

Dr. Vida Sándor*

A KÖZÖSSÉGI VÉDJEGY MÁS TAGÁLLAMOKBAN FENNÁLLÓ JÓ HÍRNEVÉNEK JOGHATÁSAI MAGYARORSZÁGON – IMPULSE

A védjegy jó hírnevének fennállása vagy hiánya ténykérdés, ennek bizonyítása, értékelése nem egyszerű, amint azt az EU Bíróságához benyújtott több előzetes döntés iránti kérelem is¹ jelzi. Hasonlóképpen problémákat vethet fel a bizonyított jó hírnév esetében a jogérvényesítés (más jó hírnevének alapos ok nélkül történő kihasználása, annak tisztességtelen kihasználása, megkülönböztetőképességének sérelme).

Tovább bonyolíthatja a jogérvényesítést, ha a jó hírnév az Európai Unió más tagállamaiban fennáll, de abban az országban, ahol a jogvédelmet igénylik, nem állapítható meg. A következőkben egy ilyen ügyről lesz szó.

Tényállás

Az Unilever NV korábbi IMPULSE közösségi szóvédjegye alapján felszólalt az Iron & Smith Kft. által a „be impulsive” színes ábrás megjelölésnek magyar védjegyként való bejelentése ellen. A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (SZTNH) azt állapította meg, hogy az Unilever nagy mennyiségben értékesített és reklámozott az IMPULSE közösségi szóvédjeggyel megjelölt árukat Nagy-Britanniában és Olaszországban, amely országokban ez a védjegy 5%-os, illetőleg 0,2%-os piaci részesedéssel rendelkezik. A hivatal a piaci részesedéssel kapcsolatos megállapítás alapján – amely nem Magyarországra vonatkozott – állapította meg, hogy a közösségi védjegy jó hírnevét az Európai Unió jelentős részén bizonyították. Megállapította továbbá, hogy nem lehet kizárni azt a veszélyt, hogy a későbbi védjegy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyet, ezért a bejelentést elutasította.

* Jogtanácsos, Danubia Szabadalmi és Jogi Iroda Kft.

¹ Dr. Faludi Gábor, dr. Lukácsi Péter: A védjegy törvény magyarázata. Budapest, 2014, p. 148–162, 563–565; dr. Vida Sándor: Az Európai Bíróság védjegy jogi gyakorlata II. Novotni Alapítvány a „Magánjog felhasználásáért”, Miskolc, 2010, p. 59–134.



be impulsive

Az Iron & Smith az SZTNH elutasító határozatával szemben megváltoztatási kérelmet nyújtott be a Fővárosi Törvényszékhez. Ez utóbbi, mint kérdést előterjesztő bíróság, mivel kételyei voltak az Európai Parlament és a Tanács 2008/95/EK irányelve (védjegyirányelv) 4. cikke (3) bekezdésének helyes értelmezését illetően, előzetes döntéshozatal céljából a következő kérdéseket terjesztette elő az EU Bíróságához.

1. A közösségi védjegy jó hírnevének igazolásához a védjegyirányelv 4. cikk[e] (3) bekezdésének² értelmében elegendő lehet-e az egy tagállamban fennálló jó hírnév abban az esetben is, ha az annak alapján benyújtott felszólalással érintett nemzeti védjegyjelentést az adott tagállamtól eltérő országban tették?
2. A közösségi védjegy jó hírnevének vizsgálata során alkalmazott területi kritériumok körében alkalmazhatók-e a közösségi védjegy tényleges használata tekintetében az EU Bírósága által rögzített elvek?
3. Ha a korábbi közösségi védjegy jogosultja a nemzeti bejelentéssel érintett tagállamon kívüli – az Európai Unió területének jelentős részét lefedő – országokban igazolja a közösségi védjegy jó hírnevét, meg lehet-e ettől függetlenül követelni, hogy az érintett tagállam tekintetében is sikeres bizonyítást terjesszen elő?
4. Ha a [3. kérdésre] a válasz nemleges, a belső piac sajátosságait is szem előtt tartva, adódhat-e olyan eset, amikor az Európai Unió jelentős részén intenzíven használt védjegy a releváns nemzeti fogyasztói körben ismeretlennek minősül, és ezáltal nem teljesül a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésében foglalt lajstromozást gátló ok fennállásához szükséges másik előfeltétel, azaz nem áll fenn a jó hírnév, [illetve a] meg-

² A szöveg:

A megjelölés akkor sem részesülhet védjegyoltalomban, illetve a védjegy törlésének akkor is helye van, ha a megjelölés a korábbi közösségi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló, és az érintett áruk, illetve szolgáltatások nem hasonlóak, feltéve, hogy a korábbi közösségi védjegy a Közösségben jó hírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi közösségi védjegy megkülönböztetőképességét vagy hírnevét.

különböztetőképesség sérelmének vagy tisztességtelen kihasználásának a veszélye; és ha igen, akkor milyen körülményeket kell igazolnia a közösségi védjegy jogosultjának ahhoz, hogy az említett előfeltétel teljesüljön?

Az EU Bírósága előtt folyamatban lévő ügyben többek között a magyar kormány is észrevételt nyújtott be.

A magyar kormány állásfoglalása

A következőkben a magyar kormány álláspontját rövidítve (kivonatosa) közlöm, megtartva annak szóhasználatát.

Az előterjesztő bíróság, a Fővárosi Törvényszék az EU Bíróságának a C-375/97 számú, General Motors-ügyben hozott ítéletében a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdésében szereplő „tagállamban élvezett jó hírnév” kifejezés tekintetében úgy találta, hogy elegendő, ha a védjegy a tagállam „jelentős részén” jó hírűnek minősül (ami a Benelux államok esetében az egyik ország meghatározott területét is jelentheti). Annak érdekében, hogy a lajstromozott védjegy a nem hasonló árukra vagy szolgáltatásokra kiterjedően is oltalmat élvezzen, a védjegy által felölelt áruk és szolgáltatások vonatkozásában az érintett közönség jelentős része által ismertnek kell lennie.

A PAGO-ügyben a Bíróság arra kereste a választ, hogy a KVR³ 9. cikke (1) bekezdésének c) pontja alkalmazásában elfogadható-e az Unió szintjén jó hírűnek egy közösségi védjegy, ha az csupán egyetlen tagállamban élvez jó hírnevet. A Bíróság válaszában rögzítette, hogy a KVR érintett rendelkezésében „biztosított oltalom akkor terjed ki valamely közösségi védjegyre, ha ezt a védjegyet az általa jelölt árukkal vagy szolgáltatásokkal érintett vásárlóközönség jelentős része a Közösség területének jelentős részében ismeri”. A Bíróság kiemelte továbbá, hogy az alapeljárás körülményeire tekintettel a szóban forgó tagállam, azaz Ausztria területe úgy tekinthető, hogy az Unió területének jelentős részét képezi. A PAGO-ügy megállapításai alapján tehát akár az a következtetés is levonható lenne, hogy a jó hírnévhez kapcsolódó kiterjesztett oltalom a közösségi védjegyeket a teljes Unió területén abban az esetben is megilleti, ha pusztán egyetlen tagállamban igazolt azok fokozott ismertsége.

Az előterjesztő bíróság ugyanakkor az SZTNH-val egyetértve kifejti, hogy nem elhanyagolható szempont, amelyre egyébként az ítélet szövegezése is utal az „az alapeljárás körülményeire tekintettel” fordulatban, hogy a PAGO-ügy esetében egy osztrák nemzeti védjegybejelentéssel szemben szólalt fel a közösségi védjegy jogosultja, amelynek jó hírnevét történetesen éppen Ausztriában tudta igazolni. Nem vonható le tehát a PAGO-ítéletből az az egyenes következtetés, hogy az egy tagállamban fennálló jó hírnév minden esetben elegendő ahhoz, hogy annak jogosultja a közösségi védjegy magasabb szintű oltalmára hi-

³ A Tanács 207/2009/EK rendelete (2009. február 26.) a közösségi védjegyről (kodifikált változat).

vatkozzon. Úgy tűnik, hogy az ítélet az alapeljárás speciális jellege folytán számos kérdést megválaszolatlanul hagyott.

Az első kérdésről

Egyetértünk azzal, hogy aránytalan előnyt jelentene a közösségi védjegy jogosultja számára, ha az egy tagállamban fennálló jó hírnév elegendő volna, mivel a védjegy ismertsége folytán indokolt kiterjesztett védelmet a teljes Unió területén érvényesíthetné, holott az csupán egyetlen, adott esetben kis területű országban áll fenn ténylegesen.

A második kérdésről

Egyetértünk azzal az állásponttal, amely szerint a közösségi védjegy jó hírnevének vizsgálata során is indokolt lehet a tagállami határok figyelmen kívül hagyása, ezenkívül célszerű figyelembe venni az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások természetét, a használat területi kiterjedtségét és mennyiségi jelentőségét, a használat gyakoriságát és rendszerességét. Relevanciával bírhat továbbá annak a vizsgálata, hogy a védjegyet alapvető rendeltetésének megfelelően használják-e, illetve az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások tekintetében a védjegy piaci részesedést teremt vagy tart-e fenn.

A harmadik kérdésről

Úgy véljük, hogy a közösségi védjegy territorialitásával ellentétes lenne, ha az adott tagállamban történt használat a jó hírnév fennállásának vizsgálata körében szükséges előfeltétel lenne. Ha az „Unió jelentős részén” kritériumból indulunk ki, ez szintén nem tűnik szükségesnek, mivel a teszt lényege, hogy a jó hírnévvel érintett terület az Európai Unió jelentős hányadát teszi-e ki. E körben különös relevanciával bírhat a tagállami határok figyelmen kívül hagyása. A jó hírnév sérelme, tisztességtelen kihasználása veszélyének vizsgálata szempontjából ugyanakkor jelentőséggel bírhat, hogy a releváns nemzeti fogyasztói kör ismeri-e egyáltalán a korábbi jó hírű közösségi védjegyet. Ha ugyanis az adott tagállamban ismeretlen a korábbi védjegy, nem merül fel a jó hírnév, megkülönböztetőképesség tisztességtelen kihasználásának, sérelmének a veszélye.

A negyedik kérdésről

A jó hírű védjegy megkülönböztetőképességének vagy hírnevének sérelmét vagy tisztességtelen kihasználását a Bíróság által a C-252/07 számú, az Intel Corporation-ügyben hozott ítélet fejtette ki részletesebben. Ez alapján a jó hírű védjegy sérelmének három típusa különböztethető meg: a megkülönböztetőképesség sérelme (az ún. felhígulás); a jó hírnév sérelme; valamint a megkülönböztetőképesség vagy a jó hírnév tisztességtelen kihasználása. Minél erőteljesebben és közvetlenebbül idézi fel a megjelölés a jó hírű védjegyet, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a megjelölés aktuális vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a jó hírű védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét.

A jó hírű védjegy sérelmének fennállását vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét is az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni.

A jó hírű védjegy jó hírnevének vagy megkülönböztetőképességének tisztességtelen kihasználása a Vt. 4. §-a (1) bekezdésének c) pontjában foglalt lajstromozást gátló ok harmadik alakzata, ahogyan ezt a Bíróság az Intel Corporation-ügyben hozott ítéletében kifejtette. A Bíróság által a C-487/07 számú L'Oréal-ügyben elmondottak szerint e fogalom nem a védjegy által elszenvedett sérelemhez kötődik, hanem az azzal azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés harmadik fél által történő használatából származó előnyhöz. Ez magában foglalja többek között azt az esetet, amikor a védjegy imázsa átvitelének vagy a vele azonos vagy hozzá hasonló megjelöléssel jelölt árukra kivetített tulajdonságoknak köszönhetően a jó hírű védjegy nyomdokában egyértelmű kihasználás történik.

A fentiekre tekintettel álláspontunk a negyedik kérdés kapcsán az, hogy a jó hírnév sérelme, tisztességtelen kihasználása veszélyének vizsgálata szempontjából jelentőséggel bírhat, hogy a releváns nemzeti fogyasztói kör ismeri-e egyáltalán a korábbi jó hírű közösségi védjegyet. Ha ugyanis az adott tagállamban ismeretlen a korábbi védjegy, nem merül fel a jó hírnév, megkülönböztetőképesség tisztességtelen kihasználásának, sérelmének a veszélye.

Következtetések

A közösségi védjegy jó hírnevének igazolásához a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésének értelmében nem elegendő az egy tagállamban fennálló jó hírnév abban az esetben, ha az annak alapján benyújtott felszólalással érintett nemzeti védjegybejelentést az adott tagállamtól eltérő országban tették.

A közösségi védjegy jó hírnevének vizsgálata során is indokolt lehet a tagállami határok figyelmen kívül hagyása, ezenkívül célszerű figyelembe venni az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások természetét, a használat területi kiterjedtségét és mennyiségi jelentőségét, a használat gyakoriságát és rendszerességét. Relevanciával bírhat továbbá annak a vizsgálata, hogy a védjegyet alapvető rendeltetésének megfelelően használják-e, illetve az árujegyzékben szereplő áruk vagy szolgáltatások tekintetében a védjegy piaci részesedést teremt vagy tart-e fenn.

Ha a korábbi közösségi védjegy jogosultja a nemzeti bejelentéssel érintett tagállamon kívüli – az Európai Unió területének jelentős részét lefedő – országokban igazolja a közösségi védjegy jó hírnevét, nem lehet megkövetelni, hogy az érintett tagállam tekintetében is sikeres bizonyítást terjesszen elő.

A jó hírnév sérelme, tisztességtelen kihasználása veszélyének vizsgálata szempontjából jelentőséggel bírhat, hogy a releváns nemzeti fogyasztói kör ismeri-e egyáltalán a korábbi jó hírű közösségi védjegyet. Ha ugyanis az adott tagállamban ismeretlen a korábbi védjegy, nem merül fel a jó hírnév, megkülönböztetőképesség tisztességtelen kihasználásának, sérelmének a veszélye.

Perősszefoglaló⁴

A *N. Wahl* főtanácsos által előterjesztett alapos perősszefoglaló megérdemli a részletes ismertetést.

Elemzés

A) Háttér

A védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdését csak a következő két kumulatív feltétel teljesülése esetén kell alkalmazni: *i*) a korábbi közösségi védjegynek az Európai Unió jelentős részén jó hírnevet kell élveznie (első feltétel), és *ii*) a későbbi (nemzeti) védjegy használatának sértenie kell vagy tisztességtelenül ki kell használnia a korábbi közösségi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (második feltétel). A korábbi közösségi védjegy jogosultjának azonban nem kell bizonyítania a saját védjegye és a későbbi nemzeti védjegy közötti összetéveszthetőséget (perősszefoglaló, 9. pont).

Mindezt figyelembe véve egyértelmű, hogy az 1., a 2. és a 3. kérdés szorosan kapcsolódik egymáshoz. E három kérdés mindegyike az első feltételre vonatkozik, nevezetesen arra, hogy milyen kritériumokat kell alkalmazni annak meghatározása érdekében, hogy a korábbi közösségi védjegy az Európai Unió jelentős részén jó hírnevet élvez-e. Ebben a kontextusban a kérdést előterjesztő bíróság számára különösen az kétséges, hogy ezen elemzés keretében milyen jelentőséget kell tulajdonítani (illetve kell-e jelentőséget tulajdonítani) a földrajzi határoknak. E körülmények között először együttesen fogok foglalkozni az 1–3. kérdéssel a második feltételre vonatkozó 4. kérdést megelőzően. Mindazonáltal, mielőtt ezekre a tárgyakra rátérnék, szükség van néhány bevezető megjegyzésre a jó hírnévre vonatkozó viszonylagos kizáró ok alapjául szolgáló indokok tekintetében (perősszefoglaló, 10. pont).

A védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdésében [és a KVR-rendelet ennek megfelelő 8. cikke (5) bekezdésében] szereplő kizáró (és törlési) okok alapja azt az elképzelést tükrözi, hogy a védjegy értéke jóval meghaladhatja annak származást megjelölő képességét: a védjegy értéke egyebek mellett a védjegy által hordozott imázsban is állhat. Ebben az értelemben nem annyira a származás megjelölése részesül védelemben, hanem az adott védjegy gazdasági sikere. E szempontok figyelembevételével nyilvánvalóan nem lehet kizárni, hogy egy védjegy imázsa károsodhatna valamely azonos vagy hasonló védjegy használatának engedélyezése esetén. Ez az eset még inkább (és különösen akkor) lehetséges, ha a későbbi védjeggyel megjelölt áruk és szolgáltatások nem ugyanabba az osztályba tartoznak, mint amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták. Kétségtelen, hogy emiatt szükséges a közösségi védjegyek oltalmát azon áru- és szolgáltatási osztályokon túl is ki-

⁴ C-125/14 ügyszám.

terjeszteni, amelyekre a védjegyet lajstromozták. Tekintettel a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdése alapján nyújtott oltalom különösen széles körű jellegére, nem meglepő, hogy erre a kizáró okra csak akkor lehet hivatkozni, ha a közösségi védjegy az Európai Unióban jó hírnevet élvez (perösszefoglaló, 11. pont).

B) Az első feltétel

A fentieknek megfelelően az 1., a 2. és a 3. kérdés alapját képező probléma abból ered, hogy a védjegyirányelv és a KVR egyáltalán nem szól az Európai Unióban lefedendő földrajzi területről vagy más olyan kritériumról, amelynek eleget kell tenni annak bizonyítása érdekében, hogy a közösségi védjegy jó hírnévvel rendelkezik. Ennek figyelembevételével, mivel a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésének és a KVR 8. cikk (5) bekezdésének a szövege azonos, magától értetődik, hogy ezeket a rendelkezéseket koherensen kell értelmezni (perösszefoglaló, 12. pont).

Mindazonáltal, bár az EU Bírósága már foglalkozott a jó hírnév kérdésével, a kérdést előterjesztő bíróságnak kétségei vannak abban a tekintetben, hogy ez a korábbi ítélkezési gyakorlat alkalmazható-e az előtte folyamatban lévő ügyben. Szemléltetésként röviden ismertetem az ezen ítélkezési gyakorlatot alátámasztó alapelveket (perösszefoglaló, 13. pont).

A General Motors- (CHEVY- – Vida S.) ítéletben, amely a nemzeti védjegyek (ebben az esetben a Benelux védjegyek) kontextusában foglalkozik a jó hírnévvel, az EU Bírósága azt mondta ki, hogy elegendő, ha a védjegy a tagállam területének „jelentős részén” rendelkezik jó hírnévvel. A jelen ügy szempontjából különös jelentősége van annak, hogy az EU Bírósága a továbbiakban megállapította, hogy nem lehet megkövetelni azt, hogy a védjegy a tagállam „teljes” területén jó hírnévvel rendelkezzen. A Benelux terület esetében ez azt jelentette, hogy ahhoz, hogy a védjegy jó hírnévvel rendelkezzen, elegendő, hogy azt e terület jelentős részén ismerje az érintett vásárlóközönség. Az EU Bírósága szerint a „terület jelentős része” ebben az esetben az e területen lévő egyik ország valamely részéből is állhat (perösszefoglaló, 14. pont).

A PAGO-ítéletben az EU Bírósága ezeket a megállapításokat a közösségi védjegy kontextusába helyezte át. Az említett ítéletben az EU Bírósága azt a kérdést vizsgálta, hogy ki lehet-e mondani, hogy valamely közösségi védjegy (egy gyümölcsleves palack formája) az Európai Unió jelentős részén élvez jó hírnevet, ha arról megállapították, hogy csak egyetlen tagállamban rendelkezik jó hírnévvel. Ebben a kontextusban az EU Bírósága azt állapította meg, hogy a szükséges küszöbérték eléréséhez arra van szükség, hogy a közösségi védjegyet az árukkal vagy szolgáltatásokkal érintett vásárlóközönség jelentős része az Európai Közösség területének jelentős részében ismerje. Emellett az EU Bírósága megállapította, hogy „az alapeljárás körülményeire tekintettel” a szóban forgó tagállam (Ausztria) területe úgy tekinthető, hogy az az Európai Unió területének jelentős részét képezi (perösszefoglaló, 15. pont).

Az EU Bíróságának az utóbbi megállapításra vonatkozó minősítésétől függetlenül („az alapeljárás körülményeire tekintettel”) úgy vélem, hogy ebből az ítéletből arra lehet következtetni, hogy a valamely tagállamban fennálló jó hírnév még általánosságban is – feltéve, hogy a védjeggyel jelölt árukkal és szolgáltatásokkal érintett vásárlóközönség jelentős része egybeesik ugyanezen tagállam releváns vásárlóközönségével – elegendő lehet annak bizonyításához, hogy az érintett védjegy a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdésének értelmében az Európai Unióban ténylegesen jó hírnevet élvez (perösszefoglaló, 16. pont).

A jó hírnév végeredményben a szóban forgó áruk és szolgáltatások releváns piacától függ. Ennélfogva azon kérdés megválaszolása, hogy mi minősül az Európai Unió jelentős részének, mindenre kiterjedő elemzést tesz szükségessé, amelyet csak az ügyben eljáró nemzeti bíróság képes elvégezni. Amint arra az EU Bírósága rámutatott, a korábbi védjegy piaci részesedése, a védjegy használatának intenzitása, földrajzi kiterjedése és tartama, valamint a vállalkozás által a védjegy reklámozása céljából megvalósított beruházások jelentősége mind olyan tényező, amelyet ezen elemzés során figyelembe kell venni. Más szavakkal, a jó hírnév az ismertség mértékére vonatkozó követelménynek minősül, amelyet mennyiségi kritériumok alapján kell értékelni. Annak eldöntéséhez tehát, hogy valamely meghatározott védjegy az Európai Unió jelentős részén jó hírnévvel rendelkezik-e, földrajzi és gazdasági kritériumok együttesére van szükség. Az adott áruk vagy szolgáltatások releváns piaca méretének ennélfogva kiemelt jelentőséget kell kapnia az elemzésben (perösszefoglaló, 17. pont).

Konkrétabban, ahogy az a PAGO-ítéletből következik, az a kérdés, hogy mi minősül az Európai Unió jelentős részének, szükségképpen függ – és ezt nem lehet eléggé hangsúlyozni – a jó hírnévvel rendelkezőnek tartott konkrét védjegytől, és ebből következően az érintett vásárlóközönségtől. Mivel ebben a kontextusban inkább az arányoknak és kevésbé az abszolút számoknak van jelentőségük, az a tény, hogy a releváns piac teljes mérete korlátozott lehet, önmagában nem gátolja meg, hogy a védjegy jó hírnevet szerezzen. Noha álláspontom szerint valamely tagállam területe (akár nagy-, akár kisméretű) adott esetben az Európai Unió jelentős részének minősülhet, az e következtetéssel kapcsolatos elemzést a földrajzi határok figyelmen kívül hagyásával kell lefolytatni (perösszefoglaló, 18. pont).

Lehetne azzal érvelni, hogy a PAGO-ítélet nem minősül használható ítélkezés gyakorlati példájának, hiszen abban az ügyben (a jelen üggyel ellentétben) azon tagállam vonatkozásában állapították meg a jó hírnevet, amelyben a közösségi védjegy jogosultja védjegyének jó hírnevére hivatkozott. Mindazonáltal hangsúlyozni kell, hogy a közösségi védjegy az egységesség elvén alapul. Más szavakkal, amint a jogosult megszerzi a közösségi védjegyet, a védjegy a rendelkezésénél fogva az Európai Unió teljes területén joghatásokat vált ki (eltekintve a KVR-ben felsorolt néhány kivételtől). Ebből következően egyáltalán nem tulajdonítok jelentőséget annak, hogy a jó hírnevet azon tagállam területén állapították-e meg, amelyben a későbbi nemzeti védjegyet bejelentették. Az Európai Unióban fennálló egységes oltalom sérülne ugyanis, ha a jó hírnévvel rendelkező közösségi védjegy csak azon a föld-

rajzi területen részesülhetne oltalomban, amelynek a vonatkozásában a jó hírnevet megállapították. Mindazonáltal ez nem jelenti azt – amint azt az alábbiakban részletesebben kifejtem –, hogy a közösségi védjegy jogosultja erre a jó hírnévre az Európai Unióban bárhol automatikusan hivatkozhatna például abból a célból, hogy felszólaljon valamely nemzeti védjegy lajstromozásával szemben (perösszefoglaló, 19. pont).

Ezzel eljutottunk a végső kérdéshez, nevezetesen az EU Bírósága „tényleges használatra” vonatkozó megállapításának relevanciájához. Az OMEL/ONEL-ítéletben az EU Bíróságának arról kellett döntenie, hogy valamely közösségi védjegy egyetlen tagállamban történő használata minősülhet-e a Közösségben történő tényleges használatnak. Az EU Bírósága ebben az ítéletben egyértelműen elutasította azt az elképzelést, hogy az EU Bírósága a PAGO-ítélet jó hírnévre vonatkozó megállapításait alkalmazza kritériumként annak megállapítása céljából, hogy valóban sor került-e a tényleges használatra a Közösségben. Ennek főként az volt az oka, hogy a KVR 8. cikk (5) bekezdésének (jó hírnév) és 15. cikkének (tényleges használat) teljesen eltérő a célja. Míg az előbbi a védjegy lajstromozása szerinti áru- és szolgáltatási osztályokon túlmenő, kibővített védelem feltételeire vonatkozik, a „tényleges használat” kifejezés azt a használatra vonatkozó minimumkövetelményt jelenti, amelynek az oltalom érdekében valamennyi védjegynek meg kell felelnie: a KVR 15. cikke értelmében a lajstromozással való visszaélés elkerülése érdekében a közösségi védjegy „tényleges használatát a Közösségben” öt éven belül meg kell kezdeni. Amennyiben erre nem kerül sor, a védjegyjolaltalom megszüntethető (perösszefoglaló, 20. pont).

Tény, hogy – amint azt az észrevételt előterjesztő felek közül többen is megjegyezték – egyértelműen kijelenthető, hogy az EU Bírósága által az OMEL/ONEL-ítéletben a földrajzi határok jelentőségének hiányára vonatkozóan tett megállapítás (annak vizsgálata során, hogy ténylegesen használták-e a védjegyet) a jelen ügyben is rendelkezik némi periférikus jelentőséggel. Mégpedig azért, mert ez a megállapítás a belső piacon a közösségi védjegy által nyújtott oltalom egységességére vonatkozó elképzelést tükrözi. Ettől függetlenül még analógia útján sem tűnik kívánatosnak a jelen kontextusra alkalmazni az ítélezési gyakorlatnak ezt a sajátos megközelítését, amely az annak meghatározása során alkalmazandó kritériumokra vonatkozik, hogy ténylegesen használták-e a védjegyet. Ahogyan azt ugyanis maga az EU Bírósága is megjegyezte, a tényleges használat megállapításának kritériumait egyértelműen meg kell különböztetni a jó hírnévvel kapcsolatban alkalmazandó kritériumoktól (perösszefoglaló, 21. pont).

Annak ismeretében, hogy a közösségi védjegy még abban az esetben is jó hírnevet élvezhet az Európai Unió jelentős részén, ha a jó hírnevet csak egy tagállam tekintetében állapították meg – amelynek nem feltétlenül kell megegyeznie azzal a tagállammal, ahol a felszólalást előterjesztették –, most a kérdést előterjesztő bíróságnak kell megállapítania, hogy az Unilever védjegye az Európai Unió jelentős részén jó hírnevet élvez-e, figyelembe véve különösen az e védjeggyel jelölt áruk és szolgáltatások érintett vásárlóközönségét. Még ha feltételezzük is, hogy teljesül a megállapított jó hírnévre vonatkozó előfeltétel (ügy

tűnik, hogy ez a kérdést előterjesztő bíróság álláspontja), a kérdést előterjesztő bíróságnak – mielőtt az alapeljárásban helyt adna az Unilever által előterjesztett felszólalásnak – akkor is döntenie kell arról, hogy teljesül-e a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében előírt második feltétel (perösszefoglaló, 22. pont).

C) A második feltétel

A 4. kérdés a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében megállapított második feltételre vonatkozik. Annak eldöntése érdekében, hogy teljesül-e ez a második feltétel, meg kell állapítani, hogy a későbbi nemzeti védjegy alapos ok nélkül kihasználja-e (vagy ki fogja-e használni), illetve sérti-e (vagy fogja-e sérteni) a korábbi közösségi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (perösszefoglaló, 23. pont).

Ez két kérdést vet fel. Először is, milyen kritériumokat kell alkalmazni annak megállapítása érdekében, hogy ilyen körülmények között a korábbi védjegyet elhomályosítás vagy megfakulás vagy akár élelősködés útján megsértették? Másodsor, ebben a kontextusban milyen jelentőséget kell tulajdonítani (illetve kell-e jelentőséget tulajdonítani) annak a ténynek, hogy a jó hírnévvel rendelkező korábbi védjegy nem közismert (vagy teljesen ismeretlen) abban a tagállamban, amelyben a nemzeti védjegy lajstromozását kérik? Noha ez a két kérdés csak nehezen kezelhető elvont módon, megpróbálok némi iránymutatást adni a kérdést előterjesztő bíróság számára az azok vizsgálata során figyelembe veendő tényezők tekintetében (perösszefoglaló, 24. pont).

1. Az érintett vásárlóközönség

A jelen ügyet a kérdést előterjesztő bíróság szerint az teszi különlegessé, hogy Magyarországon a korábbi közösségi védjegy valójában teljesen ismeretlen az érintett vásárlóközönség számára. Nyilvánvaló okok miatt a kérdést előterjesztő bíróságnak kell megállapítania, hogy az Unilever által Nagy-Britanniában és Olaszországban használt védjegy ismert-e az érintett magyar fogyasztók előtt. Ezen a ponton pusztán az jegyezném meg, hogy noha Magyarországon a korábbi védjegy feltehetőleg nem rendelkezik jó hírnévvel, ebből nem következik automatikusan, hogy ez a védjegy e tagállam érintett vásárlóközönsége előtt teljesen ismeretlen volna (perösszefoglaló, 25. pont).

Mindamellet elképzelhető, hogy a korábbi közösségi védjegy eleget tesz a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében megállapított első feltételnek, a másodiknak azonban nem. Amint azt az észrevételt előterjesztő felek közül többen is javasolják, annak megállapítása érdekében, hogy kell-e kibővített oltalmat nyújtani valamely adott tagállamban a jó hírnévvel rendelkező korábbi közösségi védjegynek, azon tagállam helyzetét kell megvizsgálni, amelyben a közösségi védjegy által nyújtott kizárólagos jogra hivatkoznak. A kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő ügyben ez a tagállam Magyarország (perösszefoglaló, 26. pont).

Ebben a tekintetben az EU Bírósága a General Motors- (CHEVY- – Vida S.) ítéletben már rámutatott arra, hogy a későbbi védjegy lajstromozása csak akkor sértheti a jó hírnévvel rendelkező korábbi védjegyet, ha e védjegy kellő mértékben ismert ahhoz, hogy az a korábbi védjegynek kárt okozhasson. Kizárólag ebben az esetben lehetséges, hogy a későbbi védjeggyel szembesülő vásárlóközönség még akkor is asszociáciáljon egyik védjegyről a másikra, ha azokat nem hasonló árukhoz vagy szolgáltatásokhoz használják. Amennyiben ugyanis a korábbi védjegy lényeges funkcióit egyáltalán nem veszélyeztetik, kétséges, hogy ezt a védjegyet kár érheti (perösszefoglaló, 27. pont).

Nagy-Britannia kormánya észrevételében megjegyzi, hogy mindez arra utal, hogy függetlenül a megállapított jó hírnévtől [az Európai Unió jelentős részén, de – ahogyan azt fentebb kifejtettem – nem feltétlenül abban a tagállamban, amelyben a 4. cikk (3) bekezdésére hivatkoznak] a későbbi védjegynek a tagállam érintett vásárlóközönsége előtti ismertsége kiemelt jelentőségű annak meghatározása során, hogy a későbbi nemzeti védjegy okozhat-e sérelmet a korábbi védjegy számára. Persze lehetne azzal érvelni, hogy ez az álláspont – különösen az oltalom egységessége elvének fényében – problematikus: a jó hírnévvel rendelkező korábbi közösségi védjegy olyan fokozott oltalmat élvezhet, amely 27 tagállamban a nem hasonló árukra és szolgáltatásokra is kiterjed, a huszonnyolcadikban azonban nem (perösszefoglaló, 28. pont).

Mindazonáltal, ahogyan azt a DHL Express France-ítéletben az EU Bírósága elismerte, a közösségi védjegy jogosultjának kizárólagos jogát a kontextus figyelembevételével kell értelmezni. Ezt a jogot a jogosult számára azért biztosítják, hogy megvédhesse sajátos érdekeit annak érdekében, hogy a védjegy alkalmas legyen a funkciói betöltésére. Ebből következően a közösségi védjegy jogosultjának kizárólagos joga, és ezen jog területi hatálya nem lépheti túl azt a mértéket, amely a védjegyjogosult számára lehetővé teszi a védjegyének oltalmát, más szavakkal az csak azokat a használati módokat tilthatja meg, amelyek veszélyeztethetik a védjegy funkcióit. Kétségtelen, hogy ez a közösségi védjegy további bitorlásával vagy bitorlásának kíséreltetével szembeni tilalom területi hatálya meghatározása kontextusában került megállapításra. Mindazonáltal ha ezt a megállapítást nem lehetne éppúgy alkalmazni a lajstromozás vonatkozásában, a korábbi közösségi védjegy jogosultja – amint azt a Bizottság észrevételében megjegyzi – felszólalhatna ugyan a későbbi védjegy lajstromozásával szemben, de nem tilthatná meg annak használatát (perösszefoglaló, 29. pont).

Ezen a ponton azt is fontos hangsúlyozni, hogy lehetővé kell tenni a nemzeti és a közösségi védjegyek párhuzamos fennállását. Ha a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében foglalt második feltétel vonatkozásában nem tulajdonítanánk kellő jelentőséget az azon tagállambeli érintett vásárlóközönség ismeretének, amelyben a későbbi védjegy lajstromozását kérik, a két védjegyrendszer párhuzamos fennállása üres elmélet volna. Az ilyen megközelítés továbbá kétségtelenül jelentős költségeket okozna azok számára, akik kizárólag nemzeti védjegy törvény alapján kérik a lajstromozást (tekintettel az arról való megbizonyosodással

összefüggő költségekre, hogy az áruk vagy szolgáltatások egyetlen szóba jöhető osztályában sem létezik még hasonló közösségi védjegy) (perösszefoglaló, 30. pont).

Egyébként az is előfordulhat, hogy a korábbi közösségi védjegyek jogosultjai érdekeinek védelme céljából a lajstromozás után a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdését is alkalmazni kell. Lehetséges, hogy egy adott időpontban a jó hírnévvel rendelkező korábbi védjegy jogosultja sikertelenül szólal fel a nemzeti védjegy (nem) hasonló áruk vagy szolgáltatások vonatkozásában történő lajstromozásával szemben. Mindazonáltal, ha az első feltétel kezdettől fogva teljesül, az nem jelenti azt, hogy a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésének értelmében a későbbi nemzeti védjegy törlése ne volna elképzelhető egy későbbi szakaszban, feltéve hogy a második feltétel is teljesül (perösszefoglaló, 31. pont).

2. Bizonyítani kell a kapcsolatot

Általánosságban ki lehet jelenteni, hogy a sérelem kérdése az összes lényeges tényező átfogó értékelését teszi szükségessé, beleértve többek között a korábbi védjegy intenzitását, az érintett vásárlóközöniséget, valamint a korábbi és a későbbi védjeggyel megjelölt áruk és szolgáltatások osztályait. Ebben a tekintetben számos további következtetést lehet levonni az ítélkezési gyakorlatból (perösszefoglaló, 32. pont).

Így különösen a védjegyirányelv 4. cikkének (4) bekezdése szerinti fakultatív kizáró okra vonatkozó ügyben hozott Intel Corporation-ítéletből az következik, hogy minél közvetlenebbül és erőteljesebben idézi fel a későbbi védjegy a jó hírnévvel rendelkező védjegyet, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a megjelölés jelenlegi vagy jövőbeli használata tisztességtelenül kihasználja vagy sérti e védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét. Amennyiben az érintett vásárlóközöniség tudatában a korábbi és a későbbi védjegy között semmilyen kapcsolat nem jön létre, a későbbi védjegy használata nem sértheti, illetve nem használhatja ki tisztességtelenül a korábbi védjegyet (perösszefoglaló, 33. pont).

Az EU Bírósága Intel Corporation-ítélete alapján emlékeztetni kell továbbá arra, hogy az egyes ügyek körülményeitől függően nem lehet kizárni azt a lehetőséget, hogy azon áruk vagy szolgáltatások érintett vásárlóközönisége, amelyekre a korábbi védjegyet lajstromozták, nem esik egybe azon áruk vagy szolgáltatások érintett vásárlóközöniségével, amelyekre a későbbi védjegyet lajstromozták. Ennek értelmében az asszociáció fennállásának értékelése érdekében figyelembe kell venni azon áruk vagy szolgáltatások természetét, amelyek vonatkozásában az ütköző védjegyeket lajstromozták. Ezt természetesen könnyebb megtenni abban az esetben, ha a korábbi védjegy a széles vásárlóközöniség előtt jól ismert, vagy ha a szóban forgó áruk és szolgáltatások fogyasztói nagymértékben fedik egymást (perösszefoglaló, 34. pont).

Konkrétabban: az Intel Corporation-ítéletből eredő ítélkezési gyakorlatból következően nem állhat fenn a két védjegy közötti kapcsolat, ha a későbbi védjegy nem emlékezteti a korábbi védjegyre az érintett vásárlóközöniséget abban a tagállamban, amelyben a későbbi

védjegy lajstromozását kéri. Amennyiben ugyanis nem állapítható meg ilyen kapcsolat, nem tűnik logikusnak az az állítás, hogy a későbbi védjegy kihasználhatja vagy sértheti a korábbi védjegy jó hírnevét vagy megkülönböztetőképességét (perösszefoglaló, 35. pont).

Mindazonáltal hangsúlyoznom kell a jelen ügy és az Intel Corporation-ítélet közötti jelentős különbséget: a jelen ügyben az a kiindulópont, hogy az Unilever korábbi védjegy nem különösebben (sőt egyáltalán nem) közismert Magyarországon. Az Intel Corporation-ítéletben azonban úgy tűnik, hogy az EU Bírósága arra alapozta a megállapításait, hogy a jó hírnévvel rendelkező korábbi védjegy a kérdéses tagállam (Nagy-Britannia) teljes területén jó hírű volt. Ez az oka annak, hogy ez az ítélet nem nyújt egyértelmű iránymutatást abban a tekintetben, hogy a szóban forgó védjegy érintett vásárlóközönségének mekkora hányadában – azaz e vásárlóközönség milyen jelentőségű részében – merül fel a megkövetelt kapcsolat (perösszefoglaló, 36. pont).

Álláspontom szerint az e kapcsolatot észlelő fogyasztóknak a szóban forgó tagállam érintett vásárlóközönségének komoly hányadát kell kitenniük ahhoz, hogy a kereskedelmi hatások jelentősek legyenek („kereskedelmi jelentőségű hányad”). Eltérő esetben a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdésében foglalt második feltétel nem rendelkezne valódi tartalommal. Voltaképpen elsősorban csak a korábbi védjegyet jól ismerő fogyasztók lesznek képesek e kapcsolatot észlelni. Miért van akkor szükség annak előírására, hogy e vásárlóközönség kereskedelmi jelentőségű hányada szembesüljön a korábbi közösségi védjeggyel, és ezáltal észlelje a megkövetelt kapcsolatot (perösszefoglaló, 37. pont)?

A jelen esetben nem kétséges azon körülmény jelentősége, hogy a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében foglalt második feltétel központi kérdése a korábbi védjegynek a későbbi nemzeti védjegy lajstromozása következtében történő tényleges vagy potenciális megsértése. Nyilvánvaló, hogy a sérelem bekövetkezéséhez a vásárlóközönség védjegyet ismerő hányadának nem kell olyan méretűnek lennie, mint amekkorát a jó hírnévhez megkövetelnek. Azonban annak érzékelhető következményekkel kell járnia. Álláspontom szerint – és ismétlem: az érintett áruk és szolgáltatások típusától függően – ez a sérelem csak akkor következhet be, ha a szóban forgó tagállam érintett vásárlóközönsége észleli a kapcsolatot. Kizárólag az e csoporton belüli felhasználókat befolyásolhatja az általuk létrehozott asszociáció (perösszefoglaló, 38. pont).

Mindenesetre pusztán az a tény, hogy a későbbi védjegy lajstromozását kérő fél tud a jó hírnévvel rendelkező korábbi közösségi védjegy létezéséről, nem lehet releváns annak megállapításához, hogy élısködés történik-e. A kérelmezőnek a korábbi védjegyre vonatkozó ismeretéből ugyanis egyáltalán nem következik az a lehetőség, hogy az átlagos felhasználók asszociációt hoznak létre a kérdéses védjegyek között (perösszefoglaló, 39. pont).

Ismételnem csak hangsúlyozni tudom, hogy noha annak meghatározása során, hogy valamely korábbi közösségi védjegy a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdésének értelmében jó hírnévvel rendelkezik-e az Európai Unióban, nincs döntő jelentősége azon tagállam érintett

vásárlóközönségének, amelyben a későbbi védjegyet bejelentették, ennek a vásárlóközönségnek azonban kiemelt jelentősége van annak megállapítása során, hogy a későbbi nemzeti védjegy tisztességtelenül kihasználhatja-e vagy sértheti-e a jó hírnévvel rendelkező korábbi közösségi védjegyet. Figyelembe kell venni, hogy a nemzeti védjegyek nyújtott oltalom főszabály szerint azon tagállam területére korlátozódik, amelyben a lajstromozást kérték. Emiatt a nemzeti védjegyekre vonatkozó kizáró okok vizsgálata során magától értetődik, hogy az érintett vásárlóközönség a megsértés vagy a tisztességtelen kihasználás megállapítása szempontjából e tagállamban található (perösszefoglaló, 40. pont).

Ugyanis különösen az élösködés esetében – amelynek a jelen esetben különös jelentősége van – nemigen lehet amellett érvelni, hogy arra sor kerülhetne akkor, ha a jó hírnévvel rendelkező korábbi védjegy a helyi vásárlóközönség előtt ismeretlen (amit a kérdést előterjesztő bíróságnak kell megvizsgálnia). Mindenesetre, ahogyan azt többek között a dán kormány megjegyezte, még ha a kérdést előterjesztő bíróságnak az is az álláspontja, hogy az Unilever védjegye és a későbbi nemzeti védjegy között az érintett vásárlóközönség kapcsolatot észlel, a sérelem vagy az élösködés veszélye nem maradhat pusztán feltételezés. A felszólalási eljárásokban (és úgy tűnik, hogy a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő eljárásban is) gyakran az a helyzet, hogy a hivatkozott sérelem még nem következett be (perösszefoglaló, 41. pont).

3. A korábbi védjegy ereje

A kérdést előterjesztő bíróság a negyedik kérdésével kifejezetten azon bizonyíték jellegére vonatkozóan kér iránymutatást, amelyet a védjegye sérelmének veszélyét illetően a korábbi védjegy jogosultjának kell előterjesztenie. Ennek a kérdésnek azonban csak akkor van jelentősége, ha a kérdést előterjesztő bíróság meg tudja állapítani, hogy a szóban forgó tagállam érintett vásárlóközönségének olyan komoly hányada észleli a védjegyek között a megkövetelt kapcsolatot, hogy az jelentős kereskedelmi hatásokkal jár, azaz ha azt állapítja meg, hogy a szóban forgó tagállam érintett vásárlóközönségének kereskedelmi jelentőségű hányada észleli a megkövetelt kapcsolatot (perösszefoglaló, 42. pont).

Ebben a tekintetben az EU Bírósága kimondta, hogy az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállása az érintett vásárlóközönség képzetében nem elegendő annak a megállapításához, hogy a korábbi védjegy vonatkozásában a sérelem bekövetkezett vagy be fog következni. Emiatt a korábbi védjegy jogosultjának vagy védjegyének tényleges és jelenlegi sérelmét vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét kell bizonyítania. Míg a megfakulás veszélyének bizonyítása függetlennek látszik az érintett áru- és szolgáltatási osztályoktól, úgy tűnik, hogy minél inkább hasonlóak a szóban forgó áruk és szolgáltatások, annál könnyebb bizonyítani, hogy az elhomályosítás (különösen a „fajtanévvé válás”, ahogyan az az Interflora és Interflora British Unit-ügyben történt) bekövetkezhet (perösszefoglaló, 43. pont).

Mindenesetre az EU Bírósága (az elhomályosítás és megfakulás útján bekövetkező) sérelmet illetően igen szigorúan határozta meg a bizonyítékok tekintetében előírt követelményeket. E követelmény teljesüléséhez bizonyítani kell, hogy a későbbi védjegy használata következtében megváltozott az átlagos fogyasztó gazdasági magatartása azon áruk vagy szolgáltatások esetében, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták, vagy ilyen változás jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye áll fenn. Ahogyan már említettem, úgy tűnik, hogy ez a megállapítás a sérelmeknek különösen az elhomályosítással és a megfakulással kapcsolatos típusaira vonatkozik (perösszefoglaló, 44. pont).

Álláspontom szerint kétséges, hogy ez a teszt közvetlenül áthelyezhető volna az élőködedés kontextusába. Az utóbbi esetben mások a szempontok, mivel annál a későbbi védjegy átlagos fogyasztóin és azon a gazdasági előnyön van a hangsúly, amelyre a későbbi védjegy jogosultja a korábbi védjegy révén tehet szert. Ezenkívül úgy tűnik, hogy az ítélezési gyakorlat nem követeli meg, hogy az így szerzett haszon például a megnövekedett eladásokban kifejeződjön (perösszefoglaló, 45. pont).

Sokkal inkább arról van szó, amint azt az EU Bírósága a L'Oréal és társai-ítéletben kimondta, hogy ha valamely személy a jó hírű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak farvizén evezni azért, hogy előnyt szerezzen annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó előnyt az említett védjegy megkülönböztetőképessége vagy jó híre tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni. Ebből az következik, hogy a kihasználásnak valamilyen módon tisztességtelennek kell lennie. Mindazonáltal én úgy értelmezem az ítélezési gyakorlatot, hogy a „tisztességtelen” jelleg hozzáadott értéke korlátozott – vagy nem is létezik –, ha a későbbi nemzeti védjegy lajstromozását kérő fél szándékosan a korábbi védjegy jó hírnevénél evez (perösszefoglaló, 46. pont).

Általában véve úgy tűnik számomra, hogy a kérdést előterjesztő bíróság által elvégzendő elemzésnek a jó hírnévvel rendelkező korábbi közösségi védjegy megkülönböztetőképességére kell összpontosítania, különösen akkor, ha az áruk és szolgáltatások nagyon különbözőek: minél jelentősebb a korábbi védjegy jó hírneve, és minél közvetlenebbül és erőteljesebben idézi fel a korábbi védjegyet az a megjelölés, amelynek lajstromozását nemzeti szinten kérték, annál nagyobb annak a valószínűsége, hogy a megjelölés aktuális vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (különösen elhomályosítás útján) (perösszefoglaló, 47. pont).

Noha az előzetes döntéshozatalra utaló határozat csak csekély mennyiségű információt tartalmaz, így az nem teszi lehetővé számomra, hogy a kérdést előterjesztő bíróság előtt folyamatban lévő ügyre vonatkozóan részletesebb észrevételeket tegyek, nem zárnám ki eleve

annak a lehetőségét, hogy a későbbi nemzeti védjeggyel megjelölt áruk és szolgáltatások forgalmazását megkönnyítheti az Unilever korábbi védjegye. Tehát a kérdést előterjesztő bíróságnak annak értékelése során, hogy fennáll-e a tisztességtelen kihasználás komoly veszélye, különösen azt kell megvizsgálnia, hogy milyen széles körben ismert az Unilever védjegye, és hogy az milyen imázst közvetít, továbbá hogy az nyújtott-e (vagy fog-e nyújtani) valamilyen előnyt a későbbi védjegy számára. Az azonos vagy hasonló áruk esetén ugyanis ez az előny szinte magától értetődőnek tűnik. A nem hasonló áruk és szolgáltatások esetén azonban az ilyen típusú „keresztbeporzás” általában nehezebben állapítható meg (perösszefoglaló, 48. pont).

Ily módon a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében foglalt második feltétellel kapcsolatos elemzés lefolytatása során a kérdést előterjesztő bíróságnak rendkívüli jelentőséget kell tulajdonítania az érintett magyarországi vásárlóközönség korábbi védjegyre vonatkozó ismeretének. Ebben a tekintetben minél jelentősebb az Unilever védjegyének a jó hírneve, és minél közvetlenebbül és erőteljesebben idézi fel ezt a védjegyet az a megjelölés, amelynek lajstromozását nemzeti szinten kérték, annál nagyobb annak a valószínűsége, hogy a megjelölés jelenlegi vagy jövőbeli használata sérti, sérteni fogja, illetve tisztességtelenül kihasználja vagy ki fogja használni a védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (perösszefoglaló, 49. pont).

D) Véggkövetkeztetések

A fenti megfontolások alapján azt javaslom az EU Bíróságának, hogy a Fővárosi Törvényszék előzetes döntéshozatalra előterjesztett kérdéseire a következő választ adja:

1. A védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdése értelmében – az adott, jó hírnevet élvezőnek tekintett védjegytől és ebből következően az érintett vásárlóközönségtől függően – elegendő, ha a közösségi védjegy egyetlen tagállamban élvez jó hírnevet, amelynek nem kell azonosnak lennie azzal az állammal, amelyben erre a rendelkezésre hivatkoznak. Ebben a tekintetben annak meghatározása során, hogy fennáll-e a 4. cikk (3) bekezdésének értelmében vett jó hírnév, nincs jelentőségük az ítélkezési gyakorlat által a védjegy tényleges használata bizonyításának követelményére vonatkozóan megállapított elveknek.
2. Ha a korábbi közösségi védjegy nem élvez jó hírnevet abban a tagállamban, amelyben a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésére annak bizonyítása érdekében hivatkoznak, hogy e rendelkezés értelmében alapos ok nélkül sértik vagy tisztességtelenül kihasználják a közösségi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét, bizonyítani kell, hogy a tagállam érintett vásárlóközönségének kereskedelmi jelentőségű hányada észleli a kapcsolatot a korábbi védjeggyel. Ebben a tekintetben az ilyen asszociáció bizonyítása során a korábbi védjegy ereje (strength) jelentős tényezőnek minősül.

Ítélet⁵

Az EU Bírósága tárgyalást tartott, amelyen a felek képviselőin kívül részt vettek a magyar,⁶ a brit, a dán, a francia, az olasz kormány, valamint az EU Bizottságának képviselői.

Ezt közel fél évet követően – 2015. szeptember 3-án – hozott a Bíróság ítéletet.

Ennek indoklása, a gyakorlatnak megfelelően, valamivel rövidebb, mint a főtanácsos perösszefoglalója. Nevezetesen:

Első három kérdésével, amelyeket célszerű együttesen vizsgálni, a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra szeretne választ kapni, hogy olyan körülmények esetén, mint amelyek a jelen ügyben fennállnak, melyek az ahhoz szükséges feltételek, hogy valamely közösségi védjegy az irányelv 4. cikkének (3) bekezdése értelmében az Unióban jó hírnevet élvezőnek legyen tekinthető (ítélet, 15. pont).

Hangsúlyozni kell, hogy a 2008/95/EK sz. védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében szereplő, „a Közösségben jó hírnevet élvez” kifejezésnek ugyanaz az értelme, mint a KVR 9. cikke (1) bekezdésének c) pontjában szereplő azonos kifejezésnek... (ítélet, 16. pont).

E tekintetben, a KVR 9. cikk (1) bekezdésének c) pontját illetően a Bíróság korábban már kimondta, hogy a „jó hírnév” fogalma azt feltételezi, hogy az érintett vásárlóközönség bizonyos mértékben ismeri a védjegyet, amelyet akkor kell elértnek tekinteni, ha a közösségi védjegyet az azzal jelölt árukkal vagy szolgáltatásokkal érintett vásárlóközönség jelentős része ismeri (lásd: PAGO-ítélet, C-301/07, 21. és 24. pont⁷ – jelen ítélet, 17. pont).

E feltétel vizsgálata során a nemzeti bíróságnak az ügy valamennyi releváns elemét figyelembe kell vennie, különösen a védjegy piaci részesedését, a védjegyhasználat intenzitását, földrajzi kiterjedtségét és tartamát, valamint a vállalkozás által a védjegy reklámozására fordított összegek nagyságát (PAGO-ítélet, C-301/07, 25. pont⁸ – jelen ítélet, 18. pont).

Területi szempontból a jó hírnévre vonatkozó feltétel akkor teljesül, ha a közösségi védjegy az Unió területének jelentős részében jó hírnevet élvez, e területrész pedig adott esetben akár egyetlen tagállam területének is megfelelni (lásd ebben az értelemben: PAGO-ítélet, C-301/07, 27. és 29. pont⁹ – jelen ítélet, 19. pont).

Így, amikor valamely korábbi közösségi védjegy jó hírneve az Unió területének jelentős része – amely területrész adott esetben egybeeshet akár egyetlen tagállam területével is – tekintetében bizonyítást nyert, úgy kell tekinteni, hogy e védjegy a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdése értelmében „a [z Unióban] jó hírnevet élvez”, és nem követelhető meg e védjegy jogosultjától, hogy e jó hírnévre annak a tagállamnak a területe tekintetében

⁵ C-125/14 ügyszám.

⁶ A magyar kormány képviselői az EU Bírósága előtti eljárásban: *dr. Fehér Miklós Zoltán és dr. Ficsor Mihály*.

⁷ *Vida*: i. m. (1), p. 130.

⁸ *Vida*: i. m. (1), p. 130.

⁹ *Vida*: i. m. (1), p. 131.

bizonyítékot szolgáltatasson, ahol a felszólalással érintett nemzeti védjegybejelentést benyújtották (ítélet, 20. pont).

Ami a közösségi védjegyek Unió területén történő tényleges használatának fennállására vonatkozó azon rendelkezéseket illeti, mint például a KVR 15. cikkének (1) bekezdése és 51. cikke, azok eltérő célt szolgálnak az Unióban jó hírnevet élvező védjegyek részére biztosított, szélesebb oltalomra vonatkozó olyan rendelkezések céljához képest, mint például többek között e rendelet 9. cikke (1) bekezdésének *c*) pontja [lásd ebben az értelemben: Leno Merken- (OMEL/ONEL-) ítélet, C-149/11, 53. pont].¹⁰ Míg az utóbbi rendelkezés a közösségi védjegy lajstromozása szerinti áru- és szolgáltatási osztályokon túlmenő, kibővített védelem feltételeire vonatkozik, a KVR 15. cikkének (1) bekezdésében és 51. cikkében szereplő „tényleges használat” kifejezés azt a használatra vonatkozó minimumkövetelményt jelenti, amelynek az oltalom érdekében valamennyi védjegynek meg kell felelnie (ítélet, 21. pont).

Egyébként hangsúlyozni kell, hogy *a priori* lehetetlen meghatározni absztrakt módon, milyen területi kiterjedtséget kell megjelölni annak meghatározása végett, hogy az érintett közösségi védjegy használata tényleges-e, vagy sem (lásd: OMEL/ONEL-ítélet, C-149/11, 55. pont¹¹ – jelen ítélet, 22. pont).

Ebből az következik, hogy a közösségi védjegy tényleges használatának fennállására vonatkozó rendelkezések és különösen az ítélkezési gyakorlat által e tényleges használat megállapítása céljából felállított szempontok eltérnek az ilyen védjegy Unión belüli jó hírnevére vonatkozó rendelkezésektől és szempontoktól (ítélet, 23. pont).

Következésképpen, az ítélkezési gyakorlat által a közösségi védjegy tényleges használatát illetően felállított szempontok mint ilyenek nem relevánsak a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdése értelmében vett „jó hírnév” fennállásának megállapításánál (ítélet, 24. pont).

Az előzőekben kifejtett megfontolások összességére tekintettel az első három kérdésre azt a választ kell adni, hogy a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy amikor valamely korábbi közösségi védjegy jó hírneve az Unió területének jelentős része – amely területrész adott esetben egybeeshet akár egyetlen tagállam területével is, és e tagállamnak nem kell feltétlenül azonosnak lennie azzal a tagállammal, amelyben a későbbi nemzeti védjegybejelentést benyújtották – tekintetében bizonyítást nyert, úgy kell tekinteni, hogy e védjegy a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdése értelmében véve az Unióban „jó hírnevet élvez”. Az ítélkezési gyakorlat által a közösségi védjegy tényleges használatát illetően felállított szempontok mint ilyenek nem relevánsak a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdése értelmében vett „jó hírnév” fennállásának megállapításánál (ítélet, 25. pont és rendelkező rész, 1. pont).

¹⁰ Vö. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2013. 3. sz., p. 61.

¹¹ Vö. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 2013. 3. sz., p. 61.

A negyedik kérdéstről

Negyedik kérdésével a kérdést előterjesztő bíróság lényegében arra szeretne választ kapni, hogy milyen feltételek mellett kell alkalmazni a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdését olyan esetben, amikor a korábbi közösségi védjegy az Unió egy jelentős részében már jó hírnévre tett szert, de annak a tagállamnak az érintett közönsége tekintetében, ahol a felszólalással érintett későbbi nemzeti védjegybejelentést tették, nem tett szert jó hírnévre (ítélet, 26. pont).

A védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdése értelmében ha a korábbi közösségi védjegy „a Közösségben jó hírnevet” élvez, és a közösségi védjegyhez hasonló, a közösségi védjegy árujegyzékébe tartozókhoz nem hasonló áruk és szolgáltatások tekintetében lajstromoztatni kívánt későbbi védjegy alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi közösségi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét, e későbbi védjegy nem részesülhet védjegyoltalomban (ítélet, 27. pont).

Amikor az érintett közönség nem hozza egymással összefüggésbe a korábbi közösségi védjegyet és a későbbi nemzeti védjegyet, vagyis nem állít fel közöttük kapcsolatot, akkor a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésére tekintettel a későbbi védjegy használata nem alkalmas arra, hogy megsértse vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (lásd analógia útján: Intel-ítélet, C-252/07, 30.¹² és 31. pont¹³ – jelen ítélet, 28. pont).

Ezenfelül, feltételezve, hogy a korábbi közösségi védjegy ismeretlen annak a tagállamnak az érintett közönsége előtt, amelyben a későbbi nemzeti védjegyet bejelentették, aminek a vizsgálata a kérdést előterjesztő bíróság feladata, e nemzeti védjegy használata főszabály szerint nem sértheti vagy használhatja ki tisztességtelenül a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (ítélet, 29. pont).

Vizsont, még ha a korábbi közösségi védjegy azon tagállam érintett közönségének egy jelentős része előtt ismeretlen is, amelyben a későbbi nemzeti védjegyet bejelentették, nem zárható ki, hogy ez utóbbi közönség kereskedelmi szempontból nem elhanyagolható része ismeri az említett védjegyet, és kapcsolatot állít fel e védjegy és a későbbi nemzeti védjegy között (ítélet, 30. pont).

¹² A szöveg:

Az irányelv 4. cikke (4) bekezdésének a) pontjában említett sérelmek – amennyiben megvalósulnak – a korábbi és a későbbi védjegy bizonyos mértékű hasonlóságának következményei, amely miatt az érintett vásárlóközönség rokonítja egymással a két védjegyet, vagyis kapcsolatba hozza, azonban nem téveszti össze őket egymással, [lásd a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését illetően a General Motors- (C-375/97) ügyben hozott ítélet 23. pontját, az Adidas-Salomon és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet (C-102/07) 29. pontját, valamint az Adidas és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 41. pontját.

¹³ *Vida*: i. m. (1), p 100.

Kétségtelen, hogy az ilyen kapcsolat fennállása, amelyet az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni (lásd: Intel-ítélet, C-252/07, 41. pont¹⁴), önmagában nem elegendő ahhoz, hogy a védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdésében említett valamely sérelem fennállására lehessen következtetni (lásd analógia útján: Intel-ítélet, C-252/07, 32. pont¹⁵). Az e rendelkezésben bevezetett oltalomból való részesülés érdekében a korábbi közösségi védjegy jogosultjának bizonyítania kell, hogy a későbbi védjegy használata „sértene vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét [vagy jó hírnevét]”, és így bizonyítania kell vagy védjegyének a 2008/95 sz. védjegyirányelv 4. cikke (3) bekezdése értelmében vett tényleges és aktuális sérelmét, vagy ennek hiányában az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét. Ilyen esetben a későbbi védjegy jogosultjának feladata annak bizonyítása, hogy e védjegy használatának jogos indoka van (lásd analógia útján: Intel-ítélet, C-252/07, 37.¹⁶ és 39.¹⁷ pont).

Az ütköző védjegyek közötti kapcsolat fennállásához hasonlóan a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésében meghatározott valamely sérelem fennállását vagy az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni [lásd analógia útján: Intel-ítélet, C-252/07, 68. pont¹⁸ – jelen ítélet, 32. pont].]

E tekintetben többek között emlékeztetni kell arra, hogy minél erőteljesebben és közvetlenebbül idézi fel a későbbi védjegy a korábbi védjegyet, annál nagyobb annak a kockázata, hogy a későbbi védjegy aktuális vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét (lásd: Intel-ítélet, C-252/07, 67. pont¹⁹ – jelen ítélet, 33. pont).

A fenti megfontolások összességére figyelemmel a negyedik kérdésre azt a választ kell adni, hogy amikor a korábbi közösségi védjegy az Unió egy jelentős részében már jó hírnévre tett szert, de annak a tagállamnak az érintett közönsége tekintetében, amelyben a felszólalással érintett későbbi nemzeti védjegy-

¹⁴ A szöveg:

Azt, hogy fennáll-e ilyen kapcsolat, az adott ügy minden lényeges elemét figyelembe véve, átfogóan kell vizsgálni [lásd a védjegyirányelv 5. cikkének (2) bekezdését illetően az Adidas-Salomon és Adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 30. pontját, valamint az adidas és adidas Benelux-ügyben hozott ítélet 42. pontját].

¹⁵ *Vida*: i. m. (1), p. 101.

¹⁶ A szöveg:

A védjegyirányelv 4. cikke (4) bekezdésének *a*) pontjában bevezetett oltalomban való részesülés érdekében a korábbi védjegy jogosultjának bizonyítania kell, hogy a későbbi megjelölés használata „sértene vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztetőképességét vagy jó hírnevét”.

¹⁷ A szöveg:

Ha a korábbi védjegy jogosultjának sikerül bizonyítania akár az irányelv 4. cikke (4) bekezdése *a*) pontjának értelmében a védjegye tényleges és aktuális sérelmét, akár ennek hiányában az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyét, a későbbi védjegy jogosultjának feladata annak bizonyítása, hogy e védjegy használatának jogos indoka van.

¹⁸ *Vida*: i. m. (1), p. 107.

¹⁹ *Vida*: i. m. (1), p. 107.

bejelentést tették, nem rendelkezik jó hírnévvel, a közösségi védjegy jogosultját megilleti a védjegyirányelv 4. cikkének (3) bekezdésében biztosított oltalom, amennyiben bebizonyosodik, hogy e közönség kereskedelmi szempontból nem elhanyagolható része ismeri e védjegyet, kapcsolatot létesít e védjegy és a későbbi nemzeti védjegy között, továbbá az ügy valamennyi lényeges tényezőjét figyelembe véve fennáll a közösségi védjegy e rendelkezés értelmében vett sérelmének tényleges és aktuális veszélye, vagy ennek hiányában az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélye (ítélet, 34. pont és rendelkező rész, 2. pont).

Kommentárok

M. Grabruker²⁰ budapesti előadásában kitért erre az ítéletre is, és mindenekelőtt dicsérte a magyar bíróságot, hogy ebben az érdekes kérdésben előzetes döntést kért.

Ugyanakkor az ítéletet bírálta. Nevezetesen hiányolta, hogy az EU Bírósága nem adott választ arra az utolsó kérdésre, hogy teljesül-e a védjegyirányelv 4. cikk (3) bekezdésében foglalt lajstromozást gátló ok, ha a korábbi védjegy „a releváns fogyasztói körben” teljesen ismeretlen?

Majd azzal folytatta, hogy ha egy kicsit is ismerik Magyarországon a korábbi közösségi védjegyet, akkor az ismertségi hányad bizonyára alacsonyabb lesz, mint Angliában. Akkor pedig hogyan lehet ilyen helyzetben bizonyítani, hogy fennáll-e a jó hírnév, illetve a megkülönböztetőképesség sérelmének vagy tisztességtelen kihasználásának a veszélye – amit a védjegyirányelv ugyancsak megkövetel.

Dr. R. Knaak²¹ a ítéletet elsősorban területiális vonatkozásban tartja meglepőnek. A német, valamint az osztrák legfelsőbb bíróság eddig abból indult ki, hogy a hírnév tisztességtelen kihasználása vagy sérelme (felhígítása) csak olyan esetben állapítható meg, és az Európai Uniónak csak azon a területén következik be, ahol a jó hírnév fennáll. Az EU Bíróságának az IMPULSE-ügyben hozott ítélete alapján úgy tűnik, hogy most már nem ez a helyzet.

Dr. Pósa Dorottya²² az európai védjegy jog fejleményeiről szóló előadásában kitért erre az ítéletre is, s azt mondta, hogy az EU Bírósága a Budapesti Törvényszék 4. kérdésére adott válaszában kvázi mennyiségi követelményeket állított fel, nevezetesen három feltételt fogalmazott meg: *a)* a közönség (= a későbbi védjegybejelentés szerinti tagállam releváns közönsége) kereskedelmi szempontból nem elhanyagolható része ismeri a jó hírű védjegyet, *b)* a közönség gondolati kapcsolatot létesít a jó hírű védjegy és a későbbi megjelölés között, *c)* az ügy valamennyi lényeges tényezőjét figyelembe véve megállapítható a sérelem veszélye vagy annak jövőbeli bekövetkezésének a valószínűsége. Majd a hozzá intézett kérdésre válaszolva

²⁰ A Magyar Védjegy Egyesületben 2015. szeptember 21-én elhangzott előadás.

²¹ Személyes konzultáció.

²² A Magyar Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Egyesület által rendezett visegrádi konferencián (2015. november 25–26.) elhangzott előadás.

megerősítette, hogy a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalának ebben az ügyben hozott határozata megfelelt a korábbi hasonló ügyekben hozott határozatnak. Ez persze azt is jelenti, hogy az EU Bíróságának ítélete összhangban áll az SZTNH gyakorlatával.

Ez pedig azzal a következménnyel jár, hogy a hasonló tényállású ügyek elbírálása ezentúl lényegesen nehezebb (komplizierter) lesz.

A Kat internetes blog²³ helyesli a Fővárosi Törvényszék előzetes döntéshozatali kérelmét. Nézete szerint a korábbi védjegy erős megkülönböztetőképességének (*strength*) ugyancsak komoly szerepe lehet az ilyen ügyek elbírálásánál, bár könnyen lehet, hogy ez néhány „nagy” védjegytulajdonosnak nem fog tetszeni.

Magáról az ítéletről csupán terminológiai szempontok miatt beszél. Felteszi a kérdést, hogy más-más értendő-e a fogyasztók kereskedelmileg releváns hányada (*commercially pertinent part*) vagy kereskedelmileg jelentős hányada (*commercially significant part*) között, mert az ítélet mindkét kifejezést használja. Hasonló a helyzet a „link” és a „connection” szó (magyarul mindkettő: kapcsolat) vonatkozásában, mivel ezeket is felváltva használja az EU Bírósága: az indoklásban nyolc alkalommal, a rendelkező részben pedig kétszer.

F. Hekker²⁴ rövid blogban számol be az ítéletről, amelyben kiemeli, hogy az EU Bírósága egyetértett a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatalának határozatával, és megállapította, hogy az Európai Unió lényeges részén fennálló jó hírnévre alapított jogérvényesítéshez nem szükséges, hogy a jó hírnév abban a tagállamban is meglegyen, amelyben a későbbi nemzeti védjegyet bejelentették.

S. Nadarjah²⁵ internetes blogjában azt jelzi, hogy miközben az EU Bírósága osztotta a főtanácsnok véleményét, még tovább ment, amikor azt mondta, hogy szükséges még, hogy a közösségi védjegy tulajdonosa tényleges kárt szenvedjen, vagy hogy a károsodás nagy valószínűséggel bekövetkezzék. Szerinte az ítélet érdekessége, hogy (figyelemmel a főtanácsnok érvelésére) az tulajdonképpen jelzésértékű a nemzeti bíróságok számára, mert az Európai Unió jogának egységességére is felhívja a figyelmet.

A WIRP²⁶ internetes folyóirat olvasói körében felmérést végzett arról, hogy miként vélekednek az ítéletről. A megkérdezettek 88%-a egyetértett azzal. Két figyelemreméltó válasz:

– A közösségi védjegy egységes jogosultságot biztosít. Azaz vagy érvényes a védjegy valamennyi tagállamban, vagy sem. Vagy használható arra, hogy megakadályozza hasonló védjegybejelentés elutasítását valamennyi tagországban, vagy egyikben sem. Minden egyéb megoldás masszívan rombolná a közösségi védjegyet.

²³ Will Impulse shoppers be Impulsive? CJEU gives guidance: <http://ipkitten.blogspot.de/2015>, 3 September 2015.

²⁴ CJEU Clarifies geographical requirement in CTM reputation case: <http://www.novagraf.com/en/news?newspatch>, 08. 09. 2015.

²⁵ Sweet scent of success for Unilever as ECJ interprets Article 4(3) of Directive 2008/95, World Trademark Review, 56. sz., 2015. szeptember 11.

²⁶ Vö. A. Braun: Précis des marques. 3. kiadás, Brüsszel, 1995, p. 208.

– Ha a védjegy egy tagállam joghatósága alatt jóhírúséget élvez, akkor a kiterjedt oldalmat valamennyi tagállam joghatósága alatt élveznie kell. Ennek következtében a közösségi védjegy jóhírúsége alapján a védjegytulajdonos eladásait jogosult valamennyi tagállamra kiterjeszteni, s így megilleti a kiterjesztett (additional) oldalom.

Megjegyzések

1. Ha egybevetjük az ítélet rendelkező részét a főtanácsnok indítványával, valamint a magyar kormány javaslataival, akkor megállapíthatjuk, hogy ezek a lényegyet tekintve megegyeznek.

Ez egyben a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala gyakorlatának a megerősítését is jelenti, amint azt többen is megállapították.

2. Meglepőnek tartom, hogy sem a belga, sem a holland kormány nem foglalt állást az ügyben. Holott, ha a jóhírúség védjegyjogi oldalma szóba kerül, ezeknek az országoknak a jogászai gyakran nemzeti büszkeséggel emlegetik, hogy ez a fakultatív rendelkezés a Benelux védjegyjogból került át az európai védjegyjogba.²⁷

3. Az INTEL-ügyben hozott ítélet, amelyet többen azért bíráltak, mert a jóhírúség mércéjét magasra teszi (bizonyítandó, hogy a későbbi védjegy használata a fogyasztói magatartás megváltozását eredményezheti) mind a főtanácsnok, mind az EU Bírósága részéről elsődleges hivatkozási alap.

4. A főtanácsnok részletes elemzéséből egy különösen meggyőző mondatra emlékeztetek, amelyben a korábbi védjegy erejéről beszél, s a későbbi védjegy előnszerzése vonatkozásában azt mondja, hogy „azonos vagy hasonló áruk esetében ez a körülmény szinte magától értetődőnek tűnik” (perösszefoglaló, 46. pont). A gondolat feltételes jellegére tekintettel azt az ítélet persze nem vehette át.

5. Ugyanakkor az sem hagyható figyelmen kívül, hogy a 4. kérdésre adott válaszában az EU Bírósága egy új fogalmat is bevezet. Ezért a magyar bíróságoknak sem lesz könnyű dolguk, amikor az adott ügyben határoznak.

6. Végül egy személyes megjegyzés: Ami a korábbi IMPULSE védjegy magyarországi ismertségét illeti, megemlítem, hogy magam és néhány közeli ismerősöm németországi vásárlásaink révén megismertük ezt az illatosítót. Ez persze még nem „jelentékeny” ismertség, de nem zárható ki, hogy ilyen vagy hasonló alapon szélesebb körű magyarországi ismertség is megállapítható.

²⁷ WIRP survey: Readers back CJEU in Unilever CTM row. 21-09-2015.