

Dr. Vida Sándor*

EGY JÓ HÍRŰ VÉDJEGY: TDK – AZ EK TÖRVÉNYSZÉKÉNEK ÍTÉLETE

TÉNYÁLLÁS

A dán bejelentő a 25. áruosztályba tartozó „ruházati cikkek, cipők, kalapárúk” termékekre nyújtott be közösségi védjegybejelentést az Európai Unió Belső Piaci Harmonizációs Hivatalánál (BPHH).

A bejelentés ellen a nálunk audio- és videokazettáiról ismert TDK védjegy japán jogosultja nyújtott be felszólalást a 9. áruosztályba bejegyzett közösségi védjegyére, valamint 35 korábbi nemzeti védjegyére alapítva. Felszólalásának alátámasztására a közösségi védjegyrendelet¹ 8. cikkének (5) bekezdésére, azaz védjegyének jó hírnévére hivatkozott, s ennek bizonyítására az A-tól R-ig jelölt mellékleteket nyújtotta be.



A felszólalás eredményre vezetett, s a BPHH a közösségi védjegybejelentést elutasította.

Az elutasító határozat ellen a bejelentő fellebbezést nyújtott be, azt azonban a BPHH Fellebbezési Tanácsa ugyancsak elutasította.

Ezt követően a bejelentő (a továbbiakban: felperes) keresettel támadta meg a BPHH (a további eljárásban: alperes) határozatát, s a bírósági eljárásban beavatkozóként a felszólaló, azaz a TDK védjegy japán jogosultja is részt vett.

ELJÁRÁS AZ EK TÖRVÉNYSZÉKE² ELŐTT

Fellebbezésében a felperes vitatta a TDK védjegy jó hírnevét.

Ezzel kapcsolatban azt állította, hogy a beavatkozó által korábbi védjegye jó hírnévének bizonyítása céljából benyújtott mellékletek nem bírnak bizonyító erővel. Így a beavatkozó által benyújtott piackutatást (O melléklet) közvetlenül az 1995-ös göteborgi atlétikai világbajnokságot követően, vagyis évekkel a szóban forgó védjegybejelentés benyújtását megelőzően végezték. Ennélfogva lehetséges, hogy a korábbi védjegyek ismertsége hamar lecsökkent a közönség körében. Ezenfelül a szóban forgó piackutatás, amelyet a beavatkozó rendelt meg, nem tekinthető egy független piackutatással azonos mértékben megbízhatónak. Az O melléklet nem tüntette fel továbbá a megkérdezett személyek mintacsoportját, sem a szóban

* jogtanácsos, Danubia Szabadalmi és Jogi Iroda Kft., Budapest

¹ 40/94 EK sz. rendelet a közösségi védjegyről; <http://eur-lex.europa.hu>, 1994/R/019940040 – 20041227-hu.pdf

² Pontos nevén: Európai Elsőfokú Bíróság

forgó világbajnokságon jelen levő személyek számát, továbbá nem vett tekintetbe bizonyos típusú válaszokat. Álláspontja szerint a beavatkozó az említett O mellékletből egyértelműen téves következtetéseket vont le, mert ezek között nem szerepel olyan, mely szerint a korábbi védjegyek ismertsége a német, svéd és brit népesség körében a 85%-ot is eléri.

A felperes azt is hangsúlyozta, hogy a BPHH állandó gyakorlata értelmében kizárólag a nagyon intenzív marketing tudja a védjegyeket megkülönböztetőképességgel felruházni, vagy azoknak jó hírnevet kölcsönözni. Márpedig a beavatkozó által benyújtott mellékletek, noha bizonyítják a védjegy egyes uniós országokban, az áruk egy adott kategóriája tekintetében történt használatát, ugyanakkor nem tesznek eleget az Európai Bíróság által a védjegyeknek az érintett fogyasztók körében megszerzett jó hírneve megállapítása meghatározására előírt feltételeknek (az Európai Bíróság C-375/97. sz., General Motors-ügyben hozott ítélete³).

A felperes továbbá előadta, hogy feltéve, de meg nem engedve, hogy a korábbi védjegyek megkülönböztetőképessége vagy jó hírneve megállapítást nyer, az EK védjegyrendelet 8. cikk (5) bekezdésének további alkalmazási feltételei sem teljesülnek (not satisfied).

Ezzel kapcsolatban a felperes azt állította, hogy a beavatkozó nem bizonyította a korábbi védjegyek megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználását vagy az e védjegyeket és ezáltal a beavatkozót ért sérelmet.

A felperes álláspontja szerint az ő kizárólagos joga, amellyel a TDK védjegyet csupán „ruházati cikkek, cipők, kalapárúk” tekintetében használhatja, nem eredményezi, hogy a korábbi védjegyek megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét tisztességtelenül kihasználja, semhogy előnyhöz jutna a beavatkozó marketingterületen végbevitt erőfeszítései által.

A beavatkozó által előterjesztett érveléssel kapcsolatban, amely szerint a TDK védjegy felperes által történő használata negatív hatással van rá, és a fogyasztók a beavatkozót a felperessel fogják kapcsolatba hozni, a felperes azt válaszolta, hogy a beavatkozó a szóban forgó védjegyet jellegük és használatuk vonatkozásában egészen eltérő áruk tekintetében használja, mint az általa bejelentett védjeggyel megjelölt áruk. Ugyanígy az elosztóhálózatok, az eladás helye és a használat is lényegesen eltérő az áruk között, ugyanakkor a verseny fogalmi szerint nem áll fenn közöttük kiegészítő jelleg. Következésképpen egyáltalában nincs szó képzettársításról, vagyis a felperes számára lehetetlen, hogy a korábbi védjegyek állítólagos megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét tisztességtelenül kihasználja.

A beavatkozó azon érveléssel kapcsolatban, amely szerint ezt a jó hírnevet csökkentheti a korábbi védjegyek felhígulása vagy a TDK védjegy rossz minőségű áruk tekintetében történő használata anélkül, hogy azt ellenőrizni tudná, a felperes azt válaszolta, hogy ez az érvelés nem megalapozott. Álláspontja szerint a fogyasztók tisztán meg tudják különböztetni egymástól a szóban forgó védjegyeket. Ráadásul a felperes arra hivatkozik, hogy kizárólag luxusminőségű árukat értékesít, és topmodelleket felvonultató rangos reklámokban hirdet.

³ Az ítéletet ismerteti *dr. Vida Sándor*: Az Európai Bíróság védjegyjogi gyakorlata. Miskolc, 2006, p. 169

Általánosságban a bejelentett védjeggyel megjelölt áruk egyáltalában nem keltenek negatív vagy káros képet.

Az A–R melléklet a felperes szerint nem bizonyította a TDK megjelölés védjegyként történő használatát. Egyébiránt a korábbi védjegyek használatának intenzitása csekélyebb, mint amit a beavatkozó neki tulajdonít. A felperes arra is hivatkozott, hogy a mellékletekben nem szerepelt összességében a beavatkozónak a szóban forgó árukra vonatkozó eladási volume-ne, sem az általa marketingre és szponzorálásra fordított összeg.

Az *alperes* (BPHH) mindenekelőtt emlékeztetett arra, hogy a Fellebbezési Tanács ki-mondta, hogy az EK-védjegyrendelet 8. cikkének (5) bekezdése alkalmazható, és a beavat-kozó által benyújtott bizonyítékok alapján megállapította, hogy a beavatkozó alátámasz-totta a megtámadott határozatban foglalt tényeket. A Fellebbezési Tanács ennek alapján a megtámadott határozatban foglalt megállapításokra juthatott, melyek szerint, amint azt a Felszólalási Osztály megállapította, a beavatkozó korábbi védjegyei az EK-védjegyrendelet 8. cikkének (5) bekezdése által nyújtott kiterjedt oltalomra jogosultak, és jó hírnevük-nél fogva jelentős megkülönböztetőképességgel rendelkeznek.

A BPHH álláspontja szerint a Fellebbezési Tanácsnak a korábbi védjegyek jó hírnevére vonatkozó értékelése nem hibás. A beavatkozó által benyújtott bizonyítékokat illetően a Fel-lebbezési Tanács helyesen vizsgálta a 18 mellékletet azok összességében és nem egymástól külön. Az említett mellékletek ilyen beható vizsgálata a felek ezekre vonatkozó megállapí-tásait is magában foglalta.

Azon terület (territory) vonatkozásában, ahol a jó hírnév megállapítása szükséges, a BPHH úgy vélte, hogy a beavatkozó sikerrel bizonyította, hogy korábbi védjegyei különö-sen ismertek Franciaországban, Németországban, Svédországban és az Egyesült Királyság-ban, ezáltal teljesítik nemzeti és közösségi szinten is a jó hírnév feltételeit.

Ezen túl a BPHH minden tekintetben csatlakozott a Fellebbezési Tanács értékeléséhez, amely szerint a felszólalási eljárás folyamán benyújtott bizonyítékok alátámasztják egy hosz-szú távú, jelentős mértékű szponzori tevékenységből eredő jó hírnév létrejöttét és fennma-radását. Hangsúlyozta azt is, hogy egyetért a Fellebbezési Tanács értékelésével, amely szerint jelentős kereskedelmi érték (goodwill) jött létre, maradt fenn és szolgál alapul a folyamatos terjeszkedéshez és beruházásokhoz.

Eszerint tehát nyilvánvaló, hogy a korábbi védjegyek jó hírnévnek örvendenek azon tény-nél fogva, hogy az EK tagállamai vásárlóközönségének jelentős része ismeri azokat, amint azt bizonyítja többek között az O melléklet tárgyát képező piackutatás is.

A BPHH szerint a Fellebbezési Tanács pontosan használta a korábbi védjegy megkülön-böztetőképessége vagy jó hírneve megsértésének vagy tisztességtelen kihasználásának fogalmát. Így az helyesen vélte úgy, hogy a beavatkozó által benyújtott bizonyítékok alátá-masztják, hogy a neki tulajdonított jó hírnévre a vásárlóközönség jelentős része körében szert tett, főként mint egyes áruk gyártója, illetve mint olyan piaci szereplő, amely szpon-zorként működik a sport, valamint popsztárok koncertjeinek produkciója területén.

Egyébként a korábbi védjegy jó hírnevét ért sérelem nem szükséges feltétel. Elegendő a megkülönböztetőképesség sérelmének előidézése, amiből nem következik feltétlenül a védjegy degradálása vagy elhomályosítása (tarnishment).

Az alperes álláspontja szerint nem zárható ki, hogy a felperes a jövőben nem fog sportruházati cikkeket (vagy cipőket, illetve sporttevékenység során használatos kalapárukat) gyártani, és azokon nem tünteti fel a TDK megjelölést. Így, mivel a bejelentett védjegy azonos a beavatkozó egyik vagy másik korábbi védjegyével, arra lehet következtetni, hogy a vásárlóközönség azt hiheti, hogy a felperes által gyártott áruk a beavatkozó által vagy engedélye mellett, sokrétű szponzori tevékenységének keretein belül készülnek.

Végezetül pedig az EK-védjegyrendelet 8. cikk (5) bekezdésének alkalmazási feltételéről, nevezetesen az „alapos ok”-ra vonatkozó kitéletről szólva a BPHH kifejtette, hogy mivel a felperes nem igazolta, hogy a bejelentett védjegyet alapos okkal szándékozik használni, helyes a Fellebbezési Tanács álláspontja, mely szerint a bejelentett védjegyek használata nem alapos okkal történt.

A *beavatkozó* (a TDK védjegy jogosultja) a saját korábbi védjegyeinek jó hírnevét illetően benyújtott bizonyítékok jelentőségét hangsúlyozta, például azt a tényt, hogy Európában realizált üzleti forgalma 1996-ban 628 millió USD volt. Kiemelte továbbá azt is, hogy az Európában értékesített audio- és videokazettákat teljes egészében ott is gyártják.

A hivatkozott General Motors-ítéletben meghatározott, piaci részesedéssel kapcsolatos első feltétellel kapcsolatban a beavatkozó bizonyította, hogy Európában ő bír az egyik legnagyobb piaci részesedéssel. A második, a korábbi védjegyek használatának intenzitására, földrajzi kiterjedésére és időtartamára vonatkozó feltétellel kapcsolatban bizonyította, hogy a korábbi védjegyek használatának intenzitása kapcsolatban áll az általa elért jelentős piaci részesedéssel, valamint hogy tevékenységét Európában 1973-ban kezdte, és azóta továbbfejlesztette, és áruait a szóban forgó védjegyekkel ellátva az Európai Unió valamennyi országában reklámozta. Hangsúlyozta továbbá, hogy szponzori tevékenysége a szóban forgó védjegyek fokozottabb ismertségéhez vezetett. Ugyanis a beavatkozó által szponzorált zenéi és sportesemények hatására a vásárlóközönség még fogékonyabbá vált az ő védjegyeire, egyértelműen túlmutatva az említett védjegyekkel megjelölt áruk értékesítésén.

A felperes érve, amely szerint a korábbi védjegyeket semmi esetre sem érhetette sérelem, mivel a bejelentett védjegyet luxus ruházati cikkeken kívánják feltüntetni, nem bír relevanciával, és a sérelem fennáll, függetlenül attól, hogy a szóban forgó áruk luxusminőségűek-e vagy sem. A beavatkozó rámutatott továbbá arra, hogy az sem zárható ki, hogy a felperes TDK megjelöléssel ellátott pólókat fog értékesíteni olyan eseményeken, amelyeknek a szponzora ő maga.

ÍTÉLET

Ezt követően az EK Törvényszéke a 2006. szeptember 13-i tárgyalást követően T 477/04 sz. alatt hozott ítéletével⁴ a keresetet elutasította, miáltal a BPHH bejelentést elutasító határozata véglegessé vált.

Az ítélet indokolása.

A korábbi védjegy számára az EK-vedjegyrendelet 8. cikkének (5) bekezdése által biztosított, kiterjedt védelem több feltétel együttes fennállását feltételezi. Először is, az állítólagosan jó hírnevű védjegynek lajstromozott védjegynek kell lennie. Másodsorban e védjegynek és a bejelentett (későbbi) védjegynek azonosnak vagy hasonlóknak kell lennie. Harmadsorban jó hírnevnek kell örvendenie az Európai Közösség területén belül, amennyiben korábbi közösségi védjegyről van szó, vagy az érintett tagállam területén, amennyiben korábbi nemzeti védjegyről van szó. Negyedsorban legalább az alábbi két feltétel egyikének fenn kell állnia: *i*) a korábbi védjegy megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználása *ii*) vagy a korábbi védjegy megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének sérelme. Végezetül pedig a bejelentett védjegy e használatának alapos ok nélkül kell történnie (ítélet, 43. pont).

Jelen ügyben nem vitatható, hogy a bejelentett védjegy azonos vagy hasonló a korábbi védjegyekkel, és e korábbi védjegyek lajstromozásra kerültek (ítélet, 44. pont).

Egyébiránt a Fellebbezési Tanács, miután megállapította, hogy a bejelentett védjegy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét, és mivel az EK-vedjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazási feltételei alternatív feltételek, nem vizsgálta, hogy a fenti 43. pont *ii*) alpontjában foglalt feltétel teljesül-e. Továbbá nem vitatható, hogy a felperes egyetlen, az EK-vedjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdése szerinti alapos okra sem hivatkozott (ítélet, 45. pont).

Ilyen körülmények között először is azt kell megvizsgálni, hogy a korábbi védjegyek jó hírnevnek örvendenek-e, másodsorban pedig, hogy a bejelentett védjegy tisztességtelenül kihasználja-e a korábbi védjegyek megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (ítélet, 46. pont).

A jó hírnevről

A felperes lényegében azt állítja, hogy a Fellebbezési Tanács hibát követett el a beavatkozó által a korábbi védjegyek jó hírnevének és megkülönböztetőképességének megállapítása céljából benyújtott mellékletek bizonyító erejének értékelése során (ítélet, 47. pont).

Az EK-vedjegyrendelet 8. cikkének (5) bekezdése nem határozza meg a jó hírnév fogalmát. Ugyanakkor az Európai Bíróság ítélkezési gyakorlatából következik a védjegyekre vo-

⁴ Magyarul is: <http://eur-lex.europa.hu>

natkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv⁵ 5. cikkének (2) bekezdése vonatkozásában, amelynek normatív tartalma lényegében az EK-védjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdésének felel meg, hogy a jó hírnév feltétele az, hogy a korábbi védjegyet az azzal ellátott árukon vagy szolgáltatásokon keresztül az érintett vásárlóközönség jelentős része ismerje (ítélet, 48. pont).

E feltétel vizsgálata során tekintetbe kell venni az ügy minden releváns elemét, többek között a védjegy piaci részesedését, a védjegy használatának intenzitását, földrajzi kiterjedését és tartamát, valamint a vállalkozás által a védjegy reklámozása céljából megvalósított beruházások jelentőségét. Az Európai Bíróság a fent hivatkozott General Motors-ítéletében kifejtette, hogy az irányelv 5. cikke (2) bekezdésének sem a szövege, sem a szellemisége nem teszi lehetővé annak előírását, hogy az érintett vásárlóközönség egy meghatározott százalékának körében a korábbi védjegy ismert legyen, és hogy ennek a jó hírnévnek az érintett földrajzi terület jelentős részén kell fennállnia. Az Európai Bíróság ezen ítéletében kimondott feltételeket az Elsőfokú Bíróság két ítélete explicite [az Elsőfokú Bíróság T-8/03. sz., a Pucci (EMILIO PUCCI)-ügyben 2004. december 13-án hozott ítéletének (EBHT 2004., II-4297. o.) 67. pontja⁶] vagy implicite [az Elsőfokú Bíróság T-67/04. sz., a Spa Monopole kontra OHIM – Spa Finders Travel Arrangements (SPA FINDERS)-ügyben 2005. május 25-én hozott ítéletének (EBHT 2005., II-1825. o.) 34. pontja⁷] is átveszi (ítélet, 49. pont).

A Törvényszék megállapítja mindenekelőtt, hogy a megtámadott határozat (26. pont) helyesen veszi át a fent hivatkozott General Motors-ítéletben a korábbi védjegyek jó hírneve és megkülönböztetőképessége megállapítása céljából meghatározott feltételeket (ítélet, 50. pont).

A Törvényszék úgy véli továbbá, hogy a Fellebbezési Tanács nem követett el hibát a beavatkozó által, a korábbi védjegyek jó hírnevének megállapítása céljából benyújtott bizonyítékok értékelése során (ítélet, 51. pont).

A Fellebbezési Tanács helyesen vette tekintetbe a megtámadott határozat 27. pontjában az A–R mellékleteket azok összességében, jelentőséget tulajdonítva különösen a szóban forgó korábbi védjegyek használatának intenzitására, időtartamára és földrajzi kiterjedésére vonatkozó megállapításoknak (ítélet, 52. pont).

⁵ HL-1989. L. 40., p. 1; magyar nyelvű kiadás 17. fejezet, 1. kötet, p. 92

⁶ Eszerint:

Ahogy az az Európai Bíróság ítélkezési gyakorlatából következik, a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről szóló, 1988. december 21-i 89/104/EGK első tanácsi irányelv 5. cikkének (2) bekezdése vonatkozásában, amelynek normatív tartalma lényegében a 40/94 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének felel meg, a jó hírnév feltétele az, hogy a korábbi védjegyet az azzal ellátott árukon vagy szolgáltatásokon keresztül az érintett vásárlóközönség jelentős része ismerje. E feltétel vizsgálata során tekintetbe kell venni az ügy minden releváns elemét, többek között a védjegy piaci részesedését, a védjegy használatának intenzitását, földrajzi kiterjedését és tartamát, valamint a vállalkozás által a védjegy reklámozása céljából megvalósított beruházások jelentőségét.

⁷ Eszerint:

... az ítélkezési gyakorlat értelmében a jó hírnév feltétele az, hogy a korábbi védjegyet az azt hordozó áruk vagy szolgáltatások által az érintett vásárlóközönség nagy része ismerje ...

A Fellebbezési Tanács a megtámadott határozat 29. pontjában bemutatja, hogy a beavatkozó a felszólalási osztály előtt folyó eljárásban bizonyította, hogy:

- „1973 óta van Európában kereskedelmileg jelen”;
- „1988 óta gyárt Európában audio- és videokazetta-alkotóelemeket”;
- „kereskedelmi képviselője van Németországban, Franciaországban, Olaszországban, Ausztriában, Svédországban, Lengyelországban és az Egyesült Királyságban”;
- „egy közösségi védjegyen túl nemzeti védjegyek, nevezetesen a TDK szóvédjegy, valamint a TDK szó- és ábrás védjegy vagy mindkettő jogosultja az Európai Közösség tizenkét tagállamában, köztük az elsőnek 1969 óta”;
- „1998 októbertől és 1999 szeptembere között TDK védjegyeinek használatával Nagy-Britanniában 49,5%-os, míg Európában 22,1%-os piaci részesedést szerzett 8 mm-es videokazetták tekintetében, és ugyanezen időszakokra Nagy-Britanniában 64,1%-os, Európában pedig 39,3%-os volt a részesedése az audiókazetták piacán”;
- „védjegyei használatával öt európai turnét vagy zenei eseményt szponzorált olyan fellépőkkel mint a Rolling Stones (1990), Paul McCartney (1991), Phil Collins (1994), Tina Turner (1996) és Janet Jackson (1998); továbbá valamennyi atlétikai világbajnokságot 1983 óta; egyes időszakokban a finn nemzeti atlétikai és hokiválogatottat, az olasz Milan AC labdarúgóklubot, a holland Ajax Amsterdam labdarúgóklubot, a spanyol TDK Manresa kosárlabdaklubot, a svéd Uppsala Gators kosárlabdaklubot és az angol Crystal Palace labdarúgóklubot”;
- „a védjegyet akár a versenyzők rajtszámán, akár közvetlenül a sportruházati cikkeken tüntették fel, e ruházati cikkeket, melyek főként sportruházati cikkeket foglaltak magukban, köztük labdarúgómezt és -sortot, kosárlabdamezt és -sortot, sport felsőruházatot stb., a TDK védjeggyel forgalmazták”;
- „a védjegyeket megjelenítették a stadionok körül a reklámtáblákon, a léggömbökön stb.” (ítélet, 53. pont).

A megtámadott határozat 30. pontjában a Fellebbezési Tanács úgy véli, hogy a fenti pontban érintett kereskedelmi és szponzori tevékenységek kiterjedtek egész Európára, és jelentős anyagi és időráfordítást, valamint erőfeszítéseket igényeltek. A Fellebbezési Tanács megállapítja továbbá, hogy a szponzorált eseményeket gyakran közvetítették televízióban, vagy rögzítették, így a korábbi védjegyeket a közönség gyakrabban látta (ítélet, 54. pont).

A megtámadott határozat 31. és 32. pontjában a Fellebbezési Tanács a beavatkozó által benyújtott bizonyítékok értékelését végzi, és megállapítja korábbi védjegyek jó hírvéneke és megkülönböztetőképességének meglétét. A következőket mondja:

„A Fellebbezési Tanács álláspontja szerint a fentebb vizsgált bizonyítékok jelentős idő- és anyagi ráfordítás és erőfeszítések eredményei, amelyek meglehetősen és szokatlanul hosszú időszakokra kiterjednek a felszólaló audio- és videokazettái, valamint védjegyei promóciójának vonatkozásában. Az, hogy a piackutatások a tényleges eladási mutatókat és reklám-információkat veszik át, alátámasztja a felszólaló által védjegyei jó hírve és ismertsége

tekintetében előterjesztett minden érvét. A benyújtott bizonyítékok nyilvánvalóvá teszik, hogy egy jelentékeny időszakban folytatott szponzori tevékenységhez kapcsolódva a védjegy megszerezte és fenntartotta jó hírnevét, kialakult és továbbra is fennáll jelentős közismertsége, továbbá számottevő kereskedelmi értékkel bír, ami igazolja a ráfordítások folytatását. A benyújtott iratokból és a felszólaló által védjegyének a szponzorálás által történt promóciója céljából megvalósított beruházásaiból kiderül, hogy a védjegy jelentős jó hírnévnek örvend, amely minden bizonnyal azon a tényen alapul, hogy a védjegy az érintett közönség jelentős része körében ismert. Mivel az olyan tevékenységek, mint az atlétika, a kosárlabda, a labdarúgás és a zenei rendezvények a „rajongók”, a popsztárok, a labdarúgók és az adott sport megszállott imádóinak ragaszkodását és hűségét erősítik, a Fellebbezési Tanács meg van győződve arról, hogy a felszólaló védjegye és tevékenysége közötti kapcsolat igen jelentős ismertséget eredményezett és jó hírnevet szerzett, amely túlmutat a védjeggyel megjelölt árukhoz egyszerűen kapcsolt hírneven. Következésképpen a felszólalónak jogában áll védjegye számára igényelni az EK-védjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdése szerinti minél kiterjedtebb oltalmat, amint azt a Felszólalási Osztály megállapította. Tehát a védjegy, függetlenül az esetlegesen benne rejlő megkülönböztetőképességétől, és mivel a TDK megjelölés nincs semmiféle kapcsolatban a vitatott árukkal, az általa megszerzett jó hírnév folytán jelentős megkülönböztetőképességgel rendelkezik” (ítélet, 55. pont).

A Törvényszék az iratok fényében úgy véli, hogy a megtámadott határozat 29–32. pontjait fenn kell tartani. Ugyanis a beavatkozó az A–R mellékletek összességével bizonyította, hogy Európában, beleértve a népes tagállamokat is, 1988 óta folytatott kereskedelmi tevékenysége természetét és kiterjedését mind a gyártás, mind a forgalmazás, a szponzorálás és a szóban forgó korábbi védjegyekkel kapcsolatos promóció vonatkozásában felállított feltétel teljesülését, nevezetesen hogy a közönség meghatározó részének körében az ő védjegye ismert (ítélet, 56. pont).

Meg kell állapítani továbbá, hogy a szóban forgó korábbi védjegyekkel megjelölt áruk, mint az Európa háztartásaiban igen elterjedt audio- és videokazetták eladásának mértéke, valamint a számos nézőt vonzó szponzorált események nagysága, gyakorisága és rendszeressége, amelyek folyamán e védjegyet használták, alátámasztja a Fellebbezési Tanács értékelését, amely szerint a szóban forgó korábbi védjegyek teljesítik az ítélezési gyakorlat által a jó hírnév vonatkozásában felállított feltételt, nevezetesen, hogy ismertek a közönség meghatározó részének körében (ítélet, 57. pont).

Azzal kapcsolatban, hogy a beavatkozó által korábbi védjegyeinek jó hírneve megállapítása céljából benyújtott egyes mellékletek, különösen pedig az O melléklet, nem bírnak bizonyító erővel, meg kell állapítani, hogy még ha feltételezzük is, hogy ennek bizonyító ereje nem elégséges, ez a helyzet még nem képes gyengíteni a fenti 56. és 57. pontban foglalt megállapításokat. A Fellebbezési Tanács ugyanis a szóban forgó korábbi védjegyek jó hírnevének vizsgálatát a beavatkozó által benyújtott mellékletek összességére alapozta. Ezek

együttes olvasatából az következik, hogy a Fellebbezési Tanács nem követett el hibát ezen összességben vizsgált mellékletek bizonyító erejének értékelése során (ítélet, 58. pont).

A megtámadott határozatot a korábbi védjegyek az EK-védjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdése szerinti jó hírnevének megállapításával kapcsolatos részében tehát nem kell hatályon kívül helyezni (ítélet, 59. pont).

A korábbi védjegyek megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználásáról

A továbbiakban azt kell megvizsgálni, hogy a bejelentett védjegy tisztességtelenül használja-e ki a korábbi védjegyek megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (ítélet, 60. pont).

A Fellebbezési Tanács e tekintetben rámutatott (a megtámadott határozat 33–39. pontja) azon okokra, amelyek folytán megvalósul a tisztességtelen kihasználás, és megállapította többek között a következőket.

„A Fellebbezési Tanács álláspontja szerint a felszólaló által benyújtott bizonyítékok alátámasztják, hogy az általa nemcsak egyes áruk gyártójaként, hanem a főként sportesemények és nagy zenei rendezvények szervezését érintő szponzori tevékenységeinek következtében megszerzett jó hírnév a vásárlóközönség jelentős része körében fennáll” (határozat, 37. pont).

Tagadhatatlan, hogy szponzori tevékenységeinek keretén belül a felszólaló védjegyét megjelenítő ruházati cikket gyárt, vagy ezek gyártásával foglalkozik. Noha az áruk elsődleges rendeltetése a védjegy promóciója, ugyanakkor igaz, hogy a szóban forgó vásárlóközönség hozzá van szokva, hogy a védjegyet ezen árukon megjelenítve lássa sport- vagy zenei rendezvények során (határozat, 38. pont).

A bejelentő azt tervezi, hogy a védjegyet ruházati cikkeken, cipőkön és kalapárukon fogja használni, megszorítás nélkül. Ez azt jelenti, hogy a kiválasztás magában foglal mindenféle ruházati cikket, beleértve a sportruházati cikket is. Nincs ok annak feltételezésére, hogy a bejelentő nem használja majd a TDK betűket pólókon, sortokon, felsőruházaton vagy hasonló sportfelszerelésen. Ugyanezen megfontolásokat kell alkalmazni a sporteseményeken használt cipők és kalapáruk vonatkozásában is. Mivel a bejelentett védjegy azonos a felszólaló egyik védjegyével, a szóban forgó vásárlóközönség azt fogja feltételezni, hogy a ruházati cikket, cipőket és kalapárukat a felszólaló gyártotta, vagy a TDK engedélyével gyártották őket szponzori tevékenységének keretén belül. Más szóval a bejelentő saját áru irányába fog vonzani minden olyan vásárlót, aki jelenleg a felszólalóhoz mint atlétikai világrendezvények és európai zenei események szponzorához kötődik, amely eseményekre a felszólaló igen jelentős (enormous) időt, fáradságot és pénzt fordított, amint azt a megtámadott határozat megállapítja. Egy időben van szó a jó hírnévvel rendelkező védjegyeken való „élősködésről” (free-riding) és a jó hírnevükből eredő kereskedelmi haszon kihasználásának kísérletéről. A Fellebbezési Tanács álláspontja szerint ez megfelel a korábbi védjegyek megkülönbözete-

tőképessége, illetve jó hírneve tisztességtelen kihasználásának (határozat, 39. pont – ítélet, 61. pont).

Így a Fellebbezési Tanács álláspontját lényegében az alábbi megállapításokra alapozta. A korábbi védjegyek egyébként is megállapítást nyert jó hírneve, valamint megkülönböztetőképesége a beavatkozó sport- és zenei eseményekkel kapcsolatos szponzorálás keretén belül végzett promóciós- és reklámtevékenységével egészül ki. Különösen ami a sporteseményeket illeti, a vásárlóközönség hozzá van szokva, hogy látja a TDK védjegyet az ezen eseményekhez kötődő ruházati cikkeken. Ezen túl a bejelentett védjegy felperes által történő használata általában ruházati cikkek, különösen pedig a beavatkozó által sportszponzori tevékenységeinek keretén belül szokásosan használt áruk vonatkozásában alkalmas arra, hogy a vásárlóközönségben azt a képzete keltse, hogy e ruházati cikkeket a beavatkozó vagy mások az ő engedélyével gyártották. A rendelkezésére álló bizonyítékok alapján a Fellebbezési Tanács megállapította, hogy a bejelentett védjegy felperes által történő használata a TDK védjegy és a korábbi védjegyek jó hírnevéhez és megkülönböztetőképességéhez kötődő kereskedelmi érték közötti valószínű képzettársítás folytán alkalmas arra, hogy a vásárlókban azt a képet keltse, hogy a felperes áruit vásárolják (ítélet, 62. pont).

A felperes lényegében kétségbe vonja a Fellebbezési Tanács álláspontjának kiindulópontját képező iratok bizonyító erejét. Kiemeli különösen azt, hogy az általa a vásárlóközönségnek eladni kívánt áruk forgalmazása egészen eltérő elosztási hálózaton történik, és a sportolók rajtszámán és pólóján feltüntetett korábbi védjegyek (pl. ADIDAS) a vásárlóközönség tudatában nem társulnak a beavatkozó szponzori tevékenységéhez (ítélet, 63. pont).

A Törvényszék emlékeztet arra, hogy a korábbi védjegy jogosultja nem köteles bizonyítani védjegyének tényleges és folyamatban lévő veszélyeztetését. Ugyanakkor olyan bizonyítékokat kell szolgáltatnia, amelyekből *prima facie* következtetni lehet a tisztességtelen kihasználás vagy sérelem nem csupán feltételezett jövőbeni veszélyére (a fent hivatkozott SPA-FINDERS-ítélet 40. pontja⁸ – jelen ítélet, 64. pont).

A korábbi védjegy megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználását úgy kell értelmezni, hogy az magában foglalja egy megbecsülésnek örvendő védjegy nyilvánvalóan élőszködő módon történő kizsákmányolását, valamint a jó hírnevének kihasználására irányuló kísérletet (lásd a fent hivatkozott SPA-FINDERS-ítélet 51.

⁸ Eszerint:

... a közösségi védjegyrendelet 8. cikke (5) bekezdésének célja nem az, hogy kizárja valamennyi, egy jó hírnévnek örvendő védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló védjegy lajstromozását. E rendelkezés rendeltetése az, hogy lehetővé tegye egy jó hírnévnek örvendő, korábbi nemzeti védjegy jogosultja számára, hogy felszólalhasson azon védjegyek lajstromozása ellen, amelyek a korábbi védjegy jó hírnevét vagy megkülönböztetőképességét sérthetik, vagy ezen jó hírnevet vagy megkülönböztetőképességet tisztességtelenül kihasználhatják. Ezen a ponton ki kell fejezni, hogy a korábbi védjegy jogosultja nem köteles bizonyítani védjegyének tényleges és folyamatos (actual) veszélyeztetését. Ugyanakkor olyan bizonyítékokat kell szolgáltatnia, amelyekből *prima facie* következtetni lehet a tisztességtelen kihasználás vagy sérelem nem csupán feltételezett jövőbeni veszélyére.

pontját).⁹ A Törvényszék megállapítja továbbá, hogy minél jelentősebb a korábbi védjegy megkülönböztetőképessége és jó hírneve, annál könnyebben fogadható el a sérelem veszélye (ítélet, 65. pont).

Jelen ügyben hangsúlyozni kell, hogy a beavatkozó bizonyította korábbi védjegyeinek jó hírnevét, és a Fellebbezési Tanács megállapította (a megtámadott határozat 32. pontja), anélkül, hogy e tekintetben ellentmondott volna, hogy a korábbi védjegyek jó hírnevüknél fogva jelentős megkülönböztetőképességgel rendelkeznek. Ezt a megállapítást egyébiránt a korábbi védjegyek referenciapiacokon történő jelentős térhódítása is alátámasztja (ítélet, 66. pont).

Ilyen körülmények között a Törvényszék úgy véli, hogy a Fellebbezési Tanács helyesen vehette úgy a beavatkozó szponzori, különösen sportszponzori tevékenysége okán, hogy a bejelentett védjegy felperes által sportruházati cikkeken történő és ki nem zárható használata azt a látszatot kelti, hogy e ruházati cikkeket a beavatkozó gyártja, vagy az ő engedélyével gyártják. Ez a helyzet önmagában olyan tényező, amely lehetővé teszi *prima facie* annak megállapítását, hogy fennáll a nem csupán feltételezett veszély, hogy a felperes a korábbi védjegyek jó hírnevét tisztességtelenül kihasználja, amely jó hírnév a beavatkozó által több mint húsz éve folytatott tevékenység, erőfeszítések és ráfordítások eredménye (ítélet, 67. pont).

MEGJEGYZÉSEK

1. A jó hírű védjegy szélesebb körű oltalma az európai (közösségi) védjegyjog egyik vívmánya,¹⁰ s azt a magyar jog [Vt. 4. § (1) bek. c) pont] is átvette. Védjegytorlási ügyekben a Magyar Szabadalmi Hivatal több olyan határozatot hozott már, amely a jó hírű védjegy oltalmát biztosította.
2. Az itt ismertetett határozat – bár azt „csak” az EK Törvényszék, pontosabban az Elsőfokú Bíróság hozta – betekintést enged abba, hogy
 - a felszólalási eljárás résztvevői,
 - a felszólalást másodfokon elbíráló Fellebbezési Tanács,
 - a bíróság
 milyen körülmények között járt el a jogszabály és a joggyakorlat által felállított feltételek kimunkálása, illetve vizsgálata során, amelyeket az ítélet 43. pontja elvontan meghatároz. Ez indokolta a jogeset ilyen részletességgel történt ismertetését.

⁹ Eszerint:

A korábbi védjegy megkülönböztetőképességének vagy jó hírnevének tisztességtelen kihasználását úgy kell értelmezni, hogy az magában foglalja egy megbecsülésnek örvendő védjegy nyilvánvalóan élésködő módon történő kizsákmányolását, valamint a jó hírnevének kihasználására irányuló kísérletet (lásd ebben az értelemben *Jacobs* főtanácsnok, Adidas-ítélettel kapcsolatos perösszefoglalója 39. pontját).

¹⁰ *Vida*, id. mű (3), p. 180

3. Számomra különösen meggyőző és rokonszenves az ítéletnek az a megállapítása (58. pont), amely – összhangban a Fellebbezési Tanács határozatával – lényegileg azt mondja, hogy még ha a felhozott bizonyítékok közül valamelyik (piackutatás) nem is fogadható el, a többi bizonyíték azonban kellőképpen megalapozza a döntést, úgy a döntés az el nem fogadott bizonyíték miatt nem kérdőjelezhető meg.
4. Érdekességként megjegyzem, hogy az ítélet csak utalás formájában tesz említést arról a jogszabályi feltételről, hogy a felperesnek „alapos oka” (az EK-védjegyrendelet az „indokolatlan” kifejezést használja) volt-e, hogy más jó hírű védjegyt sajátjaként bejelentse. Amint azt a BPHH (az alperes) előadta, a felperes ilyet nem igazolt. Egyébként nehéz is elképzelni olyan alapos okot, amely az ilyen eljárást menthetővé tenné. Mint jogi képviselő alighanem nehéz helyzetben volnék, ha ilyesféle (alapos) okot kellene kitalálnom vagy magyaráznom.
5. Annak érdekében, hogy a terjedelmes ítélet a tényállás egy lényeges elemét ne homályosítsa el, visszatérek annak megemlítésére, hogy a jogvita tárgyát közösségi védjegybejelentés képezte. Nemzeti, pl. magyar védjegybejelentés esetében a védjegy magyarországi jó hírnevének vizsgálata lett volna az elbíráló szerv feladata. Úgy gondolom, hogy a TDK védjegy jó hírneve Magyarországon is bizonyítható lett volna. Közösségi védjegybejelentésről lévén szó érthető, hogy a felszólaló védjegyének jó hírnevét a „népes” tagállamokra vetítve (ítélet, 56. pont) bizonyította.
6. Magyar vagy nemzetközi védjegy magyar része jó hírűségének vizsgálata esetén a Magyar Szabadalmi Hivatalnak, illetve a Fővárosi Bíróságnak a fentiekben ismertetettekkel lényegileg azonos szempontok szerint kell mérlegelnie, hogy a védjegy jó hírűségére alapított szélesebb körű jogokat elismeri-e. Következik ez szintén a közösségi vívmányok, az *acquis communautaire* elvéből.