ställföreträdaren för Apricot, Jean-Niklas Palm Jensen, framgår att han haft en personlig relation med representanter från Schenk sedan slutet av 1990-talet med anledning av hans arbetsuppgifter hos tidigare arbetsgivare. När han sedan bildade Apricot förde han regelbundet diskussioner med representanter från Schenk om försäljning av Schenks produkter i Sverige. På grund av att Schenks dåvarande produkter inte hade rätt egenskaper för försäljning i Sverige så ledde dock inte diskussionerna till någon distribution av Schenks produkter i Sverige. I och med att efterfrågan av vissa typer av italienska viner steg under 2010 intensifierades diskussionerna om att Schenk skulle ta fram en produkt för den svenska vinmarknaden. Schenk presenterade också sedan en ny produkt (*Amicone* på flaska) som Apricot ansåg vara särskilt lämpad för den svenska marknaden. Under 2012 började Apricot således importera vinet (*Amicone*) till Sverige. Av vittnesförhör med David Gullberg framgår även att diskussioner mellan Apricot och Schenk skedde före 2012. Av förhören med Jean-Niklas Palm Jensen och David Gullberg framgår också att Apricot försökte, utan framgång, införa vissa av Schenks produkter i Systembolagets försäljningssortiment tidigare än 2012.

Enligt ställföreträdaren för Schenk, Daniele Simone, inleddes samarbetet mellan parterna först efter ett möte på en vinmässa, antagligen under 2012, där Schenk presenterade *Amicone*. Daniele Simone menar att samarbetet utvecklades som det vanligtvis gör mellan Schenk och dess distributörer; samarbetet inleds med en första kontakt under en vinmässa, följt av ett provköp som sedan följs upp av fler regelbundna köp. Daniele Simones vittnesförhör överensstämmer i stort med Roberta de Florians vittnesförhör i delarna som avser att den första kontakten mellan parterna togs under en vinmässa varefter de första leveranser till Apricot av vinet *Amicone* skedde under 2012. Den skriftliga bevisningen visar även att Schenk inledde

leveranser av vinet *Amicone* på flaska till Apricot under 2012 efter att David Gullberg gjort den första beställningen av *Amicone* under juni månad 2012.

Tingsrätten anser att det är visat i målet att ett distributionsavtal ingicks i vart fall under 2012 i och med Schenks leveranser av *Amicone* till Apricot och Apricots försäljning av *Amicone* på flaska till Systembolaget. Apricot har dock inte visat att diskussionerna mellan parterna ledde till att något distributionsavtal ingicks tidigare än 2012.

Tingsrätten prövar nu huruvida distributionsavtalet gav Apricot ensamrätt till försäljning av *Amicone*, *Amicone* bag-in-box respektive *Bacio della Luna*.

Av partsförhöret med Jean-Niklas Palm Jensen framgår att Apricot tidigt under parternas avtalsrelation ansåg att *Amicone* även skulle säljas som boxvin (bag-in-box). Det är i målet ostridigt att Apricot under 2015 importerade *Amicone* bag-in-box och sålde vidare produkten till Systembolaget. Det är även i målet ostridigt att Apricot under år 2015 började importera och sälja produkten *Bacio della luna* i Sverige. Tingsrätten anser således att produkterna *Amicone* bag-in-box och *Bacio della Luna* omfattades av distributionsavtalet från och med 2015.

Apricot menar att avtalet var ett exklusivt avtal i den betydelsen att Schenk endast fick sälja produkterna som omfattades av avtalet till Apricot och inte till andra importörer i Sverige. Denna exklusivitet följde automatiskt på grund av att Systembolaget endast köper in en enskild produkt i sitt försäljningssortiment från en leverantör. Schenk har däremot hävdad att distributionsförhållandet varit mycket allmänt och att Apricot inte haft ställning som exklusiv återförsäljare av Schenks produkter på den svenska marknaden. Schenk har även invänt mot att det skulle röra sig om ett övergripande distributionsförhållande. Enligt Schenk rörde det sig om separata avtalsförhållanden för vardera av Schenks produkter som Apricot sålde vidare i Sverige.

Av ovan framgår att Apricot började importera Schenks produkt *Amicone* på flaska under 2012 för att sedan även importera *Amicone* bag-in-box och *Bacio della Luna* 2015. Apricots import av produkterna inleddes i anslutning till att produkterna upptogs av Systembolaget i deras försäljningssortiment, antingen i Systembolagets beställningssortiment eller i det fasta sortimentet. Genom utredningen i målet är det klarlagt att Systembolagets egna regelverk innebär att Systembolaget endast köper in produkter i deras försäljningssortiment av en leverantör till dess produkten är slut hos denna leverantör. Båda parterna får anses väl medvetna om förhållandena på den svenska alkoholmarknaden och Systembolagets inköpsregler. Detta talar för att båda parterna var överens om att Schenk endast skulle leverera de nämnda produkterna till Apricot i Sverige. Av den muntliga bevisningen i målet framgår inte heller att parterna ansåg att Schenk var fria att sälja de nämnda produkterna till andra importörer i Sverige.

I målet är ostridigt att Schenk den 3 januari 2017 skickade ett brev till Apricot i vilket avtalsrelationen sades upp till den 1 februari 2017 och att Schenk skulle påbörja ett samarbete med en ny distributör i Sverige, *Chris-Wine*. Brevet visar att Schenk var av uppfattningen att det rörde sig om en avtalsrelation mellan parterna som måste anses omfatta de nämnda tre produkterna. Av partsförhöret med Daniele Simoni framgår att anledningen till att Schenk sa upp avtalet med Apricot var att Schenk inte var nöjda med handelsrelationen av flera skäl, bl.a. Apricots hantering av produkten *Bacio della Luna* men även Apricots hantering av Schenks övriga produkter. Av vittnesförhöret med Roberta de Florian är det tydligt att Schenk ansåg att det rörde sig om en övergripande handelsrelation. Tingsrätten anser därför att det är klarlagt att det distributionsavtal som gällde mellan parterna gav Apricot en ensamrätt för försäljning av nämnda produkter i Sverige.

När det gäller distributionsavtalets övriga innehåll gör tingsrätten följande överväganden.

Apricot har gjort gällande att Apricot som en del av avtalet åtog sig att bedriva ett intensivt arbete för att öka försäljningen för Schenk av de produkter som ingick i avtalet. I avtalet ingick även ett nära och intensivt informationsutbyte i vilket Apricot delade med sig av bland annat säljprognoser och information om vilka marknadsföringsåtgärder som Apricot genomförde för att främja försäljningen av Schenks produkter i Sverige. Enligt Schenk fanns det dock inte någon överenskommelse om att Apricot skulle investera visst belopp för marknadsföringsinsatser och inte heller var informationsutbytet omfattande.

Tingsrätten anser inte att det av den skriftliga bevisningen eller den muntliga bevisningen är visat att Apricot genom distributionsavtalet ålades en skyldighet att investera större belopp på marknadsföring. Det är inte heller visat att distributionsavtalet ålade parterna att delta i ett omfattande informationsutbyte. Av den muntliga bevisningen, i form av partsförhör med Daniele Simone och vittnesförhör med Roberta de Florian, är det dock visat att ett regelbundet informationsutbyte skedde mellan parterna. Informationsutbytet bestod, i vart fall, av att Apricot delade med sig prognoser för framtida försäljning. Tingsrätten anser även att det är visat att Apricot hade att förvänta att sig att Schenk skulle leverera i enlighet med beställningar som baserades på informationsutbytet mellan parterna.

Sammantaget kan tingsrätten konstatera att det varit fråga om ett distributionsavtal som varat i fyra och ett halvt år och som gav Apricot ensamrätt till försäljning av de i målet aktuella produkterna. Vad tingsrätten i övrigt funnit bevisat kan inte anses medföra att det aktuella distributionsavtalet avviker från vad som normalt gäller i liknande avtalsförhållanden. Situationen för distributörer som agerar på den monopolmarknad som råder med Systembolaget måste rimligtvis se likadan ut för alla distributörer. Det förhållandet att Schenk är ett större företag än Apricot förändrar inte denna bedömning. Tingsrätten anser därför att Apricot inte bevisat att omständigheterna varit så särpräglade att en uppsägningstid om tolv eller arton månader är att anse som skälig. Mot bakgrund av distributionsavtalets relativt korta varaktighet och

övriga omständigheter kan enligt tingsrättens mening inte heller en uppsägningstid om sex månader anses vara skälig.

Frågan är då vilken uppsägningstid som är att anse som skälig för Apricot. Tingsrätten kan konstatera 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.

Skadeståndets storlek

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 2 211 933 kronor ($8\,847\,733/12 \times 3$). Enligt Schenks beräkning uppgår den uteblivna vinsten vid en uppsägningstid om tre månader till 467 826 kronor ($1\,871\,303/12 \times 3$). Schenk menar att avdrag därefter ska göras för kvarvarande lager/faktisk försäljning 2018 med 1 149 085 kr, vilket vid en uppsägningstid om tre månader skulle innebära ett negativt resultat.

När det gäller beräkningen av den uteblivna vinsten för *Amicone* baseras siffrorna i Apricots beräkning på Systembolagets faktiska försäljning. Siffrorna för *Bacio della Luna* bygger däremot på en uppskattad försäljning, eftersom vinet enligt Apricot efter uppsägningen nedvärderats hos den nya distributören. Från dessa intäkter har Apricot

dragit av kostnader för inköp och logistik och uppskattade kostnader för marknadsföring. Enligt Schenk innehåller Apricots beräkning flera felaktigheter. När det gäller *Amicone* var det inte Apricots förtjänst att försäljningen av bag-in-box ökade under 2017, utan att det berodde på att Systembolaget införde ett nytt segment den 1 mars 2017. Några marknadsföringsåtgärder efter uppsägningen avseende *Bacio della Luna* har inte vidtagits. I stället har Apricot vidtagit åtgärder i syfte att förstöra och påverka framtida försäljning av både *Amicone* och *Bacio della Luna*.

Det kan inledningsvis konstateras att Apricot, enligt egen uppgift, under åren 2012–2017 haft stora kostnader, gått med underskott och förlorat nästan fem miljoner kronor på parternas samarbete och att kostnaden för försäljningen av vinerna 2016 uppgick till 8 113 679 kronor. Schenk har gjort gällande att samma belopp även bör beaktas vid beräkning av den uteblivna vinsten för 2017. Apricot har uppgett att bolaget under 2017 hade tänkt lägga mer pengar på marknadsföringsåtgärder och att bolaget bör beviljas en bevislättning angående detta.

Bevisbördan ligger på Apricot och någon anledning till bevislättning finns inte. Tingsrätten anser att Apricot inte uppfyllt sin bevisbörda i denna del. Mot denna bakgrund bör i stället, som Schenk gjort gällande, ett belopp som motsvarar den faktiska kostnaden för 2016 beaktas vid beräkningen av den uteblivna vinsten. Det är dock enligt tingsrättens mening rimligt att, som Apricot gjort gällande, inte göra avdrag för kvarvarande lager (1 149 085 kronor) eftersom ett sådant torde finnas kvar oavsett uppsägningstid.

Samma resonemang ovan gäller även för försäljningen av *Bacio della Luna* där den faktiska försäljningen och inte, som Apricot gjort gällande, en uppskattad försäljning bör beaktas. Detta då det å ena sidan görs gällande att vinet skulle ha nedprioriterats av den nya distributören och å andra sidan att Apricot vidtagit åtgärder som gjort att försäljningen gått ned. Mot bakgrund av att bevisbördan ligger på Apricot bör utgångspunkten då vara den faktiska försäljningen.

Mot denna bakgrund uppgår alltså den uteblivna vinsten för en uppsägningstid om tre månader till 467 826 kronor ($1\,871\,303/12 \times 3$). Schenk har därför att utge detta belopp till Apricot jämte ränta. Om räntan råder inte tvist.

Goodwillersättning

Enligt Apricot har bolaget på ett bestående sätt ökat Schenks försäljning i Sverige och har därför rätt till ersättning för goodwill med 15 615 238 kronor. Enligt Apricot ska Apricots hela kostnad för lansering, marknadsföring och marknadsbearbetning av Schenks produkter under åren 2012–2017 ersättas av Schenk. Detta har bestritts av Schenk som menar att Apricot inte på ett bestående sätt har ökat Schenks försäljning i Sverige. Enligt Schenk måste arbetet med att upprätthålla ett vins position på marknaden ske löpande på grund av Systembolagets rankingsystem. Enligt Schenk har Apricot under alla förhållanden redan kompenserats för sina kostnader genom de vinster Apricot löpande gjort vid försäljning av Schenks produkter under åren 2012–2017. Detta har bestritts av Apricot.

Tingsrätten kan konstatera att Apricots beräkning av ersättningen för goodwill bygger på att Schenk skulle vara skyldigt att, utan något avtal eller överenskommelse därom, betala ersättning för alla kostnader Apricot haft för att lansera Schenks produkter i Sverige. Som utgångspunkt kan det konstateras att enligt praxis ska avgångsvederlag endast kunna komma ifråga när skyddsbehovet för återförsäljaren framstår som särskilt starkt, exempelvis när återförsäljaren har haft en osjälvständig ställning (jmf NJA 2018 s. 19, p. 19). Det har inte framkommit att det i målet skulle föreligga ett sådant skyddsbehov som ger anledning att frångå vad som generellt bör gälla i fråga om goodwill. Yrkandet om ersättning för goodwill ska därför lämnas utan bifall.

Sammanfattning

Apricot ska till Schenk utge 365 451 euro och 60 cent jämte ränta. Schenk ska i sin tur till Apricot utge 467 826 kronor jämte ränta. Parterna har vid förhandlingen uttryckt

önskemål om att tingsrätten bestämmer ett belopp som den ena parten ska utge till den andra. Med tanke på den slutsats tingsrätten kommit till är detta dock inte möjligt med hänsyn till parternas respektive yrkanden om ränta. I domslutet bestäms därför ett belopp som Schenk ska utge till Apricot respektive ett belopp som Apricot ska utge till Schenk.

Rättegångskostnad

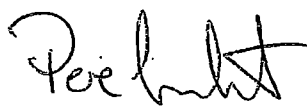
Schenk har vunnit framgång med sin talan (huvudkäromålet) avseende 365 451 euro och 60 cent. Apricot har delvis fått framgång med sin talan med 467 826 kronor mot yrkade 24 462 971 kronor. Eftersom Apricot till övervägande del är tappande part ska bolaget utge ersättning för Schenks rättegångskostnad.

Apricot har vitsordat utlägg, förutom en tryckkostnad om 7 902 kronor, som skäliga i och för sig men i övrigt överlämnat bedömningen av skäligheten i yrkad rättegångskostnad till tingsrätten.

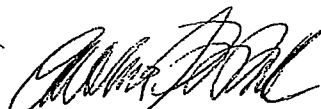
Tingsrätten bedömer Schenks rättegångskostnad som skälig. Apricot ska därför förpliktas att till Schenk betala hela den yrkade rättegångskostnaden jämte ränta från dagen för dom.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga 1 (TR-02)

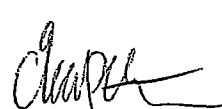
Domen får överklagas senast den 21 februari 2019.



Per Lennerbrant



Caroline Hedvall



Moa Pettersson



Hur man överklagar

Dom i tvistemål, tingsrätt

TR-02

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.

Det är inte säkert att du kan lägga fram nya bevis. Vill du göra det ska du förklara varför du inte lagt fram bevisen tidigare.

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 motparten 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.

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.

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

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.